

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SÓCIO-ECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

INFORMAÇÃO SEGMENTADA: UM ESTUDO À LUZ
DAS NORMAS EMITIDAS PELO IASC

NERI MÜLLER

FLORIANÓPOLIS – SANTA CATARINA – BRASIL

AGOSTO/2000

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SÓCIO-ECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**INFORMAÇÃO SEGMENTADA: UM ESTUDO À LUZ
DAS NORMAS EMITIDAS PELO IASC**

**Trabalho de Conclusão de Curso submetido ao Departamento de Ciências
Contábeis da Universidade Federal de Santa Catarina para obtenção do grau de
Bacharel em Ciências Contábeis.**

NERI MÜLLER

ORIENTADOR: PROFº. Dr. ALTAIR BORGERT

FLORIANÓPOLIS – SANTA CARTARINA – BRASIL

AGOSTO/2000

INFORMAÇÃO SEGMENTADA: UM ESTUDO À LUZ DAS NORMAS EMITIDAS PELO IASC

Autor: Acadêmico **NERI MÜLLER**

Esta monografia foi apresentada como trabalho de conclusão do Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Catarina, obtendo a nota média de 9,0 atribuída pela banca constituída pelos professores abaixo mencionados.

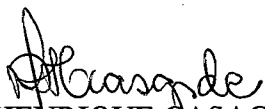
Florianópolis, 01 de agosto de 2000.


Profª. Msc. MARIA DENIZE HENRIQUE CASAGRANDE
Coordenadora de Monografia do Curso de Ciências Contábeis

Professores que compuseram a banca examinadora:


Profª. ALTAIR BORGERT - Presidente
Contador; Doutor em Engenharia de Produção


Profª. JOISSE ANTÔNIO LORANDI – Membro
Contador; Mestre em Contabilidade Gerencial


Profª. MARIA DENIZE HENRIQUE CASAGRANDE – Membro
Contadora; Mestre em Engenharia de Produção

O sucesso nasce do querer. Sempre que o homem aplicar a determinação e a persistência para um objetivo, ele vencerá os obstáculos e, se não atingir o alvo, pelo menos fará coisas admiráveis.

A Egon e Zenir, meus pais.

A Clério, Jonas, Ademir e Marinês, meus irmãos.

A Marilene Martendal De Aquino, minha namorada.

AGRADECIMENTOS

A Deus, que em todos os momentos está presente, iluminando meu caminho e me proporcionando forças para enfrentar os desafios da vida.

Aos pais, pelo apoio e incentivo demonstrados, e que, apesar da distância, sempre se fizeram presentes através da oração.

Aos irmãos, pela ajuda e compreensão nos momentos de dificuldades.

Meu agradecimento especial ao professor Dr. Altair Borgert, pessoa que admiro pela sua inteligência e simplicidade, que não mediu esforços para me auxiliar através de uma orientação clara e objetiva. Suas palavras motivadoras sempre me transmitiram ânimo para a execução deste trabalho.

Meus sinceros agradecimentos também ao professor Msc. Dauro Rodrigues Redaelli, que em muitos momentos demandou horas de trabalho no sentido de fornecer suporte bibliográfico sobre o tema deste trabalho, além de se dispor a discutir questões acerca do tema. Sua preocupação com o estudo de temas contábeis diversificados e com a qualidade do ensino me incitou à escolha do tema.

Aos professores, que contribuíram de forma exemplar para a minha formação acadêmica, à direção e aos funcionários do Departamento de Ciências Contábeis e à Secretaria do Curso, meus sinceros agradecimentos.

Agradeço de modo muito especial a minha namorada, que me incentivou, me apoiou e sempre me compreendeu pelos momentos de ausência. Também a sua família, pelo incentivo e pelo carinho demonstrados.

À empresa RG – Contadores Associados Ltda., bem como aos seus funcionários, pelo constante incentivo demonstrado e pelas oportunidades de aprendizado oferecidas.

Aos colegas do curso e amigos, que sempre souberam compartilhar suas amizades e contribuíram de alguma forma para o avanço no conhecimento.

Enfim, agradeço a todas as pessoas que de uma ou de outra forma contribuíram para que eu concluísse mais esta etapa da vida. Infelizmente, torna-se impossível citar a todos.

SUMÁRIO

RESUMO	01
 CAPÍTULO 1	
1 Introdução	03
1.1 Exposição do Tema	03
1.2 Justificativa, Problema e Objetivos	04
1.2.1 Justificativa	04
1.2.2 Problema	07
1.2.3 Objetivos	07
1.3 Metodologia e Limitações	08
 CAPÍTULO 2	
2 Origem e Evolução da Informação Segmentada	12
2.1 Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico - OCDE	12
2.2 Organização das Nações Unidas - ONU	13
2.3 União Européia - UE	14
2.4 O IASC e a Informação Segmentada	14
2.5 A Informação Segmentada nos Estados Unidos	15
2.6 Outras Exigências de Divulgação da Informação Segmentada	18
 CAPÍTULO 3	
3 Estudo da Norma Internacional de Contabilidade nº 14 - Revisada em 1997 ...	21
3.1 O Surgimento da Norma Internacional de Contabilidade nº 14	21
3.2 Objetivos da Norma Internacional de Contabilidade nº 14	22
3.3 Estrutura Básica da Norma Internacional de Contabilidade nº 14	23
3.4 As Exigências da Norma Internacional de Contabilidade nº 14	24
3.4.1 A Aplicabilidade da Norma	24
3.4.2 Definições de Segmentos de Negócios, de Segmentos Geográficos e de Segmentos Relatáveis	25
3.4.3 Definições de Termos Importantes	26
3.4.4 Identificação de Segmentos Relatáveis	28
3.4.5 Divulgação da Informação Segmentada	30

3.4.5.1	Formato de Informação Principal	31
3.4.5.2	Formato de Informação Secundária	32
3.4.6	Data Efetiva da Vigência da Norma	34

CAPÍTULO 4

4	Exemplos de Divulgação de Informações Segmentadas	36
4.1	Deutsche Lufthansa	36
4.1.1	Ilustração da Divulgação da Informação Segmentada da Lufthansa.....	38
4.1.2	Comentários Sobre as Informações Segmentadas da Lufthansa.....	38
4.2	Bayer	41
4.2.1	Ilustração da Divulgação da Informação Segmentada da Bayer.....	43
4.2.2	Comentários Sobre as Informações Segmentadas da Bayer.....	43
4.3	Análise da Informação Segmentada	44

CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES	46
---	-----------

BIBLIOGRAFIA	48
---------------------------	-----------

ANEXO 1 - Deutsche Lufthansa	50
---	-----------

ANEXO 2 - Bayer	59
------------------------------	-----------

RESUMO

Palavra-chave: Informação Segmentada

O objetivo desta monografia resume-se em trazer para o meio acadêmico alguns conhecimentos sobre informações contábeis segmentadas, ou seja, sobre informações de uma determinada empresa por linhas de negócio e/ou produto, ou por áreas geográficas. Para isso, apresentam-se as principais exigências quanto à elaboração e divulgação de informações segmentadas nos relatórios contábeis das empresas. A fim de atender a este objetivo, utiliza-se como referência a Norma Internacional de Contabilidade nº 14, emitida pelo International Accounting Standards Committee (IASC), a qual trata especificamente da informação segmentada.

Nesse sentido, inicialmente, evidencia-se a origem e a evolução da informação segmentada no contexto mundial, oportunidade em que é apresentado um histórico do tema em vários organismos internacionais e em alguns dos países que incluem a informação segmentada em suas normas contábeis.

Em seguida, é apresentado um estudo da Norma Internacional de Contabilidade nº 14, versão revisada de 1997, com o objetivo de abordar o surgimento da referida norma, sua importância e seu objetivo no contexto das normas emitidas pelo IASC. Da mesma forma, expõe-se a estrutura da norma e as principais exigências, incluindo-se entre estas, as definições de segmentos de negócios e geográficos, formas de identificação dos segmentos e aspectos relacionados com a divulgação da informação segmentada.

Por fim, demonstram-se dois exemplos práticos de divulgação de informações segmentadas, obtidos em relatórios contábeis publicados por duas empresas alemãs, quais sejam, a Deutsche Lufthansa e a Bayer, as quais elaboram suas demonstrações contábeis de acordo com as Normas Internacionais de Contabilidade, entre elas, a que trata da informação segmentada. Num primeiro momento, são apresentadas informações gerais sobre cada empresa e sobre os respectivos segmentos de negócios em que atuam. Em forma de anexos, são ilustradas partes dos relatórios contábeis, relativos ao exercício de 1998, publicados pelas duas empresas, onde estão inseridas as informações segmentadas. Finalmente, através da verificação das informações segmentadas, é feita uma análise com o intuito de apresentar as contribuições ou vantagens que essas informações proporcionam aos seus usuários. É estabelecido, também, um comparativo das informações contábeis segmentadas em relação às informações tradicionais divulgadas nas demonstrações contábeis, visando analisar o diferencial que aquelas oferecem aos usuários.

CAPÍTULO 1

INTRODUÇÃO

1 Introdução

O presente capítulo tem por objetivo apresentar uma visão geral da abordagem do trabalho, especificando seus aspectos introdutórios, com destaque para a exposição do tema discutido, a justificativa para a realização do estudo, a identificação do problema, a definição dos objetivos que se tenciona alcançar com o desenvolvimento do trabalho, bem como da metodologia utilizada e suas limitações.

1.1 Exposição do Tema

A contabilidade vem demonstrando empenho no sentido de incrementar a quantidade de informações úteis às decisões dos seus usuários. De acordo com Arcay (1991), ao se observar o conteúdo das publicações de natureza contábil nos últimos anos, verifica-se que um grande número de trabalhos apresenta uma preocupação em comum, qual seja, a utilidade e a qualidade das informações contábeis divulgadas pelas empresas. Segundo estatísticas divulgadas pela autora, por volta de 1950, a cada cem fusões de empresas que ocorriam, sessenta resultavam em uma grande companhia de uma mesma linha de negócios, ou seja, as fusões eram fundamentalmente do tipo vertical ou horizontal, constatando-se, portanto, algum tipo de relação entre os novos negócios empreendidos e os antigos. A partir de 1968, contudo, mais de cinquenta a cada cem fusões de empresas que aconteciam consistiam em firmas de diferentes atividades, ou melhor, surgia aí uma terceira forma típica de concentração de empresas, que eram os conglomerados. Com isso, intensificou-se a expansão das empresas para além das fronteiras nacionais, dando origem às empresas multinacionais.

Como consequência do exposto, surgiram empresas com a finalidade de fabricar e/ou negociar produtos diferentes, com a possibilidade, inclusive, de reuni-los em linhas de produto. Outro objetivo que as empresas apresentaram foi vender e/ou produzir tais produtos em áreas geográficas diversas, quer dentro do país, quer fora dele. Os resultados desses eventos são comunicados aos seus diversos usuários através da elaboração das Demonstrações Contábeis. A Demonstração do Resultado do Exercício evidencia o resultado total de uma empresa. Todavia, pode ser interessante aos usuários da informação contábil disporem de informações pormenorizadas, que não estejam contempladas na estrutura da Demonstração do Resultado do Exercício exigida pela Lei nº 6.404/76, tais como, distribuição da receita global e do resultado líquido por área geográfica, demonstração da receita por linha de produto e do resultado líquido por linha de produto. Uma informação mais elaborada ainda, seria a

combinação de demonstrações da receita e do resultado líquido por produto e por área geográfica. A evidenciação de tais informações complementa e diversifica a Demonstração de Resultado do Exercício e possibilita ao usuário conhecer qual o produto que mais contribui para a formação da receita e do próprio resultado final da empresa.

A geração dessas informações pormenorizadas recebe, na literatura contábil, a denominação de *Segment Reporting*¹, termo assim identificado na língua inglesa. Na língua portuguesa tem recebido a designação de “Informação Segmentada” ou “Informação Desagregada”.

