

Divulgação voluntária e qualidade da informação contábil: Estudo com empresas do segmento BOVESPA Mais

JOSILENE DA SILVA BARBOSA

*Faculdade de Ciências Integradas do Pontal da Universidade Federal de Uberlândia
FACIP/UFU*

ANGÉLICA ORTEGA DALAVA

*Faculdade de Ciências Integradas do Pontal da Universidade Federal de Uberlândia
FACIP/UFU*

CARLOS EDUARDO DE OLIVEIRA

*Faculdade de Ciências Integradas do Pontal da Universidade Federal de Uberlândia
FACIP/UFU*

ERIKA MONTEIRO DE SOUZA E SAVI

*Faculdade de Ciências Integradas do Pontal da Universidade Federal de Uberlândia
FACIP/UFU*

Resumo

O objetivo do presente estudo consistiu em verificar se existe relação entre qualidade da informação contábil e o nível de divulgação voluntária das empresas brasileiras de capital aberto listadas no segmento Bovespa Mais. Desse modo, os objetivos específicos compreenderam (a) verificar o nível de divulgação voluntária das empresas; (b) verificar a qualidade das informações contábeis que estão sendo divulgadas. O período de análise compreendeu os anos 2012 e 2013. Para tanto utilizou-se da técnica de análise de conteúdo, cuja coleta de dados se deu por meio de informações e Demonstrações Contábeis disponíveis no site da BM&FBOVESPA e site de cada empresa. A análise dos dados foi realizada por meio de estatística descritiva, com o auxílio do SPSS 20.0 utilizou-se também a Métrica de Distância Euclidiana e teste não-paramétrico coeficiente de correlação de *Kendall*. Os achados do estudo demonstram que nenhuma das empresas pertencentes a amostra atendeu por completo os itens da métrica de divulgação voluntária (MDV) e métrica de qualidade da informação contábil (MQIC). Isto é, nenhuma companhia atingiu o posto de cenário ideal. Os achados demonstram também que alguns itens tanto da MDV quanto da MQIC são amplamente divulgados pelas empresas. Em contraponto o item da MDV menos divulgado pelas empresas trata-se da dependência de tecnologia, de fornecedores, de clientes ou de mão e obra. Já o item da MQIC menos atendido pelas empresas se refere a cobertura pelos analistas de mercado. Além disso, os resultados sugerem que pode haver uma baixa relação positiva e significativa entre qualidade da informação contábil e divulgação voluntária.

Palavras chave: Evidenciação, Evidenciação voluntária, Qualidade da informação contábil.

1. Introdução

Segundo Iudícibus, Martins e Gelbcke (2006) a contabilidade é, objetivamente, um sistema de informação e avaliação destinado a prover seus usuários com demonstrações e análises de natureza econômica, financeira, física e de produtividade, com relação à entidade objeto de contabilização. O contador deve se apresentar como aquele profissional que traduz os dados transformando-os em informações e não simplesmente como um apurador de dados. Deve ainda fazer com que os gestores e usuários das informações consigam entender com mais facilidade os relatórios por ele produzidos (Miranda, Araújo & Miranda, 2012).

Em relação à divulgação de informações obrigatórias (compulsórias), há regulamentações específicas para os diferentes setores do mercado. Por meio destas, busca-se garantir a maior confiabilidade e padronização das informações divulgadas, a fim de assegurar que as necessidades informacionais dos usuários investidores sejam atendidas. Entretanto, quando se refere às informações divulgadas de forma voluntária (não compulsória), não há regulamentação ou padrões pré-estabelecidos que garantam a confiabilidade das informações (Gonçalves & Ott, 2002).

A contabilidade tem como uma de suas finalidades o provimento de informação aos usuários internos e externos, como também aos *stakeholders* (partes interessadas), cujo objetivo é auxiliar os usuários no momento da tomada de decisão (Moraes, 2007). Ponte e Oliveira (2004) salientam que as empresas podem adotar diferentes formas de evidenciação, mas devem fornecer informações em quantidade e qualidade que atendam às necessidades dos usuários das demonstrações contábeis. Nesse sentido a finalidade do *disclosure* voluntário é agregar mais valor aos resultados da instituição, ajudar a esclarecer melhor os procedimentos que foram utilizados auxiliando o usuário a compreender a situação do patrimônio da entidade.

Bhattacharya, Desai e Venkataraman (2007) complementam que para que as informações contábeis cumpram o objetivo de fornecer informações confiáveis e úteis à tomada de decisões, é necessário que apresentem aspectos qualitativos que as validem enquanto redutoras de assimetrias. Lundholm (2003) expõe que o papel das Demonstrações Contábeis é o de reforçar a confiabilidade da divulgação voluntária, ou seja, fornecer informações verificáveis para os investidores.

A qualidade da informação contábil tem sido objeto de estudos de alguns pesquisadores como Teoh, Welch e Wong (1998); Healy e Wahlen (1999); Francis, Lafond, Olsson, e Chipper, (2004); Verdi (2006); e Ge e Schrand (2010). Da mesma forma que tema divulgação voluntária já foi explorado pela literatura Chow e Wong-Boren (1987); Lang e Lundholm (1992), Raffournier (1995); Patel, Balic e Bwakira (2002) Carvalho (2006) Lambert, Leuz e Verrecchia (2007). Porém são poucos os estudos que tiveram como propósito verificar a relação entre qualidade da informação contábil e divulgação voluntária.

Neste contexto o estudo busca responder ao seguinte questionamento: Existe relação entre o nível de qualidade da informação contábil e o nível de divulgação voluntária das empresas do segmento Bovespa Mais?

Sendo assim, o objetivo do presente estudo consiste em verificar se existe correlação entre a qualidade da informação contábil e o nível de divulgação voluntária das empresas listadas no segmento Bovespa Mais. Dessa forma, os objetivos específicos são (a) Verificar o nível de divulgação voluntária das empresas; (b) Verificar a qualidade das informações contábeis que estão sendo divulgadas. A escolha das empresas listadas no segmento Bovespa Mais se justifica, pois, as mesmas assumem compromissos de elevados padrões de governança corporativa e transparência com o mercado. Além disso, as empresas desse segmento normalmente são empresas iniciantes no mercado de capitais, sendo assim, torna-se

necessário verificar se as mesmas já realizam práticas de divulgação voluntária, bem como a qualidade das informações divulgadas.

