

**INSTRUMENTOS PARA DETERMINAÇÃO DO ÍNDICE DE EVIDENCIAÇÃO DE INFORMAÇÕES
CONTÁBEIS**

**INSTRUMENTS FOR DETERMINING THE DISCLOSURE INDEX OF ACCOUNTING
INFORMATION**

**INSTRUMENTOS PARA DETERMINACIÓN DEL ÍNDICE PARA EVIDENCIAR INFORMACIONES
DE CONTABILIDAD**

Ilse Maria Beuren

Doutora em Controladoria e Contabilidade pela FEA/USP

Professora do Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis da Universidade Federal do Paraná - UFPR

Endereço: Av. Prefeito Lothário Meissner, n. 632, Campus III, CEP: 80210-170. Curitiba, PR, Brasil

Telefone: (41) 3360-4386

E-mail: ilse.beuren@gmail.com

Rodrigo Angonese

Consultor de Empresas

Doutor em Ciências Contábeis e Administração pela Universidade Regional de Blumenau – FURB

Endereço: Universidade de Passo Fundo, Campus I, BR 285, São José, CEP: 99001-970. Passo Fundo, RS, Brasil

Telefone: (54) 3316-8240

E-mail: rangonese@via-rs.net

Artigo recebido em 01/10/2014. Revisado por pares em 28/10/2014. Reformulado em 05/01/2015. Recomendado para publicação em 22/02/2015 por Ademar Dutra (Editor Científico). Publicado em 30/04/2015. Avaliado pelo Sistema *double blind review*.



RESUMO

Este estudo descreve as características de instrumentos citados na literatura para apuração do índice de evidenciação de informações contábeis. Pesquisa descritiva foi realizada por meio de análise documental, com abordagem qualitativa. Os resultados focalizam cinco temáticas que exprimem os cuidados necessários ao elaborar uma métrica de mensuração de evidenciação de informações contábeis: público-alvo e definição de informação coercitiva e voluntária; escolha da base de dados; extensão do instrumento de coleta de dados; fatores que interferem na métrica; e testes de confiabilidade. O estudo pode contribuir na identificação de métricas para mensurar a extensão da evidenciação de informações contábeis pelas empresas.

Palavras-chave: Evidenciação; Informações contábeis; Métricas; Extensão; Evidenciação voluntária.

ABSTRACT

This study describes the characteristics of instruments mentioned in the literature for calculating the disclosure index of accounting information. Descriptive research was conducted through document analysis with a qualitative approach. The results focus on five themes which express the care needed to develop a metric to measure the accounting information disclosure: target audience and definition of coercive and voluntary information; the choice of the database; extension of the data collection instrument; factors that interfere with the metric; and reliability testing. The study may contribute in identifying metrics for measure the extent of the accounting information disclosure by companies.

Keywords: Disclosure; Accounting information; Metrics; Extent; Voluntary disclosure.

RESUMEN

Este estudio describe las características de instrumentos citados en la literatura para apuración del índice para evidenciar informaciones de contabilidad. Investigación descriptiva fue realizada por medio del análisis documental con abordaje cualitativo. Los resultados focalizan cinco temas que expresen los cuidados necesarios al elaborar una métrica de mensuración para evidenciar informaciones de contabilidad: público objetivo y definición de información coercitiva y voluntaria; elección de base de datos; extensión del instrumento de coleta de datos; factores que interfieren en la métrica; y testes de confiabilidad. El estudio puede contribuir en la identificación de métricas para mensurar la extensión para evidenciar informaciones de contabilidad por las empresas.

Palabras-clave: Evidenciar; Informaciones de contabilidad; Métricas; Extensión; Evidenciar de manera voluntaria.

1 INTRODUÇÃO

A informação em geral e a informação contábil, em particular, cumpre seu papel quando oferece ao usuário subsídios para que o mesmo possa tomar a decisão que julgar mais adequada. A contabilidade deve gerar a informação de modo que seja útil ao processo de tomada de decisão. Muitas das informações empresariais mais relevantes e necessárias aos usuários são produzidas pela contabilidade.

As empresas, principalmente as que possuem seu financiamento atrelado à captação de recursos junto ao mercado de capitais, buscam disponibilizar o maior volume possível de informações, sejam elas coercitivas ou voluntárias, aos investidores. Esta preocupação possui, como alvo, cumprir com a necessidade de mantê-los informados sobre os diversos aspectos que se relacionam aos negócios da empresa, bem como de perspectivas futuras.

Para que a informação cumpra com seu papel, é necessário comunicá-la ao usuário. Considerando o foco específico deste estudo, o fenômeno da divulgação de informações contábeis é tratado pela Teoria da Divulgação. Cunha e Ribeiro (2008, p. 7) mencionam que a Teoria da Divulgação “é uma linha de pesquisa que tem por objetivo explicar o fenômeno da divulgação de informações financeiras”.

Salloti e Yamamoto (2005, p. 53) mencionam que a Teoria da Divulgação já vem sendo abordada internacionalmente desde a década de 80, e que o principal objetivo dessa linha de pesquisa é “explicar o fenômeno da divulgação de informações financeiras, a partir de diversas perspectivas”. A título de ilustração, os autores citam, como exemplos, “determinar qual é o efeito da divulgação de demonstrações contábeis no preço das ações, explicar quais as razões econômicas para que determinada informação seja divulgada voluntariamente”.

As informações divulgadas pelas empresas podem ser classificadas como voluntárias ou coercitivas (obrigatórias). A informação voluntária é aquela que é divulgada pela empresa espontaneamente. Diferente da informação obrigatória, que está prevista em ditames legais e é evidenciada de modo coercitivo em termos de conteúdo e formato

previamente definidos. Por sua vez, a informação voluntária depende apenas da decisão do gestor em divulgá-la, já que não há exigência legal para sua divulgação.

Em função da importância dessa linha de pesquisa para a área contábil, uma das principais preocupações dos pesquisadores é definir a métrica que revela a extensão da divulgação de informações contábeis pelas empresas, em especial as informações voluntárias. Healy e Palepu (2001, p. 426, grifo do autor) mencionam que “a mensuração da extensão do *disclosure* voluntário é uma das maiores limitações das pesquisas realizadas na área”.