Na literatura contábil brasileira, a informação segmentada ainda é pouco discutida no âmbito da contabilidade voltada para fins externos². No Brasil, o livro “Normas e Práticas Contábeis no Brasil” (FIPECAFI e Arthur Andersen, 1994) é considerado como uma das obras de referência contábil na nossa língua, porém, aborda a temática de forma superficial. Em vista do que foi exposto, o tema a ser discutido nesta monografia é a informação segmentada, como forma complementar de evidenciação do resultado de um período.

1.2 Justificativa, Problema e Objetivos

Para contextualização, apresenta-se, na sequência, a justificação para a realização de um estudo sobre a informação segmentada, a identificação do problema e os objetivos geral e específicos que norteiam o desenvolvimento deste trabalho.

1.2.1 Justificativa

Um dos objetivos das Demonstrações Contábeis é informar sobre o Patrimônio e o Patrimônio Líquido de uma empresa, bem como sobre seu resultado (lucro ou prejuízo). Segundo Marion (1998), as Demonstrações Contábeis geradas para fins externos devem atender, simultaneamente, às necessidades de informações de um conjunto diverso de usuários, tais como: acionistas, instituições financeiras, fornecedores, governo, sindicatos, analistas de investimentos.

¹Segment Reporting: Tem como objetivo relatar as informações contábeis por segmentos de empresa (informações sobre os diferentes tipos de produtos e serviços que uma empresa produz e as diferentes áreas geográficas em que opera).

² O trabalho limitou-se a apresentar um estudo da informação segmentada divulgada para fins externos, de acordo com as exigências estabelecidas pela Norma Internacional de Contabilidade nº 14, emitida pelo International Accounting Standards Committee (IASC). Portanto, não teve o intuito de verificar se a informação segmentada é discutida no âmbito da contabilidade voltada para fins gerenciais (internos).

Nos Estados Unidos, o Financial Accounting Standards Board (FASB), um dos grandes organismos responsáveis pela emissão de normas contábeis naquele país, assegura que a informação contábil útil deve ser dotada de “características qualitativas”, e as explicita no “Statement of Financial Accounting Concepts nº 2” (1980). No Brasil, o Conselho Federal de Contabilidade também demonstrou preocupação com as características qualitativas da informação contábil, abordando-as na NBC-T-1 (Resolução CFC nº 785, de 28 de julho de 1995)³.

Uma das características qualitativas das informações contábeis é a Relevância, que para este trabalho é entendida como algo que, se contida na informação, provoca modificação nas decisões dos usuários. Assim, a informação segmentada, quando inserida nas Demonstrações Contábeis, provavelmente, incrementa a característica Relevância de tais demonstrações.

Conforme publicações do FASB, a informação segmentada amplia a relevância das Demonstrações Contábeis, visto que tal órgão emitiu sua primeira norma sobre o assunto em dezembro de 1976, denominando-a “Financial Reporting for Segments of a Business Enterprise” (FAS 14). Os estudos do FASB evoluíram bastante, uma vez que a norma antes mencionada foi revogada e substituída por uma nova. Profundos estudos contribuíram para a geração da nova norma, o FAS 131, denominada “Disclosures About Segment of an Enterprise and Related Information”, de junho de 1997.

As normas contábeis dos países geralmente refletem as suas “culturas contábeis” e estas, os seus ambientes sociais, econômicos e legais. Neste contexto, o normatizador leva em consideração a sua concepção do que é ou não relevante para o usuário. Isso pode ser explicado por diversos fatores tais como, as diferenças nos sistemas legais, a influência da fiscalização, o tamanho e o prestígio da profissão contábil, o grau de estabilidade da moeda, o estágio do desenvolvimento econômico, as diferenças no tamanho e complexidade das empresas, o clima social e as diferentes fontes de capital.

Atualmente, as fronteiras físicas dos países já não são mais limitadoras de fluxos de capitais. É comum que grandes corporações atuem em um ou mais países simultaneamente. As fusões e incorporações de empresas vêm contribuindo significativamente para que as características de fabricar diversos produtos e em diferentes áreas geográficas se manifestem num número sempre maior. Na captação de recursos próprios ou de terceiros, as grandes

³ A Resolução CFC nº 785 evidencia várias características qualitativas da informação contábil, porém não inclui entre elas a característica Relevância.

corporações buscam bolsas de valores de diferentes países. Ganha corpo a exigência de uma harmonização das normas contábeis a nível mundial. O International Accounting Standards Committee (IASC) lidera este processo de harmonização emitindo suas Normas Internacionais de Contabilidade (NIC).

De acordo com Gadea (1993), o estudo da harmonização contábil a nível internacional é um dos temas de maior atração e complexidade, dentro do campo da investigação contábil atual. As tendências recentes do mundo financeiro e de negócios são um indicador de que a importância do estudo da harmonização contábil persista durante os próximos anos. A evolução que se constata em direção a uma globalização de mercados, produtos e serviços, por um lado, e para um usuário internacional cada vez mais exigente, por outro lado, são fatores que continuam encorajando a dedicação ao estudo de princípios de contabilidade internacionais.

Sobre o tema deste trabalho, o IASC se pronunciou pela primeira vez em agosto de 1981, através da Norma Internacional de Contabilidade nº 14, denominando-a “Reporting Financial Information by Segment”. Tal norma foi reformulada em 1994 e, na outra revisão, de 1997, ganhou nova redação passando a denominar-se “Segment Reporting”, mas mantendo o número de NIC 14.

Segundo a versão reformulada de 1994, o IASC, através da NIC 14, inicialmente apresenta um relato sobre os objetivos da informação segmentada. Dentre eles pode-se citar alguns mais importantes: apresentar informações por segmentos é fornecer aos usuários das demonstrações contábeis informações sobre o porte, contribuições ao resultado e tendências de crescimento das diferentes áreas geográficas e industriais, nas quais uma empresa diversificada opera. Taxas de lucratividade, oportunidades para crescimento, perspectivas futuras e riscos de investimentos podem variar consideravelmente entre segmentos industriais e geográficos. Assim, os usuários das demonstrações contábeis necessitam informações sobre os segmentos, para avaliar as perspectivas e riscos de uma empresa diversificada, o que não poderia ser determinado por meio de dados globais.

Se as empresas brasileiras pretendem se inserir num contexto mais amplo, é necessário que os responsáveis pelas suas contabilidades conheçam, entre outros assuntos, a informação segmentada, a qual, como já foi mencionado, é timidamente tratada na literatura contábil brasileira. Justifica-se então, através desta monografia, trazer para o meio contábil brasileiro, conhecimentos sobre informação segmentada, que estão disseminados na literatura internacional, com vistas a minimizar a carência do conhecimento do assunto no Brasil.

Tendo em vista que muitos países estão fazendo com que suas normas convirjam para as exigências das Normas Internacionais de Contabilidade emitidas pelo IASC, aquele conhecimento antes aludido será feito através do exame de uma norma do IASC.

1.2.2 Problema

Pacter (1994), na sua "Reporting Financial Information by Segment", fez um estudo sobre a prática da informação segmentada em 58 países. Ao final da pesquisa, afirmou que em países, tais como a Austrália, Nova Zelândia, Estados Unidos, Canadá e em países membros da União Européia, a informação segmentada é discutida, como também é operacionalizada, de maneira compulsória, quando da elaboração das demonstrações contábeis para fins externos. Em outros países, a exemplo do México e do Uruguai, a informação segmentada é conhecida nos meios contábeis, apesar de sua operacionalização não ser compulsória. Neles, eventualmente, a informação segmentada é divulgada espontaneamente. No Brasil, o assunto não é tratado com intensidade na literatura específica. Com relação à sua operacionalização, nada se pode afirmar a não ser que se compulsasse exaustivamente demonstrações contábeis publicadas por empresas nacionais.

A informação segmentada, por incrementar as informações contábeis para usuários externos, amplia a Relevância, aqui entendida como uma das características qualitativas das quais devem ser dotadas as informações contábeis. Uma vez ampliada a Relevância, aumenta a quantidade de informações disponíveis para que os usuários externos as utilizem em seus processos decisórios. A problemática desta monografia envolve a apresentação das exigências que estão sendo sugeridas pelo International Accounting Standards Committee ⁴ (IASC), no que se refere à elaboração e à divulgação da informação segmentada.

1.2.3 Objetivos

O objetivo geral desta monografia é apresentar as principais exigências quanto à evidenciação da informação segmentada nos relatórios contábeis das empresas. Dessa forma, utiliza-se basicamente como referência, a Norma Internacional de Contabilidade Nº 14,

⁴ O Comitê Internacional de Normas Contábeis foi criado em 29 de junho de 1973, com sede em Londres, cujos objetivos são o de formular e publicar padrões de contabilidade a serem observados na apresentação das demonstrações contábeis, e trabalhar no sentido de incrementar a harmonização dos regulamentos, normas contábeis e procedimentos relativos à apresentação das demonstrações contábeis.

emitida pelo International Accounting Standards Committee, uma vez que tal norma aborda especificamente e de maneira aprofundada esse tema.

Para que o objetivo geral seja atingido, decorrem como necessários, os seguintes objetivos específicos:

- Apresentar o conceito da informação segmentada;
- Descrever o surgimento e a disseminação da informação segmentada no contexto contábil mundial, por meio de um breve relato histórico sobre o tema;
- Através de relatórios contábeis obtidos de empresas estrangeiras, pretende-se ilustrar casos concretos de evidenciação de informação segmentada e que estejam, preferencialmente, em conformidade com a Norma Internacional de Contabilidade nº 14, já na versão revisada de 1997.

1.3 Metodologia e Limitações

A metodologia constitui parte integrante deste trabalho, cuja finalidade é estabelecer os procedimentos utilizados no delineamento da pesquisa.

Barras e Lehfeld (1986, p. 48) definem o conhecimento como o “resultado de um processo histórico que supõe necessariamente formas progressivas de educação, evolução e desenvolvimento, abrangendo sempre em todas as circunstâncias bio-psico-sociais do homem elementos básicos que o definem como sujeito e objeto”.

O homem convive numa realidade em que se faz necessária a busca incessante do conhecimento, com o objetivo de transformar sua própria natureza.

Segundo Asti Vera (1974, p. 12), o ponto de partida da pesquisa encontra-se no “problema que se deverá definir, examinar, avaliar, analisar criticamente, para depois ser tentada uma solução”.

Apresentar respostas para dúvidas ou problemas constitui-se finalidade básica de uma monografia e, para tanto, busca-se responder à questão formulada neste projeto de monografia, qual seja, apresentar as exigências feitas pelo IASC, quando empresas divulgam a informação segmentada no corpo de seus relatórios contábeis para fins externos. Através do desenvolvimento dos objetivos deste estudo obtêm-se a resposta e para isso torna-se necessária a realização de uma pesquisa de natureza bibliográfica.

Carvalho (1989, p. 10) define a pesquisa bibliográfica como “a atividade de localização e consulta de fontes diversas de informação escrita, para coletar dados gerais ou específicos a respeito de um determinado tema”.

Uma monografia caracteriza-se por um estudo aprofundado sobre determinado tema, com o intuito de resolver problemas e propor soluções. Trata-se, portanto, do estudo sobre um tema específico e que deve obedecer a uma metodologia, investigando-o em seus vários aspectos.

Salomon (1972, p. 207) define monografia como o “tratamento escrito de um tema específico que resulte de interpretação científica com o escopo de apresentar uma contribuição relevante ou original e pessoal à ciência”.

A monografia baseia-se na análise de uma nova forma de evidenciação do Patrimônio e do Patrimônio Líquido de uma empresa, ou seja, ela objetiva estudar os principais procedimentos para a elaboração das demonstrações contábeis com vistas a evidenciar as informações contábeis por segmentos de empresa. A expressão “demonstrações contábeis”, utilizada neste trabalho, deve ser entendida como sendo o conjunto de todas as demonstrações contábeis divulgadas pelas empresas, englobando, inclusive, as notas explicativas.