O artigo apresenta a seguir o referencial teórico seguido da metodologia de pesquisa, análise dos dados, apresentação dos resultados, considerações finais e as referências.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Evidenciação da Informação Contábil

O objetivo principal da Contabilidade, de prover informações úteis a seus usuários, é atingido por meio da divulgação (*disclosure*) de demonstrações contábeis. Na ótica da contabilidade, o *disclosure* representa a última fase do ciclo contábil, o qual é caracterizado inicialmente pelos processos de reconhecimento e mensuração dos eventos econômicos (Judicibus, 2010). O *disclosure* deve ser divulgado com clareza e objetividade para que os usuários entendam e possam tomar suas decisões com confiança.

Segundo Hendriksen e Van Breda (2009) a divulgação adequada seria aquela que pressupõe um volume mínimo de informações compatível com o objetivo de tornar as demonstrações confiáveis. Para a maioria dos *stakeholders* da empresa, a transparência empresarial é algo desejado, a medida que reduz a incerteza e possibilita melhores decisões econômicas. Segundo Dal- Ri Múrcia e Santos (2009^a) o *disclosure* pode transmitir mais confiança para os usuários externos e internos e esse é um fator que pode aumentar a margem de crescimento do *disclosure* voluntário.

Ainda nessa linha de pensamento Alves e Lima (2010) ressaltam que pode-se influenciar o comportamento tanto dos usuários quanto dos fornecedores dessas informações, pois, por um lado, afeta a percepção dos agentes econômicos em relação ao risco que a companhia oferece influenciando no processo de alocação de recursos e estabelecimento dos preços dos títulos e, por outro, influencia decisões quanto ao nível de evidenciação considerando o custo do fornecimento dessas informações para a empresa.

2.2 Evidenciação Voluntária e estudos relacionados

O *disclosure* voluntário compreende qualquer tipo de informação, constante nos relatórios corporativos anuais, além daquelas exigidas legalmente, ou seja, informações disponibilizadas pelas empresas por vontade própria, para melhor informar seus *stakeholders*, ou por conveniência, para atrair investidores (Klann & Beuren, 2012).

De acordo com Dal- Ri Murcia e Santos (2009a, p.3) “o *disclosure* de algumas empresas excede o requerido por lei. Isso ocorre porque os controladores da empresa possuem informações adicionais cuja divulgação não é obrigatória, tendo a opção de divulgá-las em determinados casos.” Segundo Schultz, Marques, Hofer e Dal-Ri Murcia (2012) geralmente, o *disclosure* voluntário abrange informações financeiras, estratégicas, ambientais, sociais, entre outras naturezas. Estudos anteriores sobre *disclosure* voluntário apontam que no Brasil, esse tipo de informação ainda não é elevado, mas cresceu bastante nas últimas décadas (Beuren, 1991; Falcão, 1995).

O estudo de Chow e Wong-Boren (1987) examinaram a extensão da divulgação voluntária de empresas mexicanas em relação ao porte da companhia, grau de endividamento e proporção de ativos fixos com base em uma regressão múltipla. O resultado obtido foi que a extensão do *disclosure* é positivamente relacionada com o porte da companhia, mas não com o endividamento e ativos fixos.

Lang e Lundholm (1992) utilizaram uma amostra de 30 empresas do mercado norte americano para examinar as determinantes do nível de divulgação voluntária de 1985 a 1989.

Os resultados demonstraram que os níveis de divulgação voluntária são maiores em empresas com melhor desempenho e que atuam no mercado de emissão de títulos. Raffournier (1995) também examinou a extensão da divulgação voluntária em relação ao porte, endividamento, lucratividade, estrutura de propriedade, porte da auditoria, grau de internacionalização, percentual de ativos fixos e setor em empresas suíças. O principal resultado foi que o porte e o grau de internacionalização foram variáveis relevantes para explicar a diferença entre o nível de transparência das empresas.

Patel *et al* (2002) avaliaram a diferença do nível de *disclosure* entre 19 países emergentes ao longo de três anos em 354 empresas. A principal conclusão foi que países asiáticos e a África do Sul apresentaram maior transparência do que os países latino-americanos e que a diferença era crescente ao longo do período analisado. Carvalho (2006) verificou a tendência de crescimento da evidenciação voluntária do capital intelectual. Os resultados apontaram uma alta incidência de divulgação voluntária do capital intelectual (CI), uma significativa tendência para a evidenciação em termos qualitativos, mas não quantitativos.

Rottini (2007) realizou uma pesquisa sobre a evidenciação do capital intelectual, nos relatórios da administração. Os resultados revelam que a categoria mais representativa de CI foi o capital externo e que houve alta incidência de divulgação voluntária, com ênfase nas sentenças narrativas. Dal- Ri Múrcia e Santos (2009b) analisaram as práticas de *disclosure* voluntário das 100 maiores empresas que negociavam ação na BM&F Bovespa do ano de 2007. Os resultados apresentaram grande heterogeneidade no *disclosure* das empresas analisadas. Algumas empresas divulgam uma vasta gama de informações enquanto que outras possuem demonstrações contábeis que basicamente cumpriram o que é exigido pela lei, divulgando poucas informações de maneira voluntária.

Lima (2007) e Alencar (2007) verificaram empiricamente que um dos benefícios decorrentes do aumento do nível de evidenciação é a redução do custo de capital. Segundo Malacrida e Yamamoto (2006), o argumento mais forte para a divulgação voluntária por parte das empresas é o fortalecimento de sua imagem perante o Mercado de Valores Mobiliários. Isso contribui para uma melhor avaliação financeira da empresa, resultando num menor custo de captação, maior retorno e menor flutuação do preço de suas ações no mercado.

2.3 Qualidade da Informação Contábil e estudos relacionados

Entende-se por informações contábeis de qualidade aquelas informações financeiras úteis à tomada de decisão, ou seja, informações contábeis compreensíveis e adequadas às necessidades dos usuários a quem se destinam (Hendriksen & Van Breda, 1999). Para Gonçalves e Ott (2002) a confiabilidade é a qualidade que dá convicção de que a informação está razoavelmente livre de erro e de inclinação, e representa o que pretende representar.