A preocupação com essa temática, além de críticas à divulgação de informações em si e aos instrumentos de aferição da evidenciação de informações contábeis, em especial às informações voluntárias, tem sido expressada por diversos pesquisadores. Por exemplo, Botosan (1997, p. 335) menciona que o “nível de divulgação financeira não é facilmente mensurável, pois o desenvolvimento e a aplicação de um índice de transparência exigem avaliação subjetiva pelo pesquisador que aplicará a técnica”.

Considerando esse contexto, formulou-se a seguinte questão de pesquisa: Quais as características de alguns dos principais instrumentos citados na literatura para a apuração do índice de evidenciação de informações contábeis? Assim, o objetivo do estudo é descrever as características de alguns dos principais instrumentos citados na literatura para a apuração do índice de evidenciação de informações contábeis.

A pesquisa justifica-se por oferecer subsídios para entender o cuidado necessário para desenvolver e aplicar um instrumento a fim de medir a extensão da evidenciação de informações contábeis. Pesquisas que envolvem a investigação do nível de evidenciação de informações contábeis, como aquelas relacionadas ao custo do capital próprio, custo do capital de terceiros, e fatores determinantes da evidenciação de informações voluntárias, precisam mensurar o nível de informação voluntária praticado pela organização. Portanto, o indicador constitui-se em uma variável fundamental para qualquer pesquisa do gênero e, caso não seja mensurada com cuidado, o estudo pode oferecer resultados distorcidos.

A importância da evidenciação para o mercado de capitais é destacada por Levitt

(1998, p. 79), quando menciona que “o sucesso do mercado de capitais é diretamente dependente da qualidade da contabilidade e do sistema de evidenciação”. O autor explica que “sistemas de evidenciação que possuem padrões de alta qualidade fornecem aos investidores confiança e credibilidade nas demonstrações financeiras, e sem a confiança dos investidores, os mercados não podem operar”.

Bushman, Piotroski e Smith (2003, p. 3) mencionam que a “disponibilidade de informações é considerada um fator determinante da eficiência das decisões de alocação de recursos e crescimento numa economia”. Diante disso, a principal contribuição desta pesquisa reside em oferecer um panorama sobre os procedimentos utilizados para a elaboração de um instrumento que efetivamente possa revelar um índice que demonstre a extensão da divulgação de informações contábeis praticadas pelas empresas.

O estudo está estruturado em cinco seções, incluindo esta introdução. Na segunda apresenta-se o referencial teórico, dividido em três partes: Teoria da Divulgação; compromisso da evidenciação; e evidenciação voluntária e compulsória. A seção três relata os procedimentos metodológicos utilizados neste estudo. A seção quatro expõe a apresentação e análise dos resultados. A seção cinco apresenta as considerações finais, demonstrando os resultados em relação ao objetivo proposto.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico contempla três grandes tópicos. O primeiro aborda a Teoria da Divulgação. O segundo trata do compromisso da evidenciação da informação contábil. O terceiro faz uma incursão nas definições da evidenciação voluntária e compulsória.

2.1 TEORIA DA DIVULGAÇÃO

Informação é um elemento fundamental para o mercado de capitais, visto que está relacionada ao valor das organizações (HEALY; PALEPU, 2001). O problema do valor é ilustrado pela metáfora dos *limões* descrita por Akerlof (1970). No mercado existem empreendedores e investidores negociando empreendimentos. Naturalmente, existem bons e maus empreendimentos. A informação é necessária para identificar os bons e maus

empreendimentos. Se não houver informação, os empreendimentos tendem a serem avaliados por um valor médio. Portanto, quanto mais informação estiver à disposição do investidor, mais o investidor terá condições de julgar um valor justo pelo investimento (HEALY; PALEPU, 2001). Relacionando o contexto descrito ao mercado de capitais, percebe-se que a informação cumpre importante papel.

Entre o ano de 2000 e 2001, dois renomados autores, Dye e Verrecchia, a pedido do periódico *Journal Accounting and Economics*, realizaram discussões sobre o tema *disclosure*, que resultaram em artigos científicos. Esses trabalhos constituíram-se em marcos históricos, e acabaram por impulsionar as pesquisas relativas ao papel da evidenciação de informações no mercado de capitais, na busca de um corpo teórico suficiente para a explicação do fenômeno (DYE, 2001; VERRECCHIA, 2001).

Verrecchia (2001) menciona que não existe, ainda, uma Teoria da Divulgação definitiva. Entretanto, em seu estudo, propõe uma taxonomia dividida em três grandes categorias: pesquisa sobre divulgação baseada em associação; pesquisa sobre divulgação baseada em julgamento; e pesquisa sobre divulgação baseada em eficiência.

A categoria que trata das pesquisas baseadas em associação relaciona a divulgação e as mudanças no comportamento dos investidores que, individualmente, competem no mercado de capitais buscando a maximização de sua riqueza (VERRECCHIA, 2001). Dye (2001) menciona que modelos de evidenciação baseados em associação são utilizados para examinar preço, reação nos preços e volume de negociação, relacionados à introdução de uma nova informação para os participantes do mercado, sobre um ativo que tem um valor desconhecido.

As pesquisas baseadas em julgamento são aquelas que se propõem a investigar como os gestores e/ou organizações julgam a possibilidade de divulgação de informações que são de conhecimento da organização (VERRECCHIA, 2001). Dye (2001) menciona que, em uma relação comercial, na medida em que o vendedor vai oferecendo ao comprador maior volume de informação, o comprador terá mais argumentos e reavaliará o valor do bem que está sendo negociado. Assim, tem-se a concepção de que a informação afetar o

valor da organização. O papel do gestor é julgar a relação custo e benefício da divulgação de um maior volume de informações. No entanto, a organização incorre em um custo ao divulgar a informação, pois, caso contrário, não haveria restrição à divulgação de informações (VERRECCHIA, 2001).