Por se tratar de tema pouco abordado por autores nacionais, esta pesquisa se fundamenta em consulta a capítulos de livros, artigos de revistas e legislações publicadas principalmente na língua inglesa e espanhola, além de pesquisas na internet. Na literatura internacional, examina-se essencialmente a Norma Internacional de Contabilidade nº 14, emitida pelo IASC, a qual trata detalhadamente da informação segmentada em seu conteúdo.

Um dos fatores que motivou a realização de um estudo sobre informação segmentada foi a quase inexistência de trabalhos empíricos sobre o assunto no país.

Inicialmente, foi coletada a bibliografia pertinente à escolha do tema da pesquisa. Na sequência, procedeu-se à leitura da referida bibliografia, selecionando-se o material julgado relevante para o desenvolvimento do trabalho.

Tendo em vista que o tema desta monografia possui sua bibliografia quase totalmente na língua inglesa, foi necessário, para que houvesse maior rendimento quando da redação do trabalho, realizar a tradução de vários textos.

Tendo em vista que um dos objetivos desta monografia é ilustrar com relatórios contábeis contendo a informação segmentada, decidiu-se por verificar relatórios de empresas estrangeiras, basicamente de países onde a legislação já obriga a evidenciação de tal informação. Foram consultados relatórios anuais disponibilizados pelo Banco de Relatórios Anuais de Empresas Estrangeiras, do Departamento de Ciências Contábeis (UFSC). Uma vez tendo disponível os relatórios, procedeu-se a uma análise, a fim de selecionar quais empresas

eram conhecidas no cotidiano e as que melhor evidenciaram as informações segmentadas nos relatórios.

A pesquisa não abrangeu uma análise aprofundada de todos os aspectos relacionados com a informação segmentada, por se tratar de um assunto já discutido por vários organismos internacionais, cada qual com suas exigências.

CAPÍTULO 2

ORIGEM E EVOLUÇÃO DA INFORMAÇÃO SEGMENTADA

2 Origem e Evolução da Informação Segmentada

O fato de a informação segmentada ser considerada útil tem levado diferentes organismos, públicos e privados, nacionais e internacionais, à emissão de normas e recomendações para a elaboração e divulgação de informações por segmentos de negócios e geográficos. Não apresentar informações segmentadas pode causar um possível efeito negativo sobre determinada empresa, visto que os usuários podem interpretar tal procedimento como uma intenção de ocultá-las, se comparado com similares que as apresentam. Nesse sentido, a seguir, são discutidos e apresentados alguns organismos que demonstram preocupação com relação à elaboração e à divulgação de informações segmentadas.

2.1 Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico - OCDE

Conforme pesquisa efetuada na homepage¹ do órgão, este agrupa vinte e nove países membros, sendo vinte e um da Europa, e os demais de outros continentes (entre eles: Japão, Estados Unidos, Canadá, México, Coreia). A OCDE surgiu em 1948 e está sediada na cidade de Paris, na França. É uma organização que tem como objetivo principal oferecer aos governos um *fórum* para discutir e desenvolver políticas econômicas e sociais. O organismo compara experiências e procura respostas para problemas comuns, além de trabalhar no sentido de coordenar políticas nacionais e internacionais na tentativa de uniformizar as práticas contábeis entre os países membros.

De acordo com Arcay (1991), a preocupação deste organismo quanto à harmonização de práticas contábeis nasce como consequência do desenvolvimento de empresas multinacionais. Elas provocam forte impacto econômico, político e social nos países onde se instalam. Como decorrência disso, tanto seus acionistas/gestores como os usuários dos países hospedeiros, exigem informações de como estas empresas controlam e distribuem seus recursos internacionalmente. Como resposta a essas pressões, em junho de 1976, a OCDE aprovou a “Declaração para os Investimentos Internacionais e Empresas Multinacionais”, com vistas a proporcionar às empresas multinacionais um código de conduta a ser empregado em

¹ www.oecd.org

suas operações nos países membros, objetivando proporcionar maior transparência para as atividades desenvolvidas naqueles países.

Esse código de conduta, ainda segundo Arcay (1991), abrange mais aspectos, além dos relativos à apresentação de informações segmentadas. Tratando-se da informação segmentada, estabelece regras específicas acerca dos dados a serem apresentados, tanto sobre a atuação das empresas num contexto geral, como no que se refere às suas atividades em diversas áreas geográficas ou linhas de negócio. As normas da OCDE são elaboradas com base nas opiniões dos países membros, tratando-se de fixar um nível mínimo de exigências informativas similares em todos os países membros. Como ela não dispõe, por si mesma, de mecanismos coercitivos para impor a sua aplicação, tal nível só é alcançado se as recomendações de cada país garantem a aplicação das normas.

2.2 Organização das Nações Unidas - ONU

A ONU, cuja sede fica em New York, foi fundada no dia 25 de junho de 1945, ao final da Conferência Internacional das Nações Unidas. O propósito principal da organização, segundo Pallares (1952), é manter a paz e a segurança internacional e com isso tomar medidas coletivas eficazes para prevenir e eliminar ameaças de paz. Outro objetivo deste órgão é realizar a cooperação na solução de problemas internacionais de caráter econômico, social, cultural e humanitário, e desenvolver o estímulo do respeito aos direitos humanos.

Desde o ano de 1975, conforme Arcay (1991), foram criados, sucessivamente, grupos internos de pessoas com o objetivo de estudar questões relativas à harmonização de práticas contábeis que dispõem sobre a apresentação de informações das empresas multinacionais. As atividades desses grupos baseiam-se na emissão de normas que compilam recomendações sobre registro de informações financeiras e não financeiras, as quais devem ser incluídas nos relatórios anuais publicados por este tipo de empresas.

A divulgação de informações contábeis por áreas geográficas e por segmentos de negócios, tanto para demonstrações contábeis consolidadas como para as demonstrações que correspondem a uma das empresas do grupo, considerada de forma isolada, é uma das recomendações constantes das normas emitidas.

Pelo fato de ser um organismo composto por um número considerável de países, a influência da ONU poderia ser notável no sentido de conseguir a harmonização internacional. Da mesma forma como se sucede com a OCDE, as suas normas são adotadas voluntariamente pelas empresas.

2.3 União Européia - UE

A União Européia² é o resultado de um processo de cooperação e integração, entre os países europeus, que iniciou em 1951. O órgão tem sua sede na cidade de Bruxelas, na Bélgica e tem como principais objetivos: promover o progresso econômico e social; solidificar a identidade da União Européia no cenário internacional; introduzir a cidadania européia; desenvolver um ambiente de liberdade, segurança e justiça e manter e construir uma legislação européia supranacional.

O órgão publicou a IV Diretiva, a qual marcou uma etapa muito importante na evolução histórica da regulamentação contábil. Dentre as divulgações de informações requeridas pela IV Diretiva encontram-se as relativas à segmentação por áreas geográficas e por linhas de negócio. Para a UE, conforme Julve (1980), a divulgação de informações por categorias de atividade oferece dados em torno da diversificação introduzida nas atividades da empresa. A divulgação de informações por mercados geográficos, ainda segundo Julve (1980), informa sobre o destino dos produtos e serviços da empresa, ressaltando sua independência comercial da mesma, possibilitando conhecer o grau de dependência das exportações, avaliando em cada caso as circunstâncias dos países de destino. Uma vantagem que a UE possui em relação aos demais organismos está no fato de que a aplicação das suas normas é mais segura, devido à obrigatoriedade de inclusão na legislação nacional de cada país membro.

2.4 O IASC e a Informação Segmentada

O International Accounting Standards Committee (IASC), cuja sede é a cidade de Londres, foi fundado no ano de 1973, com o objetivo de trabalhar pela harmonização das práticas contábeis mundialmente. Tal órgão emitiu sua primeira norma sobre o assunto em 1981, a Norma Internacional de Contabilidade nº 14 (NIC 14), denominando-a “Reporting Financial Information By Segment”. Esta norma, segundo Pacter (1994), contém definições sobre segmentos industriais e geográficos e permite que empresas identifiquem os segmentos industriais baseados nos tipos dos produtos e serviços vendidos ou nos tipos de clientes e mercados para quem foram vendidos. Similarmente, os segmentos geográficos podem ser identificados com base na localização das operações (origem das vendas) ou localização dos

² www.europa.eu.int

clientes (destinação das vendas). Para cada segmento industrial e geográfico, a norma requer a divulgação das receitas de vendas para clientes externos, vendas entre segmentos, lucros operacionais e ativos para cada segmento significativo. A NIC 14 foi publicada em 1981 e efetivamente vigorou para períodos contábeis iniciados em 1º de janeiro de 1983, ou após essa data.

Em 1994, a NIC 14, originalmente aprovada, foi reformulada, porém, não foram feitas mudanças substanciais no texto. Apenas foram alterados alguns termos para atualizar certas terminologias, mantendo inclusive, a mesma denominação.

Já em 1997, a diretoria do IASC aprovou a NIC 14 revisada, agora denominando-a “Segment Reporting”. A NIC 14 revisada entrou efetivamente em vigor para períodos contábeis iniciados em 1º de julho de 1998, ou após essa data. A exemplo da outra norma, esta requer que a informação seja reportada por segmento de negócio e por segmento geográfico. A NIC 14 revisada apresenta informações mais detalhadas para a identificação dos segmentos de negócios e geográficos. A norma requer, ainda, que a empresa verifique sua estrutura organizacional interna e seu sistema interno de relatórios contábeis, também como forma de identificar tais segmentos. A NIC 14 revisada fornece, também, orientações mais pormenorizadas quanto à especificação da receita e da despesa que devem ser incluídas ou excluídas na receita ou na despesa do segmento.

2.5 A Informação Segmentada nos Estados Unidos

O interesse pela informação segmentada, nos Estados Unidos, segundo Arcay (1991) surgiu a partir de 1960, assinalado pelo movimento de concentração de empresas e pelo aumento de suas operações com os países estrangeiros. As discussões sobre a quantidade de informações a serem divulgadas por empresas diversificadas já existiam há vários anos. Porém, os primeiros passos para uma regulamentação ocorreram em 1964, quando um comitê preocupado com as questões de truste e monopólio realizou algumas sessões sobre a concentração econômica, cujo eixo central girou em torno das companhias diversificadas e dos conglomerados. Nas atas dessas reuniões constavam recomendações no sentido de requerer das corporações a divulgação de receitas auferidas e das despesas incorridas, em cada uma das operações realizadas, como forma de suprir as necessidades de informações dos acionistas, investidores e autoridades governamentais.

A informação segmentada, ainda de acordo com Arcay (1991), foi amplamente discutida durante um período de três anos, entre os diversos setores da comunidade financeira

interessados no assunto, tanto em reuniões profissionais como em publicações. Participou desses estudos a Comissão de Princípios Contábeis (Accounting Principles Board - APB), comissão esta que fazia parte do American Institute of Certified Public Accountants - AICPA, a qual publicou um documento que trata da divulgação de informações segmentadas. Neste documento não é estabelecida a obrigatoriedade da apresentação de tais informações, sendo recomendado, unicamente, que as empresas revisem suas circunstâncias, cuidadosa e objetivamente, com vistas à divulgação de informações suplementares sobre os segmentos de negócios.

Em setembro de 1968, a Securities and Exchange Commission (a “Comissão de Valores Mobiliários norte-americana”), depois de considerar as recomendações da AICPA, propôs uma emenda no sentido de incorporar a informação de vendas e resultados antes dos impostos e de partes extraordinárias por segmento de negócio. Em julho de 1969, após debatida, esta proposta instituiu a primeira exigência obrigatória para as empresas que estavam sujeitas a apresentar informações àquele organismo (Arcay: 1991, pág. 69).