Segundo Carvalho (2012) a qualidade das informações divulgadas ao mercado é um fator em destaque, exercendo esta um papel de grande importância, pois as informações contábeis são tidas como um mecanismo de redução das assimetrias envolvendo gestores, acionistas e demais *stakeholders*. De uma maneira geral de acordo com Dal- Ri Múrcia, Santos (2009b), a divulgação de informações não relevantes tem custos para empresa e é vista como desnecessária, podendo, ainda, confundir o usuário, já que pode tirar sua atenção das informações relevantes. Logo, divulgar um volume excessivo de informações sem se preocupar com a relevância pode confundir o usuário em vez de auxiliá-lo. Entende-se como informação relevante, aquela capaz de fazer diferença nas decisões dos usuários.

Segundo Alvin (1998) a preocupação deve ser em relação a qualidade da informação que é divulgada pela empresa, e não em relação a quantidade, pois, o importante é ter a

informação certa, adequada à determinada necessidade, no tempo correto e a um custo compatível. De acordo com Shleifer & Vishny (1997) em 2002 como forma de garantir uma melhor qualidade das informações divulgadas pelas empresas foi aprovado nos Estados Unidos a Lei *Sarbanes-Oxley*, cujo um dos objetivos é proporcionar maior nível de confiabilidade às informações financeiras reportadas.

Lambert, Leuz e Verrecchia (2007) verificaram que as firmas com alta qualidade nas informações contábeis, associada à divulgação voluntária de informações, podem obter recursos externos a menores custos. A qualidade dos relatórios e sua importância para a minimização dos problemas de agência e da seleção adversa foi objeto de estudo de Inci, Lee e Suh (2009), Biddle, Hilary e Verdi (2009) e Wei e Zhang (2008), que investigaram sua relação com investimentos.

Dechow e Dichev (2002) investigaram ainda o efeito da qualidade dos lucros na sensibilidade dos investimentos às informações contábeis. Nesse estudo, o autor constatou a existência de uma forte sensibilidade dos investimentos aos lucros defasados, quando a qualidade das informações contábeis se fazia elevada. Esse estudo é um dos primeiros a demonstrar empiricamente que a alta qualidade das informações contábeis promove informações mais precisas aos gestores e facilita a distinção entre bons e maus projetos e, portanto, impacta tanto no desempenho das empresas quanto nas decisões financeiras.

Há outros estudos sobre a qualidade da informação como Teoh *et al* (1998); Healy e Wahlen (1999) e Verdi (2006). Além destes Carvalho (2012) investigou se a qualidade da informação influencia nas decisões de investimentos corporativos de diversos países e constatou que as piores informações financeiras reduzem a probabilidade de decisões eficientes de investimento.

Francis *et al.* (2004) por sua vez consideram que maior qualidade nas demonstrações contábeis podem gerar consequências positivas como, por exemplo, a valorização das ações e custos menores na captação de recursos. Verdi (2006) explica que quando há divulgação de informações contábeis com qualidade a ação discricionária dos gestores torna-se mais difícil, o que contribui para melhores decisões de investimentos. Branco (2006) também considera que maior qualidade nos relatórios contábeis podem alterar o comportamento dos gestores.

Almeida (2010) realizou um estudo investigando a relação entre o grau de competição no mercado em que as firmas estão inseridas e a qualidade da informação contábil divulgada. As evidências indicaram que, em geral, a competição pode contribuir para que as empresas divulguem demonstrações contábeis de qualidade superior. Biddle e Hilary (2006) verificaram que a alta qualidade nas informações contábeis aumenta a eficiência nos investimentos ao reduzir a possibilidade de comportamentos discricionários por parte dos gestores.

Portanto, considera-se que as informações contábeis de alta qualidade afetam as decisões de investimentos, pois as melhores informações auxiliarão os investidores no acompanhamento das empresas.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1 Classificação da pesquisa e Amostra

A presente pesquisa possui caráter quantitativo, pois, seu objetivo consiste em verificar se há correlação entre a qualidade da informação contábil e o nível de divulgação voluntária das empresas listadas no segmento Bovespa Mais no ano de 2012 e 2013. As empresas que compõem a amostra do estudo são (1) Altus Sistema de Automação; (2) Biommm; (3) Cia Águas do Brasil; (4) Desenvix Energias Renováveis; (5) Nortec Química; (6) Nutriplant Indústria e Comércio; (7) Quality Software e (8) Senior Solution. Sendo que para o ano de

2012 foi necessário excluir a Cia Águas do Brasil, pois, nesse período a mesma não publicou seus relatórios contábeis.

Para melhor entendimento sobre o tema abordado realizou-se pesquisa bibliográfica que segundo Silva (2006) explica e discute o tema com base em referências teóricas já publicadas em livros, revistas, artigos científicos, etc. O levantamento de dados será realizado por meio de Pesquisa Documental, que aborda documentos de todos os gêneros, a qual é realizada em documentos conservados no interior de órgãos públicos e privados de qualquer natureza (Vergara, 2006).

3.2 Coleta de dados

A técnica utilizada para coleta de dados foi a análise de conteúdo a qual conforme Bardin (1977) permite por meio de procedimentos sistemáticos conhecer o conteúdo informacional de um texto. Sendo assim, os dados foram coletados por meio das Demonstrações Financeiras Padronizadas (DFPs) que são publicadas via web no site da Bovespa. A coleta de dados foi realizada por meio de duas métricas, uma cuja finalidade foi mensurar a quantidade de informação voluntária divulgada pelas empresas e a outra para analisar a qualidade das informações contábeis que estão sendo divulgadas. As informações detalhadas das métricas serão apresentadas nos itens 3.2.1 e 3.2.2.

3.2.1 Métrica de Divulgação Voluntária

A métrica de divulgação voluntária (MDV) utilizada na presente pesquisa foi elaborada por Consoni (2014). A versão original da métrica é composta por 04 categorias e 27 subcategorias, porém, 6 das 27 subcategorias tiveram que ser excluídas, pois são itens que se repetem na métrica de qualidade da informação contábil, a qual é apresentada no tópico 3.2.2. Os itens excluídos foram (a) Projeções de vendas; (b) Projeção de lucros; (c) projeção dos fluxos de caixa; (d) variação ocorrida no resultado operacional; (e) Indicadores econômicos e financeiros globais (EVA, EBITDA, MVA); e (f) Medidas de eficiência operacional. A exclusão se justifica pelo fato de haver duplicidade de itens em ambas as métricas, o que prejudicaria o resultado. Dessa forma a métrica de divulgação voluntária utilizada neste estudo compõe-se de 04 categorias e 21 subcategorias, conforme demonstrada na Tabela 1.