As pesquisas sobre divulgação baseada em eficiência abrangem estudos que discutem qual arranjo de informações deve ser evidenciado à luz das preferências dos usuários, caracterizando-se como *ex-ante*, ou seja, analisadas em uma perspectiva que antecede a divulgação das informações ao mercado (VERRECCHIA, 2001). O autor menciona benefícios que advêm da divulgação de informações e um deles é a redução do custo de capital. Segundo Verrecchia (2001), à medida que aumenta o volume de informação divulgada, diminui o custo de capital. Como consequência, a empresa corre o risco de arcar com custos de propriedade. Em outras palavras, a revelação de informações estratégicas da empresa, nas mãos dos concorrentes, pode vir a acarretar perdas significativas. Assim, o autor pondera que deve haver uma análise do volume de informações que a empresa divulgará. Essa análise acontece *ex-ante*, de forma antecipada, objetivando divulgar ao mercado o volume de informações necessário para maximizar a relação custo *versus* benefício.

Enquanto Verrecchia (2001) menciona que ainda não existe uma Teoria da Divulgação definida, sugerindo uma taxonomia em três grandes áreas de pesquisa, Dye (2001) adverte que também não há uma Teoria da Divulgação voluntária. O autor classifica o fenômeno da divulgação voluntária como um caso especial da Teoria dos Jogos, sob a seguinte perspectiva: qualquer entidade que preveja a possibilidade de realizar divulgação voluntária tenderá a divulgar a informação que é favorável à empresa e não divulgar as informações que não são favoráveis à empresa. Menciona, ainda, que a decisão da empresa em praticar ou não a evidenciação voluntária dependerá de incentivos.

Para melhor esclarecimento, Dye (2001) ilustra como pode ser a interpretação da ausência da evidenciação de informações. Cita o exemplo de um vendedor de carros que expõe sobre a confiabilidade do carro; entretanto, não fala nada de sua *performance*. Se não há manifestação sobre a *performance* do carro, e entendendo que o gestor tenderá a

divulgar apenas as informações favoráveis, logo, infere-se que a *performance* do carro não é boa. Assim, o ato de praticar evidenciação maior do que aquela que é obrigatória para a empresa dependerá do interesse do gestor nesta divulgação.

Aplicando este raciocínio para o mercado de capitais, entende-se que informações divulgadas justificam o valor de mercado de uma empresa e, portanto, o comportamento do gestor será baseado nessa premissa. Abordada a classificação teórica das pesquisas, faz-se necessário discorrer sobre conceitos e compromissos que envolvem a evidenciação.

2.2 COMPROMISSO DA EVIDENCIAÇÃO

Evidenciação, no inglês, *disclosure*, implica divulgação de informação. Hendriksen e Van Breda (1999, p. 512) mencionam que “no sentido mais amplo da palavra, divulgação simplesmente quer dizer veiculação de informação”. Já de modo mais específico, Gibbins, Richardson e Waterhouse (1990, p. 122) definem *disclosure* financeiro como “qualquer comunicação deliberada, ou informação financeira, numérica ou qualitativa, requerida ou voluntária, por canais formais ou informais”.

Bushman, Piotroski e Smith (2003, p. 6) explicam que a transparência corporativa é entendida como “ampla disponibilidade de informações específicas sobre a empresa, participante do mercado de capitais, para partes interessadas que estão fora da empresa”. Restringindo o foco, Hendriksen e Van Breda (1999, p. 511) mencionam que o objetivo da divulgação financeira “é fornecer informações para a tomada de decisão”. No entanto, os autores advertem que, para se atingir o objetivo, é necessária a divulgação apropriada de dados financeiros e outras informações relevantes.

A evidenciação, conforme Ludícibus (1997, p. 115), “é um compromisso inalienável da Contabilidade com seus usuários e com os próprios objetivos”. Também esclarece que “as formas de evidenciação podem variar, mas a essência é sempre a mesma: apresentar informação quantitativa e qualitativa de maneira ordenada, deixando o menos possível para ficar de fora dos demonstrativos formais”. O autor destaca a relevância de “propiciar uma base adequada de informação para o usuário. Ocultar ou fornecer informação demasiadamente resumida é tão prejudicial quanto fornecer informação em excesso”.

Hendriksen e Van Breda (1999, p. 513) afirmam que “a divulgação fora das demonstrações financeiras propriamente ditas desempenha um papel muito importante no mercado global”. Para Gruning (2008), de acordo com Murcia e Santos (2009), o *disclosure* corporativo não se limita às demonstrações financeiras, mas abrange, também, outras informações, como aquelas relacionadas ao produto, consumidores, empregados, pesquisa e desenvolvimento, estratégia, governança corporativa.

A informação destacada pelos autores compreende aquela que é divulgada por diversos métodos, desde os tradicionais, como as informações contábeis divulgadas na prestação de contas publicada em jornais de grande circulação ou em meios eletrônicos, como a utilização da rede mundial de computadores (internet). A evidenciação deve contemplar tanto informações voluntárias como compulsórias.

2.3 EVIDENCIAÇÃO VOLUNTÁRIA E COMPULSÓRIA

A divulgação de informações pode ser classificada como voluntária ou compulsória (obrigatória ou coercitiva). Ronen e Yaari (2002) definem a evidenciação obrigatória como aquela que acontece em função de determinações legais ou regulamentares. Os autores mencionam que, quando informações obrigatórias não são divulgadas pelos gestores, há o direito das partes interessadas ingressarem com ações judiciais para exigir a publicação das informações. Também, quando a informação é de caráter obrigatório, há possibilidade de as partes interessadas ingressarem com ações judiciais para processar os administradores por omissão de informações ou apresentação enganosa.