O reconhecimento demonstrado pela comunidade e pela profissão contábil, da importância da informação segmentada e da necessidade de estabelecer normas gerais para sua divulgação, levou um outro grande organismo de regulamentação contábil norte-americano, o Financial Accounting Standards Board - FASB, em 1973, a incluir esse assunto entre os sete primeiros projetos técnicos da agenda de trabalho da comissão. Vale ressaltar que o FASB foi o sucessor da AICPA. Em maio de 1974, submeteu à discussão um documento sobre o tema denominando “Uma análise dos assuntos relativos às informações contábeis por segmentos de uma empresa”. Um ano depois, em setembro de 1975, publicou uma proposta de norma onde expressa a opinião de que a publicação desses dados permite uma verificação mais aprofundada da atuação passada da empresa e de suas perspectivas de riscos futuros (Arcay: 1991, pág. 70).

O empenho do FASB nesse sentido, de acordo com Arcay (1991), conduziu ao surgimento do Financial Accounting Standard nº 14 (FAS 14), sob a denominação de “Financial Reporting for Segments of a Business Enterprise”, emitido em dezembro de 1976. Tal norma requer que as empresas publiquem informações segmentadas sobre os segmentos industriais e as áreas geográficas onde elas operam e sobre seus clientes mais importantes, além de vendas ao exterior. O FAS 14 requer a apresentação de informações segmentadas com o objetivo de auxiliar os usuários das demonstrações contábeis na análise e compreensão da atuação passada da empresa e de suas perspectivas futuras.

Certos pormenores relacionados com a informação segmentada, conforme Arcay (1991), foram objeto de normas específicas. Para isso, o FASB publicou as seguintes normas, que complementam e alteram informações constantes do FAS 14:

- Em novembro de 1977: FAS 18 – “Financial Reporting for Segments of a Business Enterprise – Interim Financial Statements”;
- Em abril de 1978: FAS 21 – “Suspension of the Reporting of Earnings per Share and Segment Information by Nonpublic Enterprises”;
- Em dezembro de 1978: FAS 24 – “Reporting Segment Information in Financial Statements That Are Presented in Another Enterprise’s Financial Reporting”;
- Em agosto de 1979: FAS 30 – “Disclosure of Information about Major Customers”;

O FASB, preocupado com a melhora e a reformulação do FAS 14, encomendou a Paul Pacter um estudo com vistas a levantar dados e opiniões relativos às exigências de informações segmentadas. Tal estudo, de acordo com Pacter (1993), aborda, principalmente, o seguinte: evolução e o estado atual das exigências para divulgações contábeis desagregadas nos Estados Unidos; revisão das normas internacionais para divulgações desagregadas, oportunidade em que se estabeleceram análises entre os diferentes órgãos normatizadores; exame de opiniões dos usuários das demonstrações contábeis sobre divulgações desagregadas; resumo de análises das práticas existentes sobre informação segmentada; análise do custo das divulgações desagregadas, bem como o número de estudos de campo sobre práticas atuais de evidenciação contábil. O referido estudo foi publicado pelo FASB, em 1993, com o nome “Reporting Disaggregated Information”

Devido a importância atribuída ao tema informação segmentada, o FASB continuou a debater profundamente essa questão no decorrer dos anos e, como resultado dos estudos, revogou o FAS 14, vindo a publicar, em 1997, o FAS 131, denominando “Disclosures About Segment of an Enterprise and Related Information”. Em termos gerais, de acordo com essa norma, as empresas devem divulgar certas informações sobre receitas derivadas de cada um dos seus produtos e serviços onde ela auferir receitas e mantém ativos. Requer, ainda, que a empresa divulgue o valor dos lucros ou prejuízos do segmento. Segundo esta norma, a informação segmentada deve proporcionar aos usuários das demonstrações contábeis:

- a) Melhor compreensão do desempenho da empresa;
- b) Melhor julgamento sobre a projeção de futuros fluxos de caixa líquidos; e

c) Apreciações mais embasadas sobre a empresa como um todo.

Para atender aos objetivos gerais da informação segmentada, a empresa deve gerar um conjunto completo de demonstrações contábeis desagregadas de diferentes maneiras, como por exemplo, por produtos e serviços, por área geográfica ou por tipo de cliente.

Outro organismo, este governamental, é a Federal Trade Commission – FTC, que iniciou em 1974 um programa dirigido para obter informações contábeis por segmentos de negócio para as empresas industriais. O FTC era um organismo subordinado ao Departamento de Justiça, cujo principal propósito era observar o cumprimento das determinações antitruste. Seu objetivo não era proporcionar uma melhora da informação contábil externa, mas apenas verificar a estrutura da indústria com vistas a detectar possíveis situações monopolísticas. A apresentação de informações por segmentos de negócios sobre as bases exigidas pela FTC, muito restritas no que se refere, por exemplo, aos critérios de segmentação, têm sofrido forte oposição por parte de empresas, muitas das quais negaram-se a divulgar esta informação até 1978, quando os tribunais assim ordenaram (Arcay: 1991, pág. 71).

2.6 Outras Exigências de Divulgação da Informação Segmentada

No Brasil, uma referência mais específica sobre o tema pode ser o livro “Normas e Práticas Contábeis no Brasil” (FIECAFI e ARTHUR ANDERSEN, 1994), no qual é apenas sugerida a divulgação de informação por segmento de negócio.

Conforme foi observado em Gadea (1993, p. 477), e em Gonzalo e Gallizo (1992, p. 156), na Espanha, a divulgação da informação segmentada é obrigatória e deve ser demonstrada em notas explicativas, sendo estas denominadas de “memoria”.

No Canadá, a apresentação de informações segmentadas está regulada pela Lei de Sociedades (Canadian Business Act) e, além disso, pela norma emitida em 1979 pelo Canadian Institute of Certified Public Accountants - CICA, cujas exigências são bastante similares às requeridas pelo FASB.

Outro exemplo de regulamentação profissional para a informação segmentada é a Austrália. Em 1987, o Institute of Chartered Accountants in Australia publicou a norma nº 16, - Financial Reporting by Segment -, cujas disposições se encontram também amplamente baseadas nas requeridas pelo FASB e pela CICA. Da mesma forma, outras organizações contábeis em vários países têm considerado conveniente a regulamentação, realizada

freqüentemente através da adoção de normas já existentes ou da publicação de declarações baseadas nelas.

CAPÍTULO 3

ESTUDO DA NORMA INTERNACIONAL DE CONTABILIDADE Nº 14

– REVISADA EM 1997

3 Estudo da Norma Internacional de Contabilidade Nº 14 - Revisada em 1997

O presente capítulo apresenta o surgimento e os principais objetivos da Norma Internacional de Contabilidade nº 14, emitida pelo International Accounting Standards Committee, com enfoque particularmente sobre a última versão, revisada em 1997. Além disso, expõe as principais exigências da norma, a fim de proporcionar ao leitor um fundamento sobre o conteúdo da mesma.

3.1 O Surgimento da Norma Internacional de Contabilidade Nº 14

A NIC 14 original foi emitida em 1981, sob a denominação Reporting Financial Information by Segment e, conforme já comentado na justificativa deste trabalho, tal norma sofreu uma reformulação no ano de 1994, e uma nova revisão no ano de 1997. A norma original de 1981 e a reformulada de 1994 apresentavam conceitos relativos à informação segmentada de maneira sucinta, o que ocasionava dúvidas e dificuldades quando da interpretação e colocação em prática.

Entre outras razões, Pacter (1994), em estudo realizado para o IASC, constatou que a Norma Internacional de Contabilidade nº 14, em sua versão original, não fornecia orientações suficientemente detalhadas para a definição dos segmentos de negócios e geográficos, e necessitava de maiores esclarecimentos sobre receita, despesa, e resultado segmentado. Além disso, não especificava quais informações eram exigidas no caso de uma empresa operar predominantemente em um único ramo de negócio ou área geográfica. Além desses, o autor elencou vários outros fatores que necessitavam de complementações e esclarecimentos mais pormenorizados, para que houvesse um entendimento desejável.

Independentemente da formação e consolidação de mercados econômicos comuns, a necessidade de fornecer uma informação mais comparável entre os diferentes países ou, até mesmo, entre diferentes regiões, continuou sendo um objetivo a ser alcançado, visto que a tendência para a globalização de mercados financeiros não cessava.

Sendo assim, o IASC atribuiu importância particular a esta norma, haja vista os significantes desenvolvimentos ocorridos no mundo desde a década em que foi publicada a NIC 14 original, em 1981. Em virtude da necessidade de aperfeiçoar o conteúdo da norma e

de adequá-la a uma nova realidade convvida pelas empresas, o IASC iniciou um projeto de discussão para a revisão da versão original da NIC 14. Portanto, a versão revisada de 1997 surgiu da necessidade de detalhar vários conceitos contidos na norma anterior. A principal finalidade da revisão foi atingir um nível mais elevado de esclarecimento e proporcionar um grau maior de facilidade e segurança quando da utilização da norma.

Como este trabalho aborda a revisão de 1997 da norma em exame, doravante ela será tratada apenas como NIC 14. Quando for necessário fazer alusão à versão original de 1981, ou à reformulação de 1994, tal será claramente explicitado no texto.

3.2 O b j e t i v o s d a N o r m a I n t e r n a c i o n a l d e C o n t a b i l d a d e N º 1 4

O objetivo da NIC 14, conforme ela própria menciona, é estabelecer os fundamentos para a divulgação de informações contábeis por segmentos. As informações segmentadas detalham as informações sobre os diferentes tipos de produtos e serviços que uma empresa produz, bem como sobre as respectivas áreas geográficas onde a empresa opera. As informações contábeis por segmento visam propiciar aos usuários das demonstrações contábeis:

- a) melhor compreensão do desempenho passado da empresa;
- b) melhor avaliação dos riscos e retornos da empresa;
- c) fazer julgamentos mais fundamentados sobre a empresa em geral.

A informação segmentada constitui-se, portanto, em mais uma importante ferramenta que os usuários das demonstrações contábeis dispõem para utilizarem como elemento diferencial nos seus processos de tomada de decisões.

Muitas empresas, segundo a NIC 14, produzem grupos de produtos e serviços ou operam em áreas geográficas que estão sujeitas a diferentes taxas de lucratividade, de oportunidades de crescimento, de perspectivas futuras e de riscos. A informação segmentada assume importância fundamental no auxílio da avaliação dos riscos e retornos de uma empresa que tem várias linhas de produtos, ou opera em várias áreas geográficas do mundo, de acordo com as características de cada segmento.

Através das tradicionais demonstrações contábeis, não é possível obter uma aproximação desejável sobre os riscos e retornos dos segmentos de uma empresa (quer segmentos de negócios, quer segmentos geográficos). Neste sentido, a informação

segmentada contribui favoravelmente para que o usuário das informações contábeis e a própria administração da empresa tenham conhecimento detalhado do real desempenho de cada segmento analisado. Esse detalhamento adicional que a informação segmentada proporciona pode ser verificado através da evidenciação do volume de vendas, e sua destinação, dos custos incorridos por segmento analisado, do valor dos ativos utilizados em cada segmento, além de outras informações importantes. Dessa forma, o usuário das informações contábeis e a administração da empresa estão possibilitados, respectivamente, a analisar e elaborar estratégias levando em consideração o comportamento dos segmentos, individualmente.