O critério de codificação dos itens da métrica foram realizados pelo alinhamento do enunciado do item ao conteúdo das sentenças dos textos, da seguinte forma: (a) Informação ausente: 0 (zero) ponto quando nenhuma informação é apresentada sobre o item em análise; (b) Informação declarativa: 1 (um) ponto quando somente a informação qualitativa é apresentada e expressa em termos puramente descritivos; (c) Informação declarativa e quantitativa (monetária e não-monetária): 2 (dois) pontos se a informação é apresentada de forma declarativa e expressa em números de natureza financeira e não-financeira. Dessa forma a pontuação máxima que a métrica permite é de 42 pontos (21 itens x 2 pontos). Para facilitar a interpretação do resultado a pontuação máxima e mínima da métrica foi transformada para uma escala de 0 à 100. Desse modo, quanto maior for a pontuação da métrica melhor será o nível de divulgação voluntária da empresa. A pontuação final de cada questão da métrica pode ser obtida pela equação 1.

$$MDV_x = \frac{\sum_{k=1}^n p_{xk}}{\sum_{k=1}^n p_k} \times 100 \quad (1)$$

Em que,
 MDV_x é a Métrica de divulgação voluntária da empresa x ;
 n é a quantidade de componentes k ;

p_{xk} é a pontuação p obtida pela empresa x no componente k ;
 p_k é a pontuação p máxima do componente k .

Tabela 1 Itens que compõem a métrica de divulgação voluntária

Categorias	Referências		Itens
Visão de Mercado	Alencar (2007) Múrcia (2009)	1	Análise de concorrência
	Alencar (2007) Múrcia (2009)	2	Participação de mercado (market Share)
	Pesquisador	3	Avaliação das principais tendências de mercado
	Pesquisador	4	Influência do Estado nas atividades da companhia
Estratégia Corporativa	Alencar (2007) Múrcia (2009)	5	Planos e objetivos corporativos
	Pesquisador	6	Alinhamento das ações da companhia com os objetivos
	Alencar (2007) Múrcia (2009)	7	Perspectiva de novos investimentos
Desempenho econômico-financeiro	Alencar (2007)	8	Variação ocorrida no nível dos estoques de mercadorias para venda, de insumos ou de produtos acabados
	Alencar (2007)	9	Variação ocorrida no nível de recebíveis
	Alencar (2007)	10	Variação ocorrida no volume das vendas
	Alencar (2007)	11	Variação no nível das despesas administrativas e comerciais
	Alencar (2007) Lima (2007) Múrcia (2009)	12	Custos das mercadorias vendidas, dos produtos fabricados ou serviços prestados
	Alencar (2007) Múrcia (2009)	13	Efeito financeiro proveniente da captação de recursos de terceiros de curto e longo prazo
	Alencar (2007) Múrcia (2009)	14	Efeito financeiro proveniente da aplicação de recursos próprios
	Múrcia (2009)	15	Comportamento do valor das ações ordinárias e preferenciais
	Lima (2007)	16	Custo de capital próprio
Aspectos operacionais	Múrcia (2009)	17	Produção corrente em relação à capacidade instalada
	Alencar (2007) Múrcia (2009)	18	Dependência de tecnologia, de fornecedores, de clientes ou de mão e obra.
	Alencar (2007) Múrcia (2009)	19	Investimento/desinvestimentos realizados
	Alencar (2007) Múrcia (2009)	20	Investimentos de recursos em gestão do capital humano
	Alencar (2007) Múrcia (2009)	21	Investimento de recursos em projetos de educação, cultura e desenvolvimento social

Fonte: Consoni 2014

A seguir apresenta-se a métrica de qualidade da informação contábil que também será utilizada como ferramenta para coleta de dados da presente pesquisa.

3.2.2 Métrica de qualidade da informação contábil

A outra métrica também utilizada no presente estudo tem como objetivo verificar a qualidade da informação contábil divulgada pelas empresas. A mesma foi desenvolvida por Barbosa (2014), considerando a percepção dos analistas fundamentalistas, tendo em vista,

abranger a métrica com itens cuja relevância fosse apontada por este grupo de usuário (especialistas).

A métrica de qualidade da informação contábil é composta por 17 perguntas, para cada resposta positiva atribui-se um (1) ponto para a empresa, caso contrário atribui-se pontuação zero (0). Porém os itens 5, 7, 8 e 13 possuem mais de uma informação e, portanto poderão ter pontuação acima de um (1). No item 5 por exemplo será atribuído 3 pontos, pois o mesmo é composto por três (3) informações. A pontuação máxima da MQIC é 104,8. Porém, a pontuação obtida no somatório dos componentes é transformada para uma escala de 0 à 100 para facilitar interpretação dos resultados. Desse modo, quanto maior for a pontuação da MQIC melhor a qualidade da informação contábil divulgada pela empresa. A pontuação final de cada questão da métrica pode ser obtida pela equação 2. (BARBOSA 2014).

$$MQIC_x = \frac{\sum_{k=1}^n p_{xk} w_k}{\sum_{k=1}^n p_k w_k} \times 100 \quad (2)$$

Em que,

$MQIC_x$ é a Métrica de Qualidade da Informação Contábil da empresa x ;

n é a quantidade de componentes k ;

p_{xk} é a pontuação p obtida pela empresa x no componente k ;

w_k é peso w do componente k ;

p_k é a pontuação p máxima do componente k .

Tabela 2 Métrica de Qualidade da Informação Contábil

	Pergunta	Nota/pontuação o para as respostas positivas	Peso	Pontuação Máxima	Pontuação Máxima Escala de 100
Representação Fidedigna	1 - A empresa possui cobertura dos analistas de mercado?	1	4,2	4,2	4,0
	2 - O conselho de administração possui a presença de membros independentes (conselheiros externos)?	1	4,5	4,5	4,3
	3 - O presidente do conselho de administração e o diretor geral da empresa são pessoas diferentes?	1	4,0	4,0	3,8
	4 - A auditoria é realizada por uma das <i>big four</i> (PricewaterhouseCoopers, Deloitte Touche Tohmatsu, KPMG e Ernst & Young)?	1	3,8	3,8	3,6
Relevância	5 - A companhia divulga informações prospectivas para vendas, lucros e fluxo de caixa?	3	3,8	3,8	3,6
	6 - A companhia divulga informações de <i>feedback</i> sobre os eventos e transações de mercado que afetaram a empresa no período findo?	1	4,2	4,2	4,0
	7 - A companhia divulga aspectos positivos e negativos relacionados ao resultado do período?	2	4,2	8,3	7,9
	8 - A companhia divulga informações sobre risco e oportunidade de negócios?	2	4,3	8,7	8,3
	9 - A companhia divulga informações sobre objetivos e estratégias de gerenciamento de risco?	1	4,5	4,5	4,3