O *disclosure* voluntário, conforme Meek, Roberts e Gray (1995), é a divulgação de informações que excede o que é recomendado legalmente, e configura-se em uma escolha livre por parte dos gestores na divulgação de informações adicionais aos usuários da contabilidade. Watson, Shrives e Marston (2002, p. 289) definem divulgação voluntária como aquela “que excede o requerido por leis, normas contábeis ou determinação de órgãos reguladores”. Portanto, a divulgação de informação voluntária caracteriza-se pela não exigência legal e, também, pela oportunidade do gestor escolher livremente quais informações serão divulgadas além daquelas exigidas legalmente.

Em consulta a pesquisas de âmbito nacional, foram identificadas semelhanças em ambas as concepções de evidenciação, voluntária e compulsória. Souza *et al.* (2008) referem-se às informações compulsórias como aquelas decorrentes de imposição legal. A respeito da evidenciação de informações voluntárias, Souza *et al.* (2008, p. 43) mencionam que “representam o conjunto de informações evidenciadas pelas companhias abertas que vai além das obrigações anteriormente mencionadas”, referindo-se àquelas coercitivas.

Abordados os elementos que consubstanciam a base teórica do estudo, ou seja, a Teoria da Divulgação, o compromisso da evidenciação pelas empresas e as definições para a evidenciação de informações compulsórias e voluntárias, na sequência são abordados os procedimentos metodológicos adotados para a pesquisa.

3 MÉTODO E PROCEDIMENTOS DA PESQUISA

Esta pesquisa classifica-se quanto aos seus objetivos como de caráter descritivo. Para Roesch (1999, p. 130), se o propósito da pesquisa é “obter informações sobre determinada população, por exemplo, contar quantos, ou em que proporção seus membros tem certa opinião ou característica, ou com que frequência certos eventos estão associados entre si, a opção é utilizar um estudo de caráter descritivo”.

Depreende-se do exposto que, na medida em que se procura, nesta pesquisa, conhecer as características de alguns dos principais modelos abordados na literatura de mensuração da extensão da evidenciação de informações contábeis, esta pesquisa possui caráter descritivo.

Quanto à abordagem do problema, classifica-se como qualitativa. Richardson (1989, p. 39) argumenta que os estudos qualitativos conseguem melhor “descrever a complexidade de determinado problema, analisar a interação de certas variáveis, compreender e classificar processos dinâmicos [...]”.

Assim, considerando que esta pesquisa propõe-se a descrever parte da complexidade que envolve o fenômeno da evidenciação, bem como possibilitar o entendimento das peculiaridades dos instrumentos utilizados para a mensuração da

extensão da evidenciação de informações voluntárias, a abordagem do problema é de natureza qualitativa.

Quanto aos procedimentos, esta pesquisa classifica-se como documental. Para Silva e Grigolo (2001), a pesquisa documental vale-se de materiais que ainda não receberam nenhuma análise aprofundada. Esse tipo de pesquisa visa, assim, a selecionar, tratar e interpretar a informação bruta, buscando extrair dela algum sentido e introduzir-lhe algum valor, podendo, deste modo, contribuir com a comunidade científica a fim de que outros possam voltar a desempenhar futuramente o mesmo papel.

Foram selecionados dois modelos para a mensuração da extensão da divulgação de informações voluntárias. Ambos foram utilizados em pesquisas internacionais, especificamente de Botosan (1997) e de Ettredge, Richardson e Scholz (2002). Esses estudos foram escolhidos por apresentarem em detalhes o instrumento de mensuração da evidenciação voluntária, além de serem estudos clássicos na área da evidenciação e publicados em periódicos de renome internacional nos Estados Unidos.

Além disso, os estudos são heterogêneos entre si. Enquanto Botosan (1997) avaliou o índice de *disclosure* tendo por base o documento *Reporte Anual*, Ettredge, Richardson e Scholz (2002) buscaram obter o nível de *disclosure* praticado pelas empresas em seus *websites*. A heterogeneidade dos modelos para a mensuração do nível de evidenciação das organizações é importante, pois enriquece a diversidade de abordagens que existe no universo de pesquisas que envolvem o fenômeno da evidenciação. Quanto mais heterogênea a abordagem, mais particularidades e características podem ser identificadas nos modelos de mensuração da extensão da evidenciação de informações contábeis.

4 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Nesta seção são descritos os modelos para a mensuração da extensão da evidenciação de informações contábeis, com ênfase nas informações voluntárias.

4.1 MODELO DE MENSURAÇÃO DO NÍVEL DE EVIDENCIAÇÃO UTILIZADO POR BOTOSAN (1997)

O estudo de Botosan (1997) foi publicado no periódico *The Accounting Review* sob o título *Disclosure level and the cost of equity capital*. Este estudo objetivou estudar a associação do nível de *disclosure* com o custo do capital próprio. Para mensurar o nível de evidenciação, o autor buscou informações para o modelo no documento *Reporte Annual Report* (Relatório Anual). O *Annual Report* é um documento considerado uma das fontes mais importantes de informações sobre as companhias (BOTOSAN, 1997).

A seleção dos itens que compuseram o índice de *disclosure*, conforme Botosan (1997), foi obtida mediante sugestões apontadas pelo *American Institute of Certified Public Accountants (AICPA)*; pela *Socially Responsible Investment (SRI)*, que pesquisa sobre a necessidade de informações de responsabilidade social aos investidores; e por estudos do documento *Annual Report* realizados pelo *Canadian Institute of Chartered Accountants*.

Os itens para mensurar o nível de evidenciação incluem cinco categorias de informações voluntárias identificadas por investidores e analistas financeiros como úteis para a tomada de decisão sobre investimentos (BOTOSAN, 1997). As cinco categorias envolvem: informações básicas; resumo dos resultados históricos; estatísticas não financeiras chaves; informações projetadas (futuras); discussão e análise gerencial. O modelo utilizado por Botosan (1997) é descrito no Quadro 1.