3.3 Estrutura Básica da Norma Internacional de Contabilidade Nº 14

As “normas” emitidas pelo IASC são divididas em “parágrafos”, termo utilizado para designar as menores partes em que aquelas se dividem. A NIC 14 está dividida em 84 “parágrafos”, reunidos nos seguintes tópicos:

Conteúdo dos Parágrafos	Parágrafos
Alcance	1 – 7
Definições	8 – 25
Definições de Outras Normas Internacionais de Contabilidade	8
Definições de Segmentos de Negócios e Segmentos Geográficos	9 – 15
Definições de Receita, Despesa, Resultado, Ativos e Passivos Segmentares	16 – 25
IDENTIFICAÇÃO DE SEGMENTOS RELATÁVEIS	26 – 43
Formatos de Informação Segmentar Principal e Secundária	26 – 30
Segmentos de Negócios e Geográficos	31 – 33
Segmentos Relatáveis	34 – 43
POLÍTICAS CONTÁBEIS SEGMENTARES	44 – 48
DIVULGAÇÃO (disclosure)	49 – 83
Formato de Informação Principal	50 – 67
Informação Secundária por Segmento	68 – 72
Divulgações Ilustrativas por Segmentos	73
Outros Aspectos de Divulgação	74 - 83
ENTRADA EM VIGOR	84

A referida norma é complementada por seus apêndices, que contêm: (a) “árvore” de decisão sobre definição de segmento; (b) ilustração de divulgações segmentadas e (c) resumo das divulgações exigidas.

3.4 As Exigências da Norma Internacional de Contabilidade Nº 14

Nesta seção, os aspectos principais da NIC 14 são abordados resumidamente nos seguintes tópicos: (a) aplicabilidade da norma, (b) definições de segmentos de negócios e geográficos, (c) definições de outros termos, (d) identificação de segmentos relatáveis, (e) divulgação da informação segmentada e (f) vigência da norma. Os tópicos seguintes deste capítulo são apresentados de acordo com o que está estabelecido pela NIC 14.

É importante ressaltar que o texto da norma foi traduzido livremente pelo autor deste trabalho. A norma também possui dispositivos que se aplicam a empresas que consolidam suas demonstrações contábeis, que possuem investimentos em outras empresas avaliados pelo método da equivalência patrimonial e que se associam a outras em “joint ventures”. Por se tratar de um trabalho ainda introdutório sobre o tema, os “parágrafos” que tratam desses tópicos não serão abordados, enfatizando apenas os que se julgaram importantes.

3.4.1 A Aplicabilidade da Norma

O parágrafo 1 da NIC 14 determina que os preceitos nela contidos sobre a informação segmentada devem ser cumpridos para as demonstrações contábeis que forem elaboradas de acordo com as Normas Internacionais de Contabilidade. Tais demonstrações contábeis são, de acordo com a NIC 1: o Balanço Patrimonial, a Demonstração de Resultado do Exercício, a Demonstração do Fluxo de Caixa, a Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido e as Notas Explicativas¹.

¹ A NIC nº 1, emitida pelo International Accountig Standards Committee, teve sua última revisão aprovada em julho de 1997. Seu objetivo é regulamentar a base para apresentação das demonstrações contábeis, de forma a assegurar a comparabilidade das demonstrações contábeis de períodos anteriores da própria empresa e com as demonstrações contábeis de outras empresas.

A aplicabilidade da NIC 14 se estende às empresas que têm seus títulos e valores mobiliários negociados no mercado de capitais, ou que estão em processo de emissão (parágrafo 3). No caso de uma empresa que não tenha seus títulos e valores mobiliários negociados no mercado de capitais optar por evidenciar voluntariamente informações segmentadas nas Demonstrações Contábeis de acordo com as Normas Internacionais de Contabilidade, deve apresentá-las em conformidade com as exigências estabelecidas na NIC 14 (parágrafo 5).

3.4.2 Definições de Segmentos de Negócios, de Segmentos Geográficos e de Segmentos Relatáveis

Segmento de negócio, (parágrafo 9), é um componente distinguível de uma empresa que está empenhado em fornecer um produto ou serviço individual ou um grupo de produtos ou serviços semelhantes e que está sujeito a riscos e retornos diferentes dos de outros segmentos da empresa. Para determinar se os produtos e serviços são semelhantes, devem ser considerados os seguintes fatores:

- a) natureza dos produtos ou serviços;
- b) natureza dos processos produtivos;
- c) tipo ou classe do cliente dos produtos ou serviços;
- d) métodos utilizados para distribuir os produtos ou fornecer os serviços; e,
- e) se aplicável, a natureza do ambiente de regulamentação a que está sujeita a empresa ou o segmento, como por exemplo, os bancos, as empresas de seguros e serviços públicos.

Com relação aos aspectos que definem um segmento de negócio, podem haver divergências com relação a um ou vários fatores, porém, os produtos e serviços incluídos em um segmento específico de negócio devem ser similares, no que se referem à maioria daqueles aspectos.

Segmento geográfico, (parágrafo 9), é um componente distinguível de uma empresa que está empenhado em fornecer produtos ou serviços em um ambiente econômico específico e que está sujeito a riscos e retornos distintos dos de outros segmentos geográficos que operam em outros ambientes econômicos. Na identificação dos segmentos geográficos devem ser considerados os seguintes fatores:

- a) similaridades de condições econômicas e políticas;
- b) relacionamentos entre operações em diferentes áreas geográficas;
- c) proximidade das operações;
- d) riscos especiais associados com as operações em uma específica área geográfica;
- e) regulamentações de normas sobre mudanças de controles; e,
- f) riscos relacionados com a estabilidade da moeda.

Os riscos e retornos de uma empresa são influenciados tanto pela *localização geográfica de suas operações*, que segundo o IASC, é onde são produzidos seus produtos ou onde estão baseadas suas atividades de entregas de serviços, quanto pela *localização de seus mercados*, que conforme entendimento do IASC, é onde seus produtos são vendidos ou onde são prestados seus serviços. A definição permite que os segmentos geográficos sejam estabelecidos com base:

- (a) quer onde a empresa produz seus bens e serviços;
- (b) quer onde se localizam seus mercados e clientes.

Um segmento geográfico não pode incluir operações em ambientes econômicos com riscos e retornos significativamente diferentes. Disso decorre que um segmento geográfico pode ser um país específico, um grupo de dois ou mais países, ou uma região dentro do país.

Segmento relatável é um segmento de negócio ou um segmento geográfico identificado com base nas definições anteriores para o qual a norma exige evidenciação de informação segmentada.

3.4.3 Definições de Termos Importantes

O parágrafo 16 da NIC 14 apresenta várias definições importantes para uma melhor compreensão do assunto informação segmentada, das quais são destacadas as seguintes:

Receita do segmento é aquela que pode ser diretamente atribuída a um segmento, bem como contempla a parte relevante da receita da empresa que pode ser alocada, de forma indireta a um segmento, numa base razoável. Incluem-se nessas receitas, as vendas realizadas a clientes externos e as transações com outros segmentos da mesma empresa.

A norma não inclui como receita do segmento, os seguintes itens:

- itens extraordinários;

- receitas financeiras ou de dividendos, incluídos os juros auferidos decorrentes de adiantamentos ou empréstimos a outros segmentos, salvo se as operações do segmento sejam basicamente de natureza financeira; ou
- ganhos nas vendas de investimentos ou na extinção de dívidas, a menos que as operações do segmento sejam basicamente de natureza financeira.

Despesa do segmento é a despesa resultante das atividades operacionais, que é diretamente atribuível ao segmento, e a porção relevante de uma despesa que pode ser alocada, numa base razoável, indiretamente ao segmento. As despesas devem originar-se de operações relativas a vendas para clientes externos e de transações com outros segmentos da própria empresa.

A norma não inclui como despesa do segmento, entre outros, os seguintes itens:

- itens extraordinários;
- despesas financeiras, inclusive juros incorridos decorrentes de adiantamentos ou empréstimos de outros segmentos, exceto se as operações dos segmentos são basicamente de natureza financeira;
- perdas na venda de investimentos ou perdas na extinção de dívidas, a não ser que as operações do segmento sejam principalmente de natureza financeira;
- despesas com imposto de renda; ou
- de modo geral, as despesas administrativas da empresa como um todo.

Resultado do segmento é a receita do segmento menos a despesa do segmento. O resultado do segmento é apurado antes de quaisquer ajustes para a participação dos minoritários.

Ativos do segmento são ativos operacionais empregados por um segmento em seu ramo ou objeto de negócio e que são diretamente atribuíveis ao segmento ou que podem ser a ele alocados numa base razoável. Exemplos de ativos do segmento podem ser: fábrica, equipamentos, ativos intangíveis, contas a receber, etc. Se o resultado do segmento inclui receita financeira ou de dividendos, os ativos do segmento devem incluir as correspondentes contas a receber, empréstimos, investimentos, ou outros ativos geradores desse tipo de receita.

Passivos do segmento são as dívidas operacionais que resultam das atividades do segmento em seu ramo ou objeto de negócio e que são diretamente atribuíveis ao segmento ou que podem ser a ele alocados numa base razoável. Como exemplos de passivos do segmento, tem-se: fornecedores, provisão de garantia de produtos, adiantamentos de clientes, salários a

pagar, etc. Se o resultado do segmento inclui despesa financeira, os passivos devem incluir os respectivos passivos geradores desse tipo de despesa.

3.4.4 Identificação de Segmentos Relatáveis

A NIC 14 estabelece dois níveis diferentes para divulgar a informação segmentada, denominando tais níveis de “formato principal” e “formato secundário”. Quando os “segmentos de negócios” forem os componentes do “formato principal”, os “segmentos geográficos” serão os componentes do “formato secundário”, e vice-versa.

A NIC 14 determina que a “fonte e a natureza predominante dos riscos e retornos da empresa” serão os indicadores básicos para decisão de qual o tipo de segmento será o “formato principal” e qual o “formato secundário” (parágrafo 26). Assim sendo, se os riscos e taxas de retorno da empresa são afetados predominantemente pelas diferenças nos produtos e serviços, o formato principal da informação segmentada deve ser por segmento de negócio. Se os riscos e taxas de retorno da empresa são predominantemente afetados pelo fato de operar em diferentes países ou outras áreas geográficas, o formato principal da informação segmentada deve ser por segmento geográfico.

A estrutura organizacional e administrativa interna da empresa e seu sistema interno de informação contábil para os responsáveis por sua gestão devem, normalmente, ser a base para identificar a fonte e a natureza predominantes dos riscos e diferentes taxas de retorno enfrentadas pela empresa. Portanto, exceto em raras circunstâncias, uma empresa relata a informação segmentada nas suas demonstrações contábeis na mesma base em que internamente relata à alta administração (parágrafo 27), exceto nos seguintes casos:

(a) se os riscos e taxas de retorno de uma empresa são fortemente afetados, tanto pela diferença nos produtos e serviços que produz, quanto pelas diferenças nas áreas geográficas em que opera, então a empresa deve utilizar segmentos de negócios como seu formato principal de informação do segmento e segmentos geográficos como formato secundário de informação do segmento; e,

(b) se a estrutura organizacional e administrativa interna de uma empresa e seu sistema interno de informação contábil para os responsáveis por sua gestão não estão baseadas em produtos ou serviços individuais ou grupos de produtos/serviços relacionados, nem geograficamente, os diretores e administradores da empresa devem determinar se os riscos e retornos da empresa estão relacionados mais de acordo com os produtos e serviços que produz

ou mais de acordo com as áreas geográficas em que opera. Conseqüentemente, devem escolher ou os segmentos de negócios ou os segmentos geográficos como formato principal de informação do segmento, sendo o outro o formato secundário de informação do segmento.

Um segmento de negócio e um segmento geográfico devem ser identificados como segmento relatável se a maior parte de suas receitas for auferida através de vendas a clientes externos, e se ocorrer uma das seguintes situações (parágrafo 35):

- a) sua receita de vendas a clientes externos e de transações com outros segmentos atingir 10% ou mais da receita total, (externa e interna) de todos os segmentos; ou
- b) o resultado do segmento, (quer lucro, quer prejuízo), atingir 10% ou mais do resultado combinado de todos os segmentos com lucro ou com prejuízo, o que seja maior em valor absoluto; ou
- c) seus ativos atinjam 10% ou mais do total dos ativos de todos os segmentos.