	10 - A companhia divulga o custo de capital próprio e/ou alguma medida de lucro econômico (EVA®, valor agregado para o acionista, lucro residual)?	1	4,2	4,2	4,0
Comparabilidade	11 - A companhia divulga informações sobre as escolhas dos princípios e políticas contábeis?	1	4,2	4,2	4,0
	12 - A companhia divulga os resultados do exercício em forma comparativa (do exercício atual em relação aos anteriores)?	1	4,7	4,7	4,5
	13 - A companhia divulga indicadores financeiros (rentabilidade, liquidez, endividamento, Ebitda)?	4	4,8	19,3	18,4
	14 - A companhia divulga a Dívida Bruta / Patrimônio Líquido em forma comparativa (do exercício atual em relação aos anteriores)?	1	4,8	4,8	4,6
	15 - A companhia divulga o EBITDA em forma comparativa (do exercício atual em relação aos anteriores)?	1	4,8	4,8	4,6
	16 - A companhia divulga a Receita Líquida em forma comparativa (do exercício atual em relação aos anteriores)?	1	4,8	4,8	4,6
	17 - A companhia divulga a Liquidez Corrente em forma comparativa (do exercício atual em relação aos anteriores)?	1	4,4	4,4	4,2
	Pontuação máxima da MQIC	24	-	104,8	100,0

Fonte: BARBOSA (2014)

Tanto a coleta da métrica da qualidade e da divulgação voluntária foram realizadas pela leitura nos relatórios financeiros publicados pelas empresas no site da BM&FBOVESPA, as informações sobre cobertura dos analistas de mercado e a presença de membros independentes foram retirados no site de cada empresa.

3.3 Tratamento dos dados

A análise dos dados foi realizada por meio de estatística descritiva, cujo intuito foi demonstrar quais itens das métricas são mais ou menos divulgados pelas empresas. Além disso, utilizou-se a métrica Euclidiana para verificar o comportamento das empresas quanto a qualidade da informação contábil e quanto ao nível de divulgação voluntária. A métrica Euclidiana conforme Zeleny (1976) a partir de um cenário considerado ideal permite calcular a que distância cada empresa está desse cenário. O cenário ideal em relação as duas métricas neste caso seria a nota máxima que cada métrica permite, ou seja, 100,00. O cálculo da distância Euclidiana é representado conforme equação 2.

$$d_E(u^*, v) = [(u^* - v)^t \cdot (u^* - v)]^{1/2} \quad (2)$$

Em que,

u^* - representa o vetor da alternativa ideal (cenário ideal) ou seja, a nota máxima da métrica de qualidade da informação contábil;

v - representa a métrica divulgada pelas empresas

O teste não-paramétrico coeficiente de correlação de *Kendall* será calculado por meio do SPSS 20.0, com o intuito de avaliar o relacionamento entre os *rankings* de qualidade da informação contábil e divulgação voluntária, ou seja, verificar se há diferença entre eles. De acordo com FIELD (2009) o teste de *Kendall* deve ser utilizado em casos que as variáveis são ordinais e quando há um conjunto pequeno de dados.

4. ANÁLISE DOS DADOS

4.1 Análise descritiva dos dados

4.1.1 Análise descritiva da qualidade da informação contábil

Os resultados obtidos na Figura 1 demonstram que os itens mais bem atendidos tanto no ano de 2012 como de 2013 foram os itens presentes na categoria relevância. Em seguida a categoria mais bem atendida é o da comparabilidade, representada pelos itens 11 - Informações sobre as escolhas dos princípios e políticas contábeis; 12 - resultado do exercício em forma comparativa; 13 - Indicadores financeiros; 14- Dívida Bruta / Patrimônio Líquido em forma comparativa; 16 - Receita Líquida em forma comparativa. Tais categorias foram 100% atendidas pelas empresas.

Já o item menos atendido pelas empresas foi o item 1 que trata da cobertura das empresas por parte dos analistas, pois apenas 3 das 8 empresas possuem cobertura dos analistas de mercado, ou pelo menos se possuem cobertura dos analistas não foi divulgado em seus respectivos sítios.

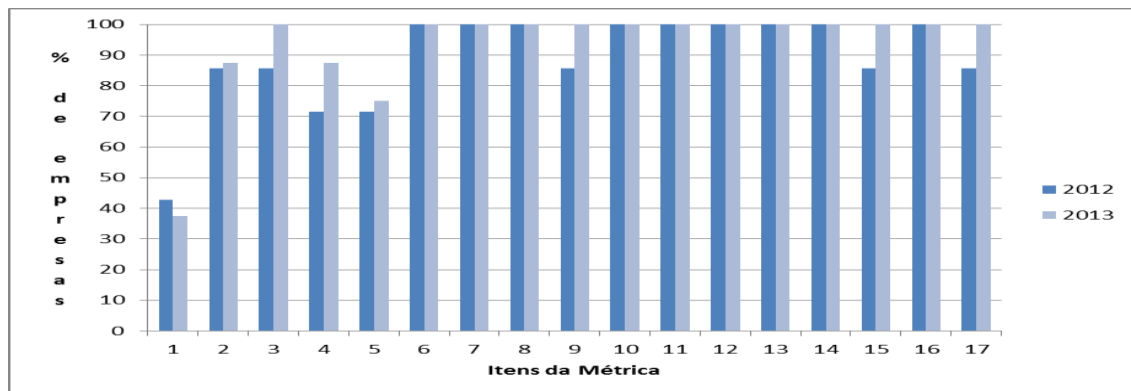


Figura 1 Frequência dos itens da MQIC atendidos pelas empresas

Fonte: dados da pesquisa (2015)

4.1.2 Análise descritiva da divulgação voluntária

Em relação a análise da divulgação voluntária o Figura 2 demonstra que no ano de 2012 e 2013 houve uma divulgação de 100% por parte das empresas dos itens: 2 - Participação de mercado; 4 - Influencia do Estado nas atividades da companhia; 5. Planos e objetivos corporativos; 6 - Alinhamento das ações da companhia com os objetivos; 9 - Variação ocorrida no nível de recebíveis; 11 - Variação no nível das despesas administrativas e comerciais; 13 - Efeito financeiro proveniente da captação de recursos de terceiros de curto e longo prazo; 15 - Comportamento do valor das ações ordinárias e preferenciais; 16 - Custo de capital próprio; 19 - Investimento/desinvestimentos realizados.