Quadro 1 - Instrumento para mensuração da evidenciação elaborado por Botosan (1997)

Resumo dos principais elementos do índice de <i>disclosure</i>
I Informações Básicas
i) Posicionamento sobre as metas corporativas ou objetivos;
ii) Discussão sobre barreiras de entrada;
iii) Ambiente competitivo;
iv) Descrição geral do negócio;
v) Principais produtos;

vi) Principais mercados.
II Resumo dos resultados históricos dos últimos 5 ou 10 anos
<p>i) Retorno sobre ativos ou suficiente informação para calcular este índice (exemplo: lucro líquido, imposto de renda, despesas financeiras e total de ativo);</p> <p>ii) Margem líquida ou informação suficiente para calcular esta margem (exemplo: lucro líquido, imposto de renda, despesas financeiras e faturamento);</p> <p>iii) Rotatividade de ativos ou informação suficiente para calcular este indicador (exemplo: vendas e total de ativos);</p> <p>iv) Retorno sobre o patrimônio líquido ou informação suficiente para calcular este indicador (Exemplo: lucro líquido e patrimônio líquido);</p> <p>v) Resumo das vendas e lucro líquido dos oito trimestres mais recentes.</p>
III Estatísticas não financeiras chaves
<p>i) Número de empregados;</p> <p>ii) Remuneração média por empregado;</p> <p>iii) Carteira de pedidos;</p> <p>iv) Percentagem das vendas de produtos concebidos nos últimos cinco anos;</p> <p>v) Fatia de mercado;</p> <p>vi) Unidades vendidas;</p> <p>v) Preço das unidades vendidas;</p> <p>vi) Crescimento das unidades vendidas.</p>
IV Informações Projetadas
<p>i) Previsão de fatia de mercado;</p> <p>ii) Fluxo de caixa projetado;</p>

<p>iii) Gastos de capital projetados ou com pesquisa e desenvolvimento;</p> <p>iv) Lucro projetado;</p> <p>v) Vendas projetadas.</p>
<p>V Discussão e análise gerencial</p>
<p>i) Mudanças nas vendas;</p> <p>ii) Mudanças no lucro operacional;</p> <p>iii) Mudanças no custo das mercadorias vendidas;</p> <p>iv) Mudanças no lucro bruto;</p> <p>v) Mudanças nas despesas de vendas e administrativas;</p> <p>vi) Mudanças nas despesas ou receitas financeiras;</p> <p>vii) Mudanças no lucro líquido;</p> <p>viii) Mudanças nos estoques;</p> <p>ix) Mudanças nas contas a receber;</p> <p>x) Mudanças nos gastos de capital ou com pesquisa e desenvolvimento;</p> <p>xi) Mudanças na fatia de mercado.</p>

Fonte: Botosan (1997, p. 332).

Botosan (1997) também justifica, em seu trabalho, os motivos que embasaram a escolha das informações descritas no Quadro 1. Ressalta, ainda, sua preocupação quanto aos pesos atribuídos aos itens que compõem o índice. Há uma preocupação nítida do autor de que empresas maiores possam obter maior índice de evidenciação, pelo fato de apresentarem uma estrutura operacional mais complexa. Exemplifica isto mencionando que companhias que operam em diferentes ramos podem, voluntariamente, apresentar maior volume de informação, se comparado com outras companhias que não possuem a mesma estrutura. Para eliminar esse viés, as informações sobre previsão de vendas e ganhos foram

ponderadas pela contribuição proporcional do segmento.

Botosan (1997) também limitou o índice de evidenciação para os itens que todas as empresas da amostra podem optar por divulgar, e não foram atribuídos múltiplos pontos para referências cujo item de divulgação era o mesmo. Além disso, à informação quantitativa foi atribuído peso maior do que à informação qualitativa, visto que a “informação precisa é mais útil e pode melhorar a reputação e credibilidade dos relatórios de gestão” (BOTOSAN, 1997, p. 334).

Cada item de evidenciação que a empresa apresentava gerava um determinado volume de pontos que, ao final, eram somados. O número de pontos obtido pela empresa era comparado com o número total de pontos que poderia ser obtido e, desta comparação, resultava seu índice de evidenciação. Para maior confiabilidade dos dados, testes não paramétricos foram efetuados. O autor também teve o cuidado de atribuir o mesmo peso (20%) para cada uma das cinco categorias, considerando a pontuação máxima possível.

Para testar a confiabilidade e consistência interna do índice, Botosan (1997) analisou a correlação entre o índice de evidenciação encontrado e outras duas variáveis: número de artigos escritos sobre a empresa no *Wall Street Journal* e número de analistas financeiros que a acompanhavam. Ambas as variáveis foram analisadas para o ano de 1990, mesmo ano da coleta dos dados para a determinação do índice de evidenciação. Essas variáveis eram consideradas potenciais *proxies* para avaliação da evidenciação das empresas. Botosan (1997) esperava uma correlação positiva e significativa, o que de fato aconteceu.

Finalmente, para avaliar a consistência interna do modelo de mensuração da extensão do *disclosure*, foi aplicado o teste de Alfa de Cronbach, que resultou em um índice de 0,64. O Alfa de Cronbach tem a finalidade de verificar se o instrumento mede o que se propõe a medir. Por regra geral, indicadores iguais ou superiores a 0,8 demonstram que o instrumento efetivamente é eficaz para atingir o objetivo a que se propõe. Botosan (1997) alerta que o índice de 0,64 pode constituir uma limitação; mas, mesmo assim, o instrumento para a mensuração do índice de evidenciação de informações contábeis mostrou-se

confiável.

4.2 MODELO DE MENSURAÇÃO DO NÍVEL DE EVIDENCIAÇÃO UTILIZADO POR ETTREDGE, RICHARDSON E SCHOLZ (2002)

O estudo de Ettredge, Richardson e Scholz (2002) foi publicado no *Journal of Accounting and Public Policy*, sob o título *Dissemination of Information for Investors at Corporate Web Sites*. Essa pesquisa abrangeu dois tipos de informações financeiras disponibilizadas na internet. Primeiro foram relacionadas aquelas informações contidas em relatórios já protocolados pelas empresas americanas junto à *Securities Exchange Commission (SEC)*. O segundo tipo de informação envolveu “todo o tipo de informação (voluntária) para outros investidores” (ETTREDGE; RICHARDSON; SCHOLZ, 2002, p. 357).