Se um segmento relatado internamente está abaixo de todos os patamares de significância estabelecidos no parágrafo 35 (parágrafo 36):

- a) esse segmento pode ser designado como um segmento relatável apesar de seu tamanho;
- b) se não designado como um segmento relatável apesar de seu tamanho, esse segmento pode ser combinado em um segmento relatável separado com um ou mais outros segmentos relatáveis internos semelhantes, que estejam também abaixo de todos os patamares de importância do parágrafo 35 (dois ou mais segmentos de negócios ou segmentos geográficos são semelhantes se eles dividem a maioria dos fatores da apropriada definição do parágrafo 9); e,
- c) se esse segmento não é relatado ou combinado separadamente, deve ser incluído como um item de reconciliação não alocado.

Nos casos em que a receita total auferida, através de segmentos relatáveis, for inferior a 75% da receita total auferida da empresa, segmentos adicionais devem ser identificados como relatáveis, mesmo que eles não alcancem o patamar de 10% exigido nos itens anteriores, até que pelo menos 75% do total da receita auferida pela empresa esteja contida em segmentos relatáveis (parágrafo 37).

Um segmento identificado como relatável no período imediatamente anterior, em virtude de ter atingido o relevante patamar de 10%, deve continuar a ser um segmento relatável no período corrente, mesmo que a sua receita, o resultado ou o ativo não mais excedam o patamar de 10%. Entretanto, esse procedimento de divulgação deve ser adotado apenas se os administradores da empresa julgarem que o segmento continua sendo significativo (parágrafo 42).

Se um segmento é identificado como relatável no período corrente porque satisfaz o patamar relevante de 10%, os dados segmentados do período anterior, apresentados para efeitos comparativos, devem ser reapresentados, separadamente, a fim de refletir o novo segmento relatável, ainda que esse segmento não tenha atingido, no período anterior, o patamar de 10%. A norma estabelece uma exceção para que esse procedimento não seja tomado, quando for impraticável a elaboração dos dados segmentados do período anterior (parágrafo 43).

3.4.5 Divulgação da Informação Segmentada

Em função da fonte e natureza predominantes dos riscos e retornos da empresa e de acordo com as regras dos parágrafos 26 e 27 fica estabelecido se o “formato primário” será composto de “segmentos de negócios” e se o “formato secundário” será composto por “segmentos geográficos”, ou vice-versa.

Por outro lado, pelas regras dos parágrafos 31 a 43, ficam definidos quais os “segmentos de negócios” que serão considerados como “divulgáveis externamente” e quais os “segmentos geográficos” que serão considerados como “divulgáveis externamente”.

As orientações e as exigências sobre “o quê” divulgar externamente de cada um dos segmentos estão contidas a partir do parágrafo 49. As orientações e as exigências sobre “o quê” divulgar para cada um dos segmentos componentes do formato primário estão previstos ao longo dos parágrafos 51 até 67. Já as orientações e exigências sobre “o quê” divulgar para cada um dos segmentos componentes do formato secundário estão previstos ao longo dos parágrafos 68 até 72.

São menores as exigências de divulgação para os segmentos do “formato secundário” do que as exigências de divulgação para os segmentos do “formato primário”. Apesar disso, a NIC 14 encoraja, mas não obriga, que as exigências mais severas (as do “formato primário”) sejam também aplicadas aos segmentos formadores do “formato secundário”.

3.4.5.1 Formato de Informação Principal

A NIC 14, em seus parágrafos 51 a 67, estabelece quais as informações segmentadas que devem ser divulgadas, através do formato de informação principal. As divulgações exigidas estão relacionadas a seguir:

- ♦ Para cada segmento relatável, separadamente, a receita do segmento auferida por vendas a clientes externos, e da receita auferida por transações com outros segmentos (parágrafo 51);
- ♦ Deve ser divulgado o resultado do segmento relatável (parágrafo 52);
- ♦ O valor contábil dos ativos e dos passivos, de cada segmento relatável (parágrafos 55 e 56);
- ♦ Divulgação do custo total incorrido durante o período, para aquisição de ativos que se julgam venham a ser usados por mais de um ano. É importante frisar que a mensuração desses valores deve obedecer ao regime da competência dos exercícios (parágrafo 57);
- ♦ Outra divulgação requerida pelo formato da informação principal é o valor total da despesa com depreciação e amortização dos ativos integrantes do segmento relatável, despesa esta que está incluída no resultado do próprio segmento (parágrafo 58);
- ♦ A norma encoraja, mas não obriga, a divulgação da natureza e do valor de quaisquer itens de receita e despesa dos segmentos, que sejam importantes para explicar o desempenho de cada segmento relatável no período (parágrafo 59);
- ♦ O parágrafo 61 requer que a empresa divulgue, para cada segmento relatável, o valor total das despesas significantes e que não envolvam caixa, exceto quando a despesa se referir à depreciação e amortização, para os quais já são exigidas divulgações separadas, pelo parágrafo 58.
- ♦ Caso a empresa divulgue seu fluxo de caixa por segmento², não há a obrigação de divulgar despesas com depreciação e amortização e despesas que não envolvam caixa, conforme exigido nos parágrafos 58 e 61, respectivamente (parágrafo 63).
- ♦ A empresa deve apresentar, ainda, a conciliação entre a informação divulgada para os segmentos relatáveis e a informação constante das demonstrações contábeis ou consolidadas da empresa (parágrafo 67).

² Tal assunto é tratado na Norma Internacional de Contabilidade nº 7 (Demonstração do Fluxo de Caixa). Esta norma encoraja as empresas que elaboram suas Demonstrações Contábeis em consonância com as Normas Internacionais de Contabilidade, a divulgarem fluxos de caixa por segmentos.

3.4.5.2 Formato de Informação Secundária

Para o “formato secundário”, a norma exige apenas informações adicionais que complementam as que são exigidas para o “formato principal”, uma vez que o “formato secundário” não baliza a fonte e a natureza predominante dos riscos e retornos da empresa.

Para identificar as exigências de divulgação aplicáveis aos segmentos relatáveis, contidas no “formato secundário”, a norma adotou as seguintes regras (parágrafo 68):

- (a) Se o “formato principal” fundamenta-se em segmentos de negócios, as informações exigidas no “formato secundário” são as contidas no parágrafo 69;
- (b) Se o “formato principal” fundamenta-se em segmentos geográficos, baseados na localização dos ativos, as informações exigidas no “formato secundário” são as contidas nos parágrafos 70 e 71; e,
- (c) Se o “formato principal” fundamenta-se em segmentos geográficos, baseados na localização dos seus clientes, as informações exigidas no “formato secundário” são as contidas nos parágrafos 70 e 72.

A seguir são mostradas as exigências contidas nos parágrafos 69, 70, 71 e 72:

Parágrafo 69:

Se o “formato principal” for composto de segmentos de negócios a empresa deve divulgar, também, as seguintes informações:

- a) a receita segmentada auferida, através de vendas a clientes externos, por área geográfica, baseada na localização geográfica de seus clientes. Essa informação é exigida para cada segmento geográfico cuja receita de vendas a clientes externos for 10% ou mais da receita total da empresa proporcionada pelas vendas a todos os clientes externos;
- b) o valor contábil dos ativos segmentados, por localização geográfica, para cada segmento em que os mesmos representem 10% ou mais do total dos ativos de todos os segmentos geográficos; e
- c) os custos totais incorridos no período, pela aquisição de ativos segmentados que se julgam venham a ser usados por mais de um ano, por localização geográfica,

em que os mesmos representem 10% ou mais do total dos ativos de todos os segmentos geográficos.

Parágrafo 70:

Se o “formato principal” for composto de segmentos geográficos, tanto baseado na localização dos ativos quanto na localização dos clientes, a empresa deve divulgar, também, as seguintes informações segmentadas para cada tipo de negócio:

- a) receita segmentada de clientes externos;
- b) o valor contábil dos ativos do segmento; e,
- c) os custos totais incorridos no período, pela aquisição de ativos imobilizados que são incorporados aos segmentos.

Vale ressaltar que essas informações somente são divulgadas para cada segmento de negócio cuja receita de vendas para clientes externos for 10% ou mais do total das receitas da empresa através das vendas a todos os clientes externos, ou cujos ativos segmentados sejam 10% ou mais do total dos ativos de todos os segmentos de negócios.

Parágrafo 71:

Se o “formato principal” for composto por segmentos geográficos que estão baseados na localização dos ativos, e se a localização dos seus clientes for diferente da localização dos seus ativos, então a empresa deve relatar, também, a receita de vendas a clientes externos, com base na localização destes, desde que tais receitas sejam 10% ou mais do total das receitas da empresa para clientes externos.

Parágrafo 72:

Se o “formato principal” for composto por segmentos geográficos, que se baseiam na localização dos clientes, e se os ativos encontram-se em locais diferentes de seus clientes, então a empresa deve relatar, também, para cada segmento geográfico baseado nos ativos cuja receita de vendas a clientes externos ou ativos segmentados são 10% ou mais dos valores totais da empresa, as seguintes informações:

- a) o valor contábil dos ativos segmentados por localização geográfica dos ativos, e

- b) os custos totais incorridos no período por aquisições de ativos do segmento, por localização dos ativos.

3.4.6 Data Efetiva da Vigência da Norma

A NIC 14, revisada em 1997, é aplicada às demonstrações contábeis referentes a períodos iniciados em 1º de julho de 1998, ou após essa data. Todavia, é encorajada sua aplicação antecipada, desde que, quando adotada, esse fato seja divulgado. De acordo com o que estabelece o parágrafo 84, da NIC 14, quando as demonstrações contábeis incluírem informações comparativas de períodos anteriores aos da data de entrada em vigor ou da adoção voluntária antecipada da norma, é exigido o ajuste dos dados segmentados nelas incluídos. Caso não seja praticável, a empresa deve divulgar o fato.

CAPÍTULO 4

EXEMPLOS DE DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES SEGMENTADAS

4 Exemplos de Divulgação de Informações Segmentadas

Este capítulo apresenta exemplos práticos de divulgação da informação segmentada, em conformidade com a Norma Internacional de Contabilidade nº 14. Duas empresas de diferentes ramos de negócio, que elaboram e publicam suas demonstrações contábeis de acordo com as Normas Internacionais de Contabilidade, foram escolhidas para atingir o objetivo do capítulo. São elas: a Deutsche Lufthansa e a Bayer.

4.1 Deutsche Lufthansa

Esta empresa, cuja sede é na Alemanha, exerce suas atividades no ramo de aviação e encerra seus exercícios sociais em 31 de dezembro de cada ano. As informações que seguem foram extraídas das demonstrações consolidadas, relativas ao relatório anual do exercício social de 1998. A Lufthansa atingiu um faturamento de 22,6 milhões de marcos alemães no exercício de 1998. Seu Patrimônio Líquido, em 31 de dezembro de 1998, perfazia um montante de 6,4 milhões de marcos alemães. A média do número de funcionários, no ano de 1998 foi de 54.867. O quadro societário da empresa é constituído por 69,60% de pessoas cuja nacionalidade é alemã. A Lufthansa registrou lucros recordes nos exercícios sociais de 1997 e 1998, motivados, principalmente, pela dedicação e empenho determinante por parte do comando geral da empresa.

Os administradores da empresa afirmam, na carta dirigida aos acionistas, que o relatório anual da empresa para o ano fiscal de 1998 marcou um novo estágio na história da corporação. Foi o primeiro ano em que as demonstrações contábeis consolidadas foram elaboradas com base nas Normas Internacionais de Contabilidade (NICs). Segundo a empresa, tal fato atende a demanda que os mercados financeiros exigem das empresas que exercem suas atividades internacionalmente, a exemplo da Lufthansa. A empresa tem a intenção de oferecer sempre mais informações relevantes para os investidores nas suas ações.