Em ambos os anos o item menos divulgado é o 18 - Dependência de tecnologia, de fornecedores, de clientes ou de mão e obra. Assim como no estudo elaborado por Consoni

(2014) tendo como base o percentual médio de divulgação por item em cada ano, verificou-se que para todas as categorias da métrica há itens que são mais divulgados e itens que são divulgados com uma menor frequência pelas empresas. Entretanto a cada ano sequente as empresas apresentam uma margem de crescimento nos itens que foram divulgados com menor frequência em determinado ano, nesse caso o ano de 2012.

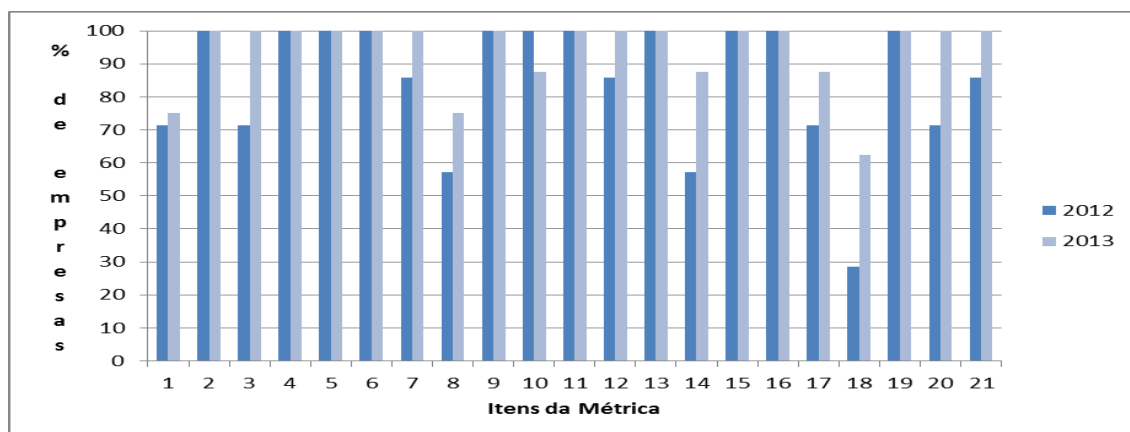


Figura 2: Frequência dos itens da MDV atendidos pelas empresas

Fonte: dados da pesquisa (2015)

4.2 Análise da distância Euclidiana

As distâncias euclidianas das métricas de divulgação voluntária e qualidade da informação contábil foram obtidas por meio do *software* SPSS 20.0. Após calcular as distâncias os valores foram organizados na forma de *ranking* por ordem crescente. Isto significa que quanto menor à distância euclidiana maior é a aproximação da empresa em relação ao cenário considerado ideal. Dessa forma as tabelas 3 e 4 mostram a distância que cada empresa está do cenário ideal.

Tabela 3 Distância Euclidiana da MDV

2012		2013	
Empresas	Distância Euclidiana	Empresas	Distância Euclidiana
Senior Solution	16,670	Cia Águas do Brasil	11,900
Desenvix Energias Renováveis	26,190	Senior Solution	16,670
Biommm	33,330	Desenvix Energias Renováveis	19,050
Quality Software	33,330	Altus Sistema de Automação	21,430
Altus Sistema de Automação	35,710	Nortec Química	21,430
Nutriplant Indústria e Comércio	42,860	Biommm	23,810
Nortec Química	45,240	Quality Software	23,810
		Nutriplant Indústria e Comércio	26,190

Fonte: dados da pesquisa (2015)

A Distância Euclidiana conforme já mencionado permite entre outras palavras verificar qual empresa possui maior nível de divulgação voluntária, bem como maior qualidade nas informações contábeis divulgadas. Observando a tabela 3 percebe-se que em 2012 a companhia Senior Solution está mais próxima do cenário ideal, em contraponto a companhia Nortec Química está mais longe do cenário ideal. Já em 2013 a companhia Águas do Brasil

assume o posto de primeiro lugar, porém percebe-se que a distância da companhia Senior Solution em relação ao cenário ideal permanece a mesma de 16,670. Por outro lado há uma mudança na distancia da Nutriplant Indústria e Comércio, a qual passa assumir o último posto.

Tabela 4 Distância Euclidiana da MQIC

2012		2013	
Empresas	Distância Euclidiana	Empresas	Distância Euclidiana
Nutriplant Indústria e Comércio	3,720	Senior Solution	,480
Senior Solution	4,100	Desenvix Energias Renováveis	8,210
Desenvix Energias Renováveis	7,730	Altus Sistema de Automação	8,300
Quality Software	20,230	Nutriplant Indústria e Comércio	10,970
Altus Sistema de Automação	21,090	Biommm	12,310
Biommm	23,760	Nortec Química	14,980
Nortec Química	35,590	Quality Software	20,230
		Cia Águas do Brasil	28,240

Fonte: dados da pesquisa (2015)

Em relação a MQIC percebe-se pela tabela 4 que a companhia Nutriplant Indústria e Comércio em 2012 está mais próxima do cenário ideal, já em 2013 quem assume o lugar de primeiro posto é a companhia Senior Solution. Interessante notar que a companhia Nortec Química em 2012 assumiu o último posto tanto para divulgação voluntária, quanto para qualidade da informação contábil. O contrário ocorreu com a companhia Águas do Brasil, pois em 2013 a mesma assumiu o primeiro posto para divulgação voluntária, porém o último posto para qualidade da informação contábil.

4.3 Análise da relação entre qualidade da informação contábil e divulgação voluntária

A relação entre as variáveis qualidade da informação contábil e divulgação voluntária foi verificada por meio do teste não-paramétrico Tau de Kendall. Os resultados da relação, os quais foram obtidos com o auxílio do SPSS 20.0, mostram um coeficiente de correlação de 0,390 para 2012 e 0,148 para 2013, porém o p-valor foi de 0,224 para 2012 e 0,615 para 2013. Tais resultados sugerem que pode haver uma baixa relação positiva e significativa entre qualidade da informação contábil e divulgação voluntária. Isto significa dizer que quanto maior o índice de divulgação voluntária maior é a qualidade das informações contábeis divulgadas pelas empresas.