O objetivo do estudo foi investigar se a divulgação na internet de ambos os tipos de informação podem ser explicadas pelas teorias de incentivos para divulgar voluntariamente informações aplicadas aos meios mais tradicionais, tais como reuniões ou conferências com analistas (ETTREDGE; RICHARDSON; SCHOLZ, 2002). Em síntese, o estudo procurou verificar se os determinantes da evidenciação de informações voluntárias reconhecidos por meios tradicionais também explicavam a evidenciação de informações voluntárias por meio da internet.

As informações que compuseram o índice de divulgação de informações voluntárias foram obtidas a partir da consulta ao *website* das empresas. No estudo, a evidenciação foi “amplamente definida, como a informação que o pessoal que trata da relação com investidores considera de interesse para os investidores” (ETTREDGE; RICHARDSON; SCHOLZ, 2002, p. 361). O modelo para a mensuração no nível de divulgação de informações oferecido aos investidores por meio do *website* das empresas, suas características e as regras de pontuação são descritos no Quadro 2.

Quadro 2 - Instrumento para mensuração da evidenciação elaborado por Ettredge, Richardson e Scholz (2002)

Definição das variáveis dependentes	
Categoria: Arquivos requeridos	
Relatório anual	- Um ponto se o <i>site</i> apresenta uma versão completa do reporte anual (definido como MD&A, pronunciamentos financeiros, notas e parecer dos auditores) ou <i>excerpts thereof</i> ; - Zero se não consta nenhuma informação sobre o reporte anual.
Relatórios trimestrais	- Um se o <i>site</i> oferece relatórios semestrais, incluindo pronunciamentos financeiros; - Zero se não.
Outros arquivos	- Um se outros arquivos exigidos pela SEC, além dos reportes anuais e semestrais, estiverem disponíveis no <i>site</i> (exemplo: <i>Proxy statements</i>); - Zero se não.
<i>Link</i>	- Um se o <i>site</i> oferece um <i>link</i> para a base de dados EDGAR (Base de dados para consulta, junto à SEC); - Zero se não.
REQ	A soma dos pontos obtidos pelas características acima.
Categoria: Disclosure voluntário	
Recente	- Um ponto se dados financeiros mensais recentes estão disponíveis no <i>site</i> ; - Zero se não.
Visão geral	- Um se o <i>site</i> oferece uma visão geral abrangente do desempenho da empresa (perguntas frequentes, notícias rápidas, fatos recentes); - Zero se não.
Calendário	- Um se o <i>site</i> oferece um calendário de eventos do interesse do investidor (como a data de realização de ganhos); - Zero se não.
Notícias	- Um se o <i>site</i> oferece texto com as notícias financeiras recentes;

	- Zero se não.
Analistas	- Um se o <i>site</i> listar os analistas; - Zero se não.
Comentários	- Um se o <i>site</i> apresentar texto com comentários e apresentações (exemplo: <i>road shows</i>); - Zero se não.
Atual	- Um se o <i>site</i> oferecer o preço da ação em tempo real; - Zero se não.
Histórico	- Um se o <i>site</i> oferecer uma série histórica com o preço das ações; - Zero se não.
<i>Link</i>	- Um se o <i>site</i> oferecer um <i>link</i> para dados de ações em um <i>site</i> diferente; - Zero se não.
Corretora	- Um se o <i>site</i> oferecer informação sobre a(s) sua(s) corretora(s) (endereço ou <i>link</i>); - Zero se não.
Vantagens	- Um se o <i>site</i> discute as vantagens em manter as ações da companhia; - Zero se não.
Reinvestimento	- Um se o <i>site</i> oferece informações sobre o plano de reinvestimento de dividendos; - Zero se não.
VOL	A soma dos pontos das últimas doze características.
ÍNDICE	REQ + VOL

Fonte: Ettredge, Richardson e Scholz (2002, p. 363).

O instrumento para mensurar a extensão da divulgação de informações voluntárias pela *internet* constitui-se de duas partes. Na primeira parte a empresa deve informar no *site*

ou fazer constar um *link* que ofereça, ao usuário, a possibilidade de obter as informações que já estão disponibilizadas na SEC. Os autores justificam os motivos que os levaram a eleger como uma das características o *link* para a base de dados da SEC, chamada EDGAR. Nesta base de dados podem ser encontradas informações adicionais, que não estão presentes nos relatórios anuais ou semestrais.

A segunda parte do índice envolve aquelas informações que possuem característica voluntária. A soma da pontuação obtida pela empresa na primeira parte do trabalho resulta no índice denominado de REQ, representativo daquelas informações que são obrigatórias. Somando os pontos obtidos na segunda parte, obtém-se o índice VOL, que mensura o volume de informações voluntárias oferecidas pelas empresas. Finalmente, a soma dos índices REQ e VOL revela um índice que trata do volume geral de evidenciação oferecido aos investidores por meio do *website* das empresas. Os autores ainda destacaram que os *websites* das empresas foram consultados por dois pesquisadores e, após, os relatórios foram conciliados.

4.3 ANÁLISE DOS MODELOS APRESENTADOS

Para análise e discussão dos modelos, foram identificadas cinco temáticas norteadoras: público-alvo e informação voluntária; escolha da base de dados; extensão do instrumento de coleta de dados; fatores que interferem na métrica e testes de confiabilidade.

A primeira temática refere-se à definição do público-alvo da pesquisa e do que é informação voluntária. Nota-se que em ambos os estudos o público-alvo foi de investidores. A definição do público-alvo é importante, principalmente para definir a relevância da informação. Exemplificando, pode-se considerar a situação em que determinado estudo propõe-se a averiguar o nível de evidenciação voluntária de empresas do setor de bebidas voltado para um público caracterizado pela defesa do meio ambiente. Nesse contexto, a informação sobre o grau de qualificação técnica dos funcionários, mesmo sendo uma informação voluntária, provavelmente será considerada como não relevante para o público ambientalista. Neste caso, para o público ambientalista, a informação sobre os gastos

realizados com investimentos em ativos ambientais, também voluntária, torna-se mais relevante. Portanto, a construção de um instrumento de mensuração do nível de evidenciação de informações voluntárias requer, inicialmente, a seleção do público alvo, bem como das informações que este público julga relevantes para a tomada de decisão.