Ainda conforme a administração, a empresa vem aperfeiçoando suas estratégias no intuito de ser o principal grupo de aviação do mundo. Pretende estar entre as melhores do mundo, atuando nas áreas estratégicas de negócio, quais sejam: em negócios de passageiros, na logística, na manutenção, reparo e revisão, no suprimento de alimentação para vôos, viagens de lazer, informação tecnológica e serviços aeroportuários.

A Lufthansa elaborou suas demonstrações contábeis consolidadas do exercício de 1998 com base nas Normas Internacionais de Contabilidade, uma vez que o Código Comercial Alemão permite que as empresas alemãs adotem tais normas. Para efeitos comparativos, as demonstrações do período de 1997 também foram adequadas às NICs. Portanto, mesmo não sendo compulsória a elaboração das demonstrações contábeis de acordo com as NICs, na Alemanha, a Lufthansa, voluntariamente, vem aplicando todas as regras exigidas pelas NICs, de forma a aperfeiçoar a compreensibilidade e a transparência das informações publicadas. Dentre as normas adotadas pela empresa, encontra-se a Norma Internacional de Contabilidade nº 14, que trata da informação segmentada.

A divulgação do relatório anual do grupo Lufthansa, pertinente aos exercícios sociais de 1997 e 1998, ocorreu de acordo com cinco segmentos de negócios. As informações divulgadas referem-se aos seguintes segmentos:

1 - Segmento de passageiros (Deutsche Lufthansa e Lufthansa CityLine): Apesar de o desenvolvimento econômico global atual apontar para um crescimento não muito importante no tráfego internacional de passageiros, conforme relatório anual de 1998, a empresa garante que é necessária uma estratégia de crescimento flexível, devido, principalmente, às diferentes tendências nas várias regiões de tráfego. Este segmento vem apresentando bons resultados e registrou crescimento importante ao longo dos últimos anos.

2 - Segmento de transportes e fretes (Lufthansa Cargo): Apesar do ambiente de mercado competitivo, o segmento de transportes e fretes da Lufthansa novamente conseguiu pequena expansão na sua área de tráfego, inclusive na Alemanha e, conseqüentemente, favoreceu a expansão da posição de liderança no mercado de transporte aéreo.

3 - Segmento de manutenção, reparo e revisão de aeronaves (Lufthansa Technik): O mercado de serviços de manutenção, reparo e revisão continua crescendo, apesar de algumas crises econômicas regionais. Ao mesmo tempo, o mercado de manutenção de aeronaves está passando por uma transformação. Os fornecedores estão estendendo sua presença regional e, conseqüentemente, sua proximidade dos clientes.

4 - Segmento de suprimento de alimentação para vôos (LSG-Lufthansa Service e outras): A intenção deste segmento é manter e expandir sua liderança de mercado no fornecimento de alimentação para aeronaves, por meio de uma política de preços flexíveis e a expansão das suas prestadoras de serviços globais.

5 - Segmento de serviços e informações tecnológicas (Lufthansa Systems e outras): Este segmento tem como objetivo principal estender sua já significativa posição no mercado.

Seus esforços estão focados em alcançar expansão no mercado com clientes externos. O segmento de serviços consiste em quatro diferentes unidades:

- **Infraestrutura:** compreende a garantia da capacidade instalada dos computadores, a instalação e operação de redes e de sistemas de processamento eletrônico de dados, no projeto de sistemas complexos de informação tecnológica e a implementação de serviços especiais de consultoria;
- **Serviços de Linhas Aéreas:** É a fusão de todos os serviços de informações tecnológicas para vôos (passageiros, fretes e charter). A variedade dos serviços oferecidos compreende todos os processamentos de negócios com os clientes, incluindo a receita e a contabilidade, os serviços aeronáuticos, a consultoria e o treinamento;
- **Serviços de Distribuição:** Área ocupada com os processos de distribuição e de contabilidade para operadores turísticos, agências de viagem e organizadores de eventos;
- **Serviços a Consumidores Individuais e Corporativos:** Desenvolve sistemas de informação tecnológica para indivíduos ou empresas. Também inclui o suporte a centros de chamadas e o desenvolvimento do comércio eletrônico de produtos para marketing direto via internet.

4.1.1 Ilustração da Divulgação da Informação Segmentada da Lufthansa

Após a exposição de algumas informações sobre a empresa, apresenta-se, no anexo 1, as demonstrações contábeis extraídas do relatório anual publicado, quais sejam: Balanço Patrimonial Consolidado e a Demonstração de Resultado Consolidada. Além disso, ilustra-se o item 33 das Notas Explicativas às Demonstrações Contábeis Consolidadas, que trata da informação segmentada. É importante ressaltar que as demonstrações contábeis e a nota explicativa apresentadas estão expressas em milhões de marcos alemães.

4.1.2 Comentários Sobre as Informações Segmentadas da Lufthansa

A Lufthansa elegeu os “segmentos de negócios” para o “formato principal” da informação segmentada e os “segmentos geográficos” para o “formato secundário”.

O formato principal abrange três quadros, a saber:

- informações sobre os segmentos de negócios para o exercício de 1998;
- informações sobre os segmentos de negócios para o exercício de 1997;
- reconciliação entre a informação segmentada e as demonstrações consolidadas de 1998 e de 1997.

Variando apenas quanto ao exercício social abrangido (1998 e 1997), os dois primeiros quadros possuem a mesma formatação gráfica. Neles são destacados, em colunas, os 5 (cinco) segmentos de negócios e o segmento que recebeu a denominação de “other”, que abrange as operações da Lufthansa Commercial Holding e de outros investimentos avaliados pela equivalência patrimonial.

Nas linhas, referidos quadros fornecem, para cada segmento, valores sobre:

- receitas e despesas, culminando com os “resultados dos segmentos”;
- os ativos dos segmentos;
- os passivos dos segmentos;
- as “despesas de capital” feitas em cada segmento;
- as depreciações e as amortizações; e,
- outras despesas que não acarretaram desembolsos.

Nos dois primeiros quadros, a estrutura dos itens relacionados com as receitas e despesas é a seguinte (dados de 1998), onde cada linha da coluna “Total dos Segmentos” é a soma algébrica dos valores de cada uma das colunas dos segmentos:

1998 (em DM 000)	Segmento1	Segmento 2		Segmento 5	Total dos Segmentos
1 Receita Externa					22.653.750
2 (+-) Receitas inter-segmentos					<u>4.089.918</u>
3 Receita Total (1+-2)					26.743.668
4 Outras Receitas dos Segmentos					3.084.399
5 Despesas dos Segmentos					<u>26.744.458</u>
6 Resultados dos Segmentos (3+4-5)					3.083.609

Como o resultado das atividades operacionais mostrado na Demonstração do Resultado Consolidada de 1998 foi um lucro de DM 2.844.862, o quadro de reconciliação (o terceiro) parte dos DM 3.083.609 para chegar aos DM 2.844.862 da seguinte forma:

1998 (em DM 000)	Total dos Segmentos (A)	Reconciliação (B)	DRE Consolidada (A + B)
1 Receita Externa	22.653.750		22.653.750
2 Receitas inter-segmentos	<u>4.089.918</u>	<u>- 4.089.918</u>	<u>0.000.000</u>
3 Receita Total (1+2)	26.743.668	- 4.089.918	22.653.750
4 Outras Receitas dos Segmentos	3.084.399	- 424.673	2.659.726
5 Despesas dos Segmentos	<u>26.744.458</u>	<u>- 4.275.844</u>	<u>22.468.614</u>
6 Resultados (lucro) [3+4-5]	3.083.609	- 238.747	2.844.862

Segundo a nota explicativa nº 33, a reconciliação inclui os efeitos resultantes dos procedimentos de consolidação de valores resultantes de diferente interpretação do conteúdo de itens dos segmentos em relação aos itens do grupo.

As linhas relacionadas com “ativos”, “passivos”, “despesas de capital”, “depreciações/amortizações” e “outras despesas que não acarretam desembolsos” não requerem maiores comentários em qualquer dos três quadros do formato principal, exceção feita ao item de reconciliação, que, todavia, foi apresentado muito brevemente no relatório anual da empresa.

O formato secundário compreende dois quadros: um para o exercício de 1998 e outro para o exercício de 1997. A Lufthansa evidenciou sete segmentos geográficos e em “outros” as informações que não puderam ser alocados a qualquer das sete regiões anteriores.

Para cada segmento geográfico, cada um dos quadros apresenta as seguintes informações por segmento, totalizando-as na coluna “Soma total dos segmentos”:

- Receita de tráfego;
- Outras Receitas Operacionais;
- Outras Receitas dos Segmentos;
- Ativos dos Segmentos;
- “Despesas de Capital” feitas nos segmentos.

Segundo os comentários da nota explicativa nº 33, as “receitas de tráfego” foram alocadas às regiões com base no local onde a venda se originou. As “outras receitas

operacionais” foram alocadas com base na localização do cliente e as “outras receitas dos segmentos” foram a eles alocadas com base onde o serviço foi prestado.

4.2 Bayer

A Bayer está sediada na Alemanha e apresentou um faturamento de 54,9 bilhões de marcos alemães no exercício social de 1998. A empresa encerra seus exercícios sociais em 31 de dezembro de cada ano. No final do ano de 1998, o Grupo Bayer (expressão para designar todos os segmentos de negócios da empresa) possuía 145.100 funcionários empregados no mundo inteiro, um incremento de 500 se comparado com o ano anterior. A contratação de novos funcionários foi necessária para atender a necessidade de mão-de-obra ocasionada por aquisições de empresas no decorrer do exercício. Em 31/12/99, o Patrimônio Líquido da empresa atingiu um montante de 25 bilhões de marcos alemães.

A Bayer é um grupo diversificado que produz produtos para saúde, produtos para agricultura, polímeros, material fotográfico e substâncias químicas. A Bayer tem suas próprias bases de pesquisa e busca a liderança tecnológica em suas atividades essenciais. As metas da empresa, segundo o relatório anual de 1998, são fixar valores de crescimento estabilizado e gerar um elevado valor agregado para o benefício dos seus acionistas, dos seus funcionários e da comunidade de cada país em que opera. Os administradores da empresa acreditam que a sua técnica e a sua experiência comercial acarretam a responsabilidade no sentido de trabalhar para o bem comum e contribuir para o desenvolvimento sustentável.

Uma das características da Bayer, nos últimos anos, tem sido a aquisição de novas empresas, com a finalidade de garantir posição de mercado mais forte para os seus negócios, além de se tornar mais acessível às inovações tecnológicas. Somente no ano de 1998, de acordo com o relatório de administração, a empresa investiu 2,8 bilhões de marcos alemães na aquisição de empresas. Também demonstrou interesse na fusão com outras empresas no intuito de garantir novos estímulos para as pesquisas farmacêuticas. Essas ações tomadas pela empresa são planejadas no intuito de alcançar seus objetivos estratégicos, qual seja, o de tornar-se o principal grupo integrado mundial de substâncias químicas e de produtos para saúde. Conforme sua administração, a Bayer é forte o suficiente para atingir suas metas através dos próprios esforços, suplementado por fusões com outras empresas, sendo que a chave para o sucesso a longo prazo é o conhecimento e a experiência das pessoas que trabalham para a Bayer.

Os administradores da Bayer ficaram satisfeitos com a performance global da empresa no ano de 1998, particularmente pelo fato de promoverem aumento nos lucros, apesar de as vendas estabilizarem-se e das crises econômicas na Ásia e na América Latina. As vendas da empresa decresceram 0,2% no exercício de 1998, em relação ao exercício de 1997, enquanto que o lucro aumentou 7,3% no ano de 1998, comparativamente com o lucro registrado no ano de 1997. Uma das razões que justificam esse resultado está na ampla diversificação de suas atividades, com o foco nas especialidades dos segmentos de substâncias químicas e polímeros, além dos produtos relacionados com a saúde humana e com a agricultura. Outro fator importante é a sua presença marcante nos vários segmentos regionais, com maior ênfase na Europa e América do Norte, onde as vendas foram incrementadas de maneira mais elevada.