5. Considerações Finais

O presente estudo teve por objetivo analisar a correlação entre a qualidade da informação contábil e o nível de divulgação voluntária das empresas listadas no segmento Bovespa Mais no período de 2012 e 2013. Para isso utilizou-se como procedimento de coleta de dados a técnica análise de conteúdo. A análise dos dados foi realizada por meio de um estudo descritivo, e ainda por meio da Métrica de Distância Euclidiana e teste não-paramétrico coeficiente de correlação de *Kendall*, os quais foram calculados com o auxílio do SPSS 20.0.

Os achados da pesquisa demonstram que nenhuma empresa atendeu por completo os itens das métricas de divulgação voluntária (MDV) e qualidade da informação contábil (MQIC). Isto significa dizer que todas as empresas tiveram uma distância diferente de zero

(0) do cenário ideal. Os achados mostraram também que dos itens da MQIC houve um percentual maior daqueles que compõem a categoria relevância. Em relação a análise da divulgação voluntária verifica-se que os itens 2, 4, 5, 6, 9, 11, 13, 15, 16 e 17 foram plenamente divulgados pelas empresas. Além disso, há evidências de uma baixa relação positiva e significativa entre qualidade da informação contábil e divulgação voluntária.

Contudo, citam-se algumas limitações do estudo como pequeno número de empresas na composição da amostra, bem como a inclusão de outras variáveis que pudessem explicar a qualidade da informação contábil e divulgação voluntária das empresas. Salienta-se, porém que estudos futuros poderão ser realizados abrangendo uma amostra maior de empresa, com intuito de demonstrar se há de fato relação entre qualidade da informação contábil e divulgação voluntária, já que os resultados da presente pesquisa não foram conclusivos e, portanto não podem ser generalizados.

REFERÊNCIAS

- ALENCAR, R. (2007). *Nível de disclosure e custo de capital próprio no mercado brasileiro*. Tese de Doutorado em Controladoria e Contabilidade. Universidade de São Paulo, São Paulo.
- ALMEIDA, J. (2010). *Qualidade da informação contábil em ambientes competitivo*. São Paulo, Tese de Doutorado em Ciências Contábeis, Universidade de São Paulo da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade.
- ALVIM, P. (1998). O papel da informação no processo de capacitação tecnológica das micro e pequenas empresas [versão eletrônica], *Ciência da Informação*, Brasília, v. 27, n. 1, 28-35.
- ALVES, C. V. O., & LIMA; G.A.S.F. (2010). Reputação corporativa e nível de *disclosure* das empresas de capital aberto no Brasil [versão eletrônica], *Revista Universo Contábil*, ISSN 1809-3337 FURB, v. 6, n.1, 85-101.
- BARBOSA, J. S. (2014). *Métrica de qualidade da informação contábil sob a ótica dos analistas fundamentalistas: estudo comparativo com modelo Basu (1997)*, Dissertação de Mestrado em Ciências Contábeis. Universidade Federal do Paraná, Curitiba.
- BEUREN, I. M. (1991). *Divulgação de informações voluntárias em relatórios financeiros e seu relacionamento com a estrutura das empresas e características dos contabilistas*, Dissertação de Mestrado em Ciências Contábeis. Instituto superior de Ciências Contábeis.
- BIDDLE, G. C., & HILARY, G. (2006). *Accounting quality and firm-level capital investment [eletronic version]*, *Accounting Review*, v.81, n.5, 963-982.
- BARDIN, L. (1977). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- BIDDLE, G. C., HILARY, G., & VERDI, R. S. (2009). How does financial reporting quality relate to investment efficiency? [eletronic version], *Journal of Accounting and Economics*, v.48, n.2-3, 112- 131.
- BHATTACHARYA, N., DESAI, H., & VENKATARAMAN, K. (2007). *Earnings quality and information asymmetry: evidence from trading costs*. SSRN e Library.

BRANCO, M. C. (2006). Uma abordagem institucionalista da contabilidade. [versão eletrônica], *Revista Contabilidade & Finanças*, 2006, v. 17, n.42, pp. 104-112. Recuperado em 20 Mar, 2013, de <http://dx.doi.org/10.1590/S1519-70772006000300009>.

BM&FBOVESPA. *Bovespa Mais*. Recuperado em 01 fev, 2014 de <http://www.bmfbovespa.com.br/cias-listadas/Empresas-Listadas/BuscaEmpresaListada.aspx?indiceAba=2&seg=BM&Idioma=pt-br>.

CARVALHO, F. N. (2006). *A Evidenciação voluntária do Capital Intelectual: uma análise de conteúdo no,s anos 2000, 2002 e 2004 dos relatórios de Administração de Companhias brasileiras, com maior receita líquida segundo a BOVESPA*. Dissertação de Mestrado em Ciências Contábeis, Universidade Federal de Santa Catarina Florianópolis.

CARVALHO, F. L. (2012). *Qualidade das informações contábeis, restrição financeira e decisões de investimento: evidências para a América Latina*. Tese de doutorado em Engenharia da Produção, Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da Escola de Engenharia de São Carlos da Universidade de São Paulo.

CHOW, W.C., & WONG-BOREN, A. (1987). Voluntary financial disclosure by Mexican corporation. [eletronic version], *The Accounting Review*, USA, v.62, n.3, 533-541.

CONSONI, S. (2014). *Divulgação voluntária e sua relação com gerenciamento de resultados contábeis: evidências no contexto da convergência às normas internacionais de contabilidade no Brasil*. Dissertação de Mestrado em Ciências Contábeis. Universidade Federal do Paraná, Curitiba.

DAL-RI MURCIA, F. D., & SANTOS, A. (2009a). Fatores Determinantes do Nível de Disclosure Voluntário de companhias abertas no Brasil [versão eletrônica], *Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade*, v. 3, n. 2, art. 4, 72-95 ISSN 1981-8610.

DAL-RI MURCIA, F. D., & SANTOS, A. dos. (2009b). Principais Práticas de Disclosure Voluntário das 100 Maiores Empresas Listadas na Bolsa de Valores de São Paulo [versão eletrônica], *Revista Contabilidade e Controladoria*, v. 01, n. 01, 61-78.

DECHOW, P. M., & DICHEV, I. D. (2002). The Quality of accruals and earnings: the role of accrual estimation errors [eletronic version], *Accounting Review*, v.77, 35-59.

FALCÃO, E. (1995, setembro). Divulgação em demonstrações financeiras de companhias abertas. *Caderno de Estudos, FIPECAFI – FEA/USP*, n. 12.