A segunda temática refere-se à escolha da base de dados. Para a apuração da evidenciação voluntária, torna-se necessário definir onde serão obtidas as informações. No estudo de Botosan (1997), as informações foram coletadas do documento *Annual Report*. No estudo de Ettredge, Richardson e Scholz (2002), os dados foram obtidos no *website* das empresas. Tanto o *website* como o Relatório Anual constituem-se meios de divulgação da informação. Este fator é importante, uma vez que o meio de divulgação da informação é um elemento fundamental para a comunicação da informação ao usuário. Sob a Teoria da Comunicação, somente há informação se esta for comunicada ao usuário (CASSARRO, 1998). Logo, um dos requisitos em estudos que envolvem mensuração do *disclosure* é assegurar que a base de dados escolhida para coletar a informação também seja uma base de dados utilizada pelo público alvo da pesquisa.

A terceira temática é a extensão do instrumento de coleta de dados. O instrumento utilizado por Botosan (1997) compõe-se de 35 itens, enquanto o instrumento utilizado por Ettredge, Richardson e Scholz (2002) compreende 16 itens. Quanto mais itens um instrumento apresentar, melhor tende a ser a percepção do nível de evidenciação e menor a probabilidade de erro. Provavelmente, um instrumento para a coleta do nível de *disclosure* voluntário não consegue envolver todas as informações relevantes aos usuários. Isso acontece porque mesmo os usuários sendo agrupados sob uma mesma linha de pensamento (por exemplo, ambientalistas), entre eles podem existir percepções diferentes de relevância. Alguns podem estar interessados em investimentos realizados pelas empresas no controle de gases que geram o efeito estufa, enquanto outros podem estar interessados em investimentos ligados ao tratamento de efluentes. Assim, quanto maior for o instrumento de coleta de dados e mais delimitado for o público-alvo da pesquisa, maior a probabilidade de se obter um índice que efetivamente mensure o que se propõem a medir.

A quarta temática trata dos fatores que interferem na métrica. Como relatado por

Botosan (1997), havia uma preocupação decorrente da possibilidade de empresas apresentarem um nível de evidenciação maior, pelo fato de terem tamanho e complexidade operacional maiores. Além disso, há possibilidade de se considerar pesos diferentes para informações diferentes. No estudo de Botosan (1997), informações quantitativas, que eram julgadas mais importantes pelos usuários, tiveram um peso maior na construção do índice, do que informações qualitativas. No estudo de Ettredge, Richardson e Scholz (2002), não aparece essa preocupação e percebe-se que, pelo instrumento apresentado, a informação voluntária que aponta motivos para o investidor manter as ações da empresa possui o mesmo peso que a informação da cotação do valor da ação no dia. Assim, julga-se que todas as informações do instrumento possuem a mesma importância para o investidor, o que possivelmente não é verdadeiro. Portanto, para a apuração do índice de evidenciação faz-se necessário eliminar possíveis vieses que possam surgir, decorrentes do tamanho e complexidade das organizações, bem como da importância das informações para os usuários.

A quinta temática trata dos testes de confiabilidade. É importante verificar se o instrumento de coleta de dados fornece uma medida que efetivamente mede o que se propõe medir. Botosan (1997) utilizou testes para validar a medida de evidenciação das informações contábeis. Além de correlacionar o índice obtido com outras medidas que também podem refletir o *disclosure*, utilizou testes não paramétricos e o teste de Alfa de Cronbach. Essa validação é fundamental para conferir credibilidade à pesquisa e mitigar possíveis críticas relacionadas a esse aspecto.

Além das cinco temáticas, salienta-se que a informação voluntária depende de alguns fatores, depende do país e da legislação em que a empresa está instalada. Já que a informação voluntária é definida como aquela que excede ao que é recomendado legalmente (MEEK; ROBERTS; GRAY, 1995), o conceito de evidenciação voluntária de informações contábeis depende das exigências legais de cada país. Em um mesmo país pode, ainda, existir regulamentação específica para determinados setores, o que possivelmente influenciará a métrica de mensuração da evidenciação voluntária.

Finalmente, deve-se destacar que, em ambos os estudos analisados, a definição dos

tópicos que compuseram a métrica de apuração do nível de evidenciação não foi apresentada pelos pesquisadores. No estudo de Botosan (1997), a definição dos itens que compõem a métrica de evidenciação foi definida a partir de sugestões apontadas pelo *American Institute of Certified Public Accountants (AICPA)*; pela *Socially Responsible Investment (SRI)*; e pelo *Canadian Institute of Chartered Accountants*. No estudo de Ettredge, Richardson e Scholz (2002), os itens que compõem a métrica foram sugeridos pelo pessoal que atua na área de relações com investidores.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O fenômeno da evidenciação de informações é importante, pois está diretamente relacionado com o mercado de capitais. A segurança e credibilidade que o mercado de capitais necessita depende da divulgação de informações, por parte das empresas, aos investidores. Além disso, empresas podem obter benefícios decorrentes da prática da divulgação de informações voluntárias.

Considerando esse contexto, esta pesquisa objetivou descrever as características de alguns dos principais instrumentos citados na literatura para a apuração do índice de evidenciação de informações contábeis. Os resultados da análise apontaram cinco temáticas que devem ser levadas em conta na construção de uma métrica para mensurar a extensão da evidenciação de informações voluntárias. As cinco temáticas são: público-alvo e definição de informação voluntária; escolha da base de dados; extensão do instrumento de coleta de dados; fatores que interferem na métrica; e testes de confiabilidade.