FIELD, A. (2009). *Discovering Statistics Using SPSS*. 2. ed. Porto Alegre, Artmed.

FRANCIS, J., LAFOND, R., OLSSON, P. M., & SCHIPPER, K. (2004). Costs of Equity and Earnings Attributes [eletronic version], *The Accounting Review*, v. 79. Nº 4, 967-1010.

GONÇALVES, O., & OTT, E. (2002). *A evidenciação nas companhias brasileiras de capital aberto*. In: ENCONTRO NACIONAL DA ANPAD (ENANPAD), 26, 2002, Salvador. Anais... Salvador,

HEALY, P. M., & WAHLEN, J. M. (1999). A review of the earnings management literature and its implications for standard setting. *Accounting Horizons*, 13, 4, p. 365-383. Retrived 20 abril, 2013, <http://fisher.osu.edu/~young.53/Healy-Wahlen>.

HENDRIKEN, E.S., & VAN BREDA, M.F. (2009). *Teoria da contabilidade*. São Paulo: Atlas.

INCI, A.C., LEE, B.S., & SUH, J. (2009). Capital investment and earnings: international evidence [eletronic version], *Corporate Governance*, v.17, n.5, 526-545.

IUDÍCIBUS, S., MARTINS, E., & GELBCKE, E.(2006). *Manual de contabilidade das sociedades por ações* (Aplicável às demais sociedades). 7. ed. São Paulo: Atlas.

IUDÍCIBUS, S. (2010). *Teoria da Contabilidade – Totalmente atualizada, com capítulo especial sobre as novas abordagens á teoria contábil*. 10ª Ed. São Paulo: Editora Atlas.

KLANN, R. C., & BEUREN, I. M. (2012). *Gerenciamento de resultados: análise comparativa de empresas brasileiras e inglesas antes e após a adoção das IFRS*. In: Congresso ANPCONT, 6, 2012. Florianópolis.

LANG, M., & LUNDHOLM, R. (1992). *An empirical assessment of voluntary disclosure theory*. Working Papers. Research Paper n.1188, 1-54.USA: Stanford Graduate School of Business.

LAMBERT, R, LEUZ, C, & VERRECCHIA, R.E (2007). Accounting information, disclosure, and the cost of capital. [eletronic version], *Journal of Accounting Research*, New York, v.45, n2, p.385-420, May. Retrived 18 Setembro, 2011, Go to ISI>://000245066700008.

LIMA, G. (2007). *Utilização da teoria da divulgação para avaliação da relação do nível de disclosure com o custo da dívida das empresas brasileira*. 118 p. Tese de Doutorado em Controladoria e Contabilidade. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo.

LUNDHOLM, R. J. (2003). Historical accounting and the endogenous credibility of current disclosures [eletronic version], *Journal of Accounting, Auditing and Finance*, n.18, 207–229.

MALACRIDA, M., & YAMAMOTO, M. (2006). Governança Corporativa: nível de evidenciação das informações e sua relação com a volatilidade das ações no IBOVESPA [versão eletrônica], *Revista Contabilidade e Finanças*, edição comemorativa, 65-79.

MIRANDA, C. S., ARAÚJO, A. M. P., & MIRANDA, R. A. (2012). *Percepções sobre o ensino superior de contabilidade e o mercado de trabalho dos contadores: uma avaliação da população com curso superior completo ou em curso*. In: 12º Congresso USP de Controladoria e Contabilidade, 2012, São Paulo. Recuperado em 26 fevereiro, 2014, de <http://www.congressousp.fipecafi.org/artigos122012/536.pdf>.

MORAES, M. B. C. (2007). *Sistemas de informação contábeis: modelagem e aplicação de agentes inteligentes*. Dissertação de mestrado em engenharia. Escola de São Carlos da Universidade de São Paulo: São Carlos.

PATEL, S., BALIC, A., & BWAKIRA, L. (2002). Measuring transparency and disclosure at firm-level in emerging markets [eletronic version], *Emerging Markets Review*, NY, v.3, n.4, 327-337, Nov.

PONTE, V. M. R., & OLIVEIRA, M. C. (2004). A prática da evidenciação de informações avançadas e não obrigatórias nas demonstrações contábeis das empresas brasileiras [versão eletrônica], *Revista Contabilidade & Finanças - USP*, São Paulo, n. 36, 7 - 20.

RAFOURNIER, B. (1995). The determinants of voluntary financial disclosure by Swiss listed companies [eletronic version], *European Accounting Review*, Spain, v.4, n.2, 261-280.

ROTTINI, G. C. (2007). *Um Estudo a Evidenciação do Capital Intelectual, nos Relatórios da Administração das Entidades com maior Capital Social, Listadas Na Bovespa Nos Anos de 2005 e 2006*. Monografia em Ciências Contábeis. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

SCHULTZ, C. A, MARQUES, T. O, DAL-RI MURCIA, F, & HOFER, E. (2012). Disclosure voluntário de informações ambientais, econômicas e sociais em cooperativas do setor agropecuário. *Teoria e Prática em Administração*, v. 2, n. 2, 2012, 56-77, Paraná.

SILVA, A. C. R. (2006). *Metodologia da pesquisa aplicada à contabilidade: orientações de estudos, projetos, artigos, relatórios, monografias, dissertações, teses*. 2. ed. São Paulo: Atlas.

SHLEIFER, A., & VISHNY, R.W. (1997). A Survey of corporate governance [eletronic version], *Journal of Finance*, v.52, n.2, p.737-783, June. Retrived 9 Jun, 2011, de Go to ISI>://A1997XA18900012.

TEOH, S. H., WELCH, I. & WONG, T.J. (1998). Earnings management and the underperformance of seasoned equity offerings. *Journal of Financial Economics* v.50, 63-99.

VERDI, R. S. *Financial reporting quality and investment efficiency* (2006). Retrived 10 mai, 2013, de <http://www3.nd.edu/~carecob/Workshops/10-11Workshops/HopePaper091010.pdf>.

VERGARA, S. C.. (2006). *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. São Paulo: Atlas.

WEI, K.C.J., & ZHANG, Y. (2008). Ownership structure, cash flow, and capital investment: evidence from East Asian economies before the financial crisis. *Journal of Corporate Finance*, v.14, n.2, 118-132.

ZELENY, M. (1976). *Multiple criteria decision making Kyoto 1975*. Springer-Verlag-Berlin: Heidelberg.