Para futuras pesquisas sobre a mensuração da evidenciação de informações contábeis, recomenda-se a construção de métricas que estabeleçam diferentes pesos para cada item de evidenciação. Assim, quanto maior a importância de determinado item utilizado na métrica, maior a pontuação do mesmo na métrica. O grau de importância deve ser atribuído pelo usuário, por exemplo, considerando que, em determinada métrica de *disclosure*, conste um item referente ao grau de instrução dos empregados. A este item deveria ser atribuído um determinado peso, segundo o grau de importância estabelecido pelo usuário. Logo, se determinada empresa apresentasse essa informação e ela obtivesse

peso 5 de importância, a métrica de *disclosure* somaria 5 pontos.

Quanto à importância da informação, entende-se que existem aquelas que são mais relevantes do que outras, o que remete ao conceito de relevância da informação. Assim, a mensuração da extensão da divulgação de informações voluntárias deve considerar a relevância da informação para o usuário. Se o usuário é o investidor do mercado de capitais, a extensão da divulgação de informações voluntárias deve ser mensurada por um instrumento que considere apenas as informações que esse público julgue relevante. De nada adiantará, por exemplo, mensurar o volume de informações voluntárias, sob o ponto de vista do investidor, a partir de um instrumento de mensuração utilizado para mensurar o volume de informações voluntárias sob o enfoque de ambientalistas. É recomendável construir a métrica de evidenciação voluntária considerando o perfil do usuário e o tipo de informação que lhe é relevante.

Pretende-se, com esta discussão, que a configuração de um instrumento de mensuração da evidenciação de informações contábeis, sejam elas voluntárias ou coercitivas, considere o impacto do *disclosure* para o usuário em seu processo de tomada de decisão, e não apenas a quantidade de informação divulgada. Com isso busca-se evitar que, embora elevado o nível de evidenciação de informações de uma empresa, a informação divulgada possa não ser relevante para o usuário em seu processo decisório.

Conclui-se que o estudo pode contribuir para futuras pesquisas na identificação de métricas para a mensuração da extensão da evidenciação de informações contábeis pelas empresas. Vale ressaltar que foram analisadas duas métricas de apuração da evidenciação de informações voluntárias. Outras métricas foram desenvolvidas por autores e também podem contribuir para melhor entendimento do fenômeno. Assim, recomenda-se que futuras pesquisas sobre a temática, a título de comparação, considerem outras métricas de mensuração da evidenciação de informações contábeis.

REFERÊNCIAS

AKERLOF, G.A. The market for 'lemons': quality uncertainty and the market mechanism. **Quarterly Journal of Economics**, v. 84, n. 3, p. 488-500, 1970.

BOTOSAN, C. A. Disclosure level and the cost of equity capital. **The Accounting Review**, v. 72, p. 323-349, 1997.

BUSHMAN, R.; PIOTROSKI, J.; SMITH, A. What determines corporate transparency? **Social Science Research Network**, April, 2003. Disponível em: <www.ssrn.com>. Acesso em: 22 out. 2010.

CASSARRO, A. C. **Sistemas de informações para tomada de decisões**. São Paulo: Pioneira, 1988.

CUNHA, J. V. A.; RIBEIRO, M. S. Divulgação voluntária de informações de natureza social: um estudo nas empresas brasileiras. **Revista de Administração Eletrônica USP**, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 1-23, 2008.

DYE, R. A. An evaluation of "essays on disclosure" and the disclosure literature in accounting. **Journal of Accounting and Economics**, Burlington, v. 32, p. 181-235, 2001.

ETTREDGE, M.; RICHARDSON, V.; SCHOLZ, S. Dissemination of information for investors at corporate web sites. **Journal of Accounting and Public Policy**, v. 21, p. 357-69, 2002.

GIBBINS, M.; RICHARDSON, A.; WATERHOUSE, J. The management of corporate financial disclosure: opportunism, ritualism, policies and process. **Journal of Accounting Research**, v. 28, p. 121-143, 1990.

HEALY, P. M.; PALEPU, K. G. Information asymmetry, corporate disclosure, and the capital markets: a review of the empirical disclosure literature. **Journal of Accounting and Economics**, v. 31, p. 405-440, 2001.

HENDRIKSEN, E. S.; VAN BRED, M. F. **Teoria da contabilidade**. São Paulo: Atlas, 1999.

IUDÍCIBUS, S de. **Teoria da contabilidade**. São Paulo: Atlas, 1997.

LEVITT, A. The importance of high quality accounting standards. **Accounting Horizons**, v. 12, p. 79-82, 1998.

MEEK, G.; ROBERTS, C.; GRAY, S. Factors influencing voluntarily annual report disclosure by U.S., U.K., and continental European multinational corporations. **Journal of International Business Studies**, v. 26, n. 3, p. 555-572, 1995.

MURCIA, F. D.; SANTOS, A. Principais práticas de disclosure voluntário das 100 maiores empresas listadas na Bolsa de Valores de São Paulo. In: CONGRESSO USP DE CONTROLADORIA E CONTABILIDADE, 9., 2009, São Paulo. **Anais...** São Paulo: FEA/USP, 2009. CD-ROM.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 1989.

ROESCH, S. M. A. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 1999.

RONEN, J.; YAARI, V. Incentives for voluntary disclosure. **Journal of Financial Markets**, v. 5, n. 3, p. 349-390, 2002.

SALOTTI, B. M.; YAMAMOTO, M. M. Ensaio sobre a Teoria da Divulgação. **Brazilian Business Review**, v. 2, n. 1, p. 53-70, 2005.

SILVA, M. B.; GRIGOLO, T. M. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 3. ed. Florianópolis: EDUFSC, 2001.

SOUZA, M. A.; CRUZ, A. P. C.; MACHADO, D. C.; MENDES, R. C. Evidenciação voluntária de informações contábeis por companhias abertas do sul brasileiro. **Revista Universo Contábil**, v. 4, n. 4, p. 39-56, 2008.

VERRECCHIA, R. E. Essays on disclosure. **Journal of Accounting and Economics**, Burlington, v. 32, p. 97-180, 2001.

WATSON, A.; SHRIVES, P.; MARSTON, C. L. Voluntary disclosure of accounting ratios in the UK. **British Accounting Review**, v. 34, p. 289-313, 2002.