As Demonstrações Contábeis da Bayer, relativas aos exercícios sociais de 1997 e 1998, foram elaboradas de acordo com as NICs. Com relação às informações segmentadas, a Bayer usou a edição reformulada de 1994 da NIC 14 (Reporting Financial Information by Segment), a qual exige a divulgação de informações por segmentos de negócios e por área geográfica¹. Os segmentos de negócios e geográficos divulgados no relatório anual de 1998 são os mesmos utilizados pela empresa para reportar as informações contábeis para fins internos.

As atividades da empresa estão compreendidas em cinco diferentes segmentos de negócios, os quais são brevemente caracterizados a seguir:

O segmento que a Bayer denomina “**Health Care**” é, por ela, dividido em três setores: produtos farmacêuticos, produtos para diagnósticos clínicos e os produtos abrangidos no setor que ela denomina “consumer care”. Todo o segmento “Health Care” está relacionado com produtos para a saúde, desde aqueles utilizados em hospitais e adquiridos com prescrição médica até aqueles adquiridos sem a necessidade de prescrição médica, como a aspirina (“consumer care”).

O segmento de **Agricultura** abrange negócios com produtos de proteção para plantações e saúde animal. Nestas áreas há pesquisas, desenvolvimento e comercialização de produtos para todas as zonas climáticas.

¹ A NIC 14 reformulada vigorou até 30 de junho de 1998. Os períodos contábeis iniciados após essa data, devem adequar-se à NIC 14 revisada. Vale lembrar que ambas tratam da informação segmentada: a norma “reformulada” apresenta um nível de exigência de informações menor do que a norma “revisada”. Visto que a Bayer inicia seus períodos contábeis em 1º de janeiro de cada ano, adotou a NIC 14 reformulada para divulgar as informações segmentadas.

O segmento denominado **Polímeros** abrange negócios com produtos que a Bayer agrupa em seis setores, dentre eles, o “setor de plásticos”, o “setor de borrachas”, o “setor de poliuretanos”, o “setor de revestimentos e matérias-primas especiais”, e o “setor de fibras”.

No segmento de **Substâncias Químicas**, desenvolvem-se, manufaturam-se e comercializam-se produtos químicos orgânicos e inorgânicos e substâncias especiais para utilização na indústria.

O segmento **Agfa**, através dos setores de produtos fotográficos, sistemas gráficos e sistemas técnicos de imagem, desenvolve, manufatura e comercializa sistemas de imagem fotográfica e digital para a indústria de artes gráficas, fotográficas, além de radiografias médicas e industriais.

4.2.1 Ilustração da Divulgação da Informação Segmentada da Bayer

Uma vez apresentadas algumas informações sobre a empresa, ilustra-se, no anexo 2, a Demonstração de Resultado Consolidada e o Balanço Patrimonial Consolidado, contidos no relatório anual de 1998. Também, reproduz-se o item 5 das Notas Explicativas às Demonstrações Contábeis, que relata a informação segmentada. É importante frisar que os valores constantes dos relatórios ilustrados no anexo 2 estão expressos em milhões de marcos alemães.

4.2.2 Comentários Sobre as Informações Segmentadas da Bayer

Verifica-se, inicialmente, a divulgação das informações dos segmentos de negócios, e após, as informações das regiões geográficas. Observa-se que no relatório anual de 1998 não há evidenciação de informações segmentadas pelo “formato principal” e pelo “formato secundário”, uma vez que a versão reformulada de 1994, da NIC 14, não exigia tal divulgação.

Apesar de as informações segmentadas estarem apresentadas em um só grande quadro, pode-se visualizar como dois quadros, uma vez que na parte superior estão demonstradas as informações segmentadas por segmentos de negócios, e na parte inferior estão demonstradas as informações segmentadas por regiões geográficas.

4.3 Análise da Informação Segmentada

A elaboração e a divulgação de informações segmentadas proporcionam vantagens importantes, tanto para os usuários internos quanto para os usuários externos das informações contábeis. Uma das vantagens que a informação segmentada oferece é possibilitar uma análise do comportamento do segmento de negócio ou área geográfica quanto às receitas auferidas e às despesas incorridas, bem como em relação aos ativos e passivos totais alocados a cada segmento. Isso auxilia os usuários verificar qual(ais) segmento(s) exerce(m) maior importância na formação do resultado (lucro/prejuízo) da empresa. Uma outra vantagem que a informação segmentada proporciona aos usuários é a possibilidade de se fazer comparativos das informações de cada segmento de negócio ou geográfico de um período com outro. Isto é, uma vez sendo obrigatória a divulgação de informações relativas a dois períodos contábeis consecutivos, para efeitos comparativos, os usuários podem avaliar a evolução do segmento de negócio ou área geográfica, a fim de detectar se algum fato pode estar influenciando no desempenho dos segmentos.

Na forma tradicional, os usuários dispõem somente de dados globais para sua tomada de decisões, enquanto que a informação segmentada permite aos usuários avaliarem de forma mais precisa as informações e o desempenho de cada segmento de negócio ou segmento geográfico. Ou seja, a informação segmentada permite aos usuários tomarem suas decisões com maior segurança, além, de certa forma, demonstrar alternativas de investimento aos usuários, de acordo com o número de segmentos de negócios ou áreas geográficas em que a empresa atua. Uma outra diferença que se pode verificar com relação a quem divulga e quem não divulga informações segmentadas é o caso da divulgação de informações por área geográfica, que permite aos usuários observarem se uma crise econômica causa algum tipo de influência no desempenho dos segmentos numa determinada região geográfica de um país ou de qualquer parte do mundo.

A informação segmentada proporciona contribuições importantes aos usuários, na medida em que a existência de diferentes oportunidades de crescimento, rentabilidade e grau de risco, entre os diferentes segmentos de uma mesma empresa, oferecem uma análise eficaz do progresso dos segmentos e dos seus potenciais futuros de geração de receitas. Além disso, a informação segmentada proporciona decisões mais adequadas de investimento de recursos, para as quais os usuários das demonstrações contábeis necessitam do conhecimento da atuação de cada segmento ou área geográfica e sua importância relativa dentro da empresa. Contrariamente, somente com as informações tradicionais, torna-se praticamente inviável uma

análise criteriosa, por parte dos usuários, visto que estas não dispõem de informações pormenorizadas e capazes de contribuir favoravelmente ao processo decisório.

Segundo Arcay (1991), as informações segmentadas, além de serem úteis para os credores, os acionistas e para a própria empresa, também assumem importância fundamental para os seguintes grupos:

1 - Clientes e fornecedores: a informação segmentada assume importância na medida em que as possibilidades de continuidade das suas relações com a empresa podem ser melhor analisadas, como por exemplo, a atuação da empresa nas áreas de atividade das quais deriva seu ramo de negócio, considerando-se a situação global;

2 - Empregados e sindicatos: em função dos seus interesses pelo funcionamento e pelas expectativas de desempenho da empresa, servem de base para a negociação de salários e a segurança do seu trabalho. Também, a divulgação das informações segmentadas é, para eles, de grande importância, porque a não divulgação pode induzir a incertezas e/ou desconfianças, além de causar problemas nas relações empresariais, pela falta de dados para avaliação do negócio. As perspectivas de emprego estão em íntima relação com o setor de atividade e, conseqüentemente, com a atuação da empresa no âmbito do seu setor;

3 - Consumidores e o público em geral: estes serão beneficiados não somente por um possível incremento na competitividade, como também, pelo fato de ocorrer eliminação da discriminação de preços estimulada pela revelação de lucros por segmento;

4 - Governos: a divulgação de informações segmentadas por localização geográfica pode proporcionar uma melhor compreensão das estratégias e de seus impactos em investimentos, empregos, produção e balança de pagamentos. Todos esses aspectos são de grande interesse, principalmente dos países menos desenvolvidos.

Justifica-se, também, a necessidade e a importância que as informações segmentadas exercem no âmbito interno da empresa, essencialmente para os tomadores de decisões, visto que proporcionam dados relevantes que contribuem para a tomada de decisões estratégicas da empresa, de acordo com os segmentos de negócio em que a empresa atua. Outra contribuição favorável é que permite aos tomadores de decisões verificarem se determinado segmento de negócio ou área geográfica está apresentando desempenho deficiente, com vistas a desenvolverem ações corretivas no sentido de retomar o desempenho desejável para a empresa. A informação segmentada é de muita relevância, uma vez que tem o propósito de avaliar a atuação de um determinado segmento ao longo do tempo.

CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

No mercado altamente competitivo em que as empresas convivem, tanto nacionais quanto internacionais, torna-se evidente a necessidade de divulgar informações contábeis diferenciadas, a fim de aprimorar a demonstração do desempenho da empresa no seu ramo de atividade. Da mesma forma, os usuários das informações contábeis almejam, ou até mesmo, necessitam de informações relevantes que contribuam favoravelmente para os seus processos decisórios. É importante que as informações divulgadas estejam suportadas por um alto grau de compreensibilidade.

Nesse sentido, a informação segmentada destaca-se como um instrumento capaz de auxiliar na tomada de decisões dos seus usuários, sejam eles externos ou internos, na medida em que fornece, como a própria denominação sugere, informações pormenorizadas sobre os segmentos de negócios e geográficos em que a empresa opera. Esse detalhamento de informações contribui com os usuários, uma vez que auxilia na avaliação do desempenho de um determinado segmento da empresa em relação aos demais, e de um determinado segmento em relação a outro segmento de outra(s) empresa(s).

O exame da Norma Internacional de Contabilidade nº 14, versão revisada de 1997, para os propósitos deste trabalho, foi criterioso e permitiu verificar quais procedimentos devem ser tomados pelas empresas, ao elaborarem e divulgarem a informação segmentada. A referida norma enfatiza o assunto de forma abrangente, e possibilitou um aprendizado importante, principalmente pelo fato de ser observada a aplicação prática da norma, ao se analisar os relatórios anuais divulgados.

O trabalho tencionava ilustrar informações segmentadas construídas estritamente com base na NIC 14 revisada (1997). Todavia, dos relatórios anuais até então disponíveis no Banco de Relatórios Anuais de Empresas Estrangeiras, do Departamento de Ciências Contábeis (UFSC), apenas a Lufthansa atendia tais requisitos. Para que o trabalho não se limitasse a apresentar apenas um exemplo de informação segmentada, a Bayer foi escolhida, pois apresenta tal informação de acordo com a NIC 14 reformulada (Reporting Financial Information by Segment), uma vez que ainda não era obrigada a apresentar a informação segmentada relativa ao exercício de 1998, de acordo com a NIC 14 revisada.

Como já foi afirmado, a informação segmentada divulgada para fins externos ainda não é discutida com intensidade no Brasil. Um fator que tem contribuído para que o assunto não tenha sido disseminado no contexto contábil brasileiro, é que apenas recentemente o

Brasil está se inserindo na denominada “Contabilidade Internacional”, quer discutindo-a internamente, quer participando de grupos de trabalhos em organismos internacionais. Exemplo disso é o fato de o Brasil ter sediado, entre os dias 13 e 17 de março do corrente, uma das reuniões do comitê do IASC do ano 2000. Esta foi a primeira vez em toda a história que a América Latina sediou uma reunião do IASC, dela participando, aproximadamente, 160 pessoas integrantes da comitiva do IASC, além de outros participantes brasileiros, na condição de assistentes. Segundo o contador Luiz Nelson Guedes de Carvalho, diretor do Instituto Brasileiro de Executivos de Finanças (IBEF), e coordenador geral da reunião do board em São Paulo, “esta reunião representou a verdadeira inserção do Brasil na comunidade (IASC), da qual o país esteve ausente desde a sua fundação, em 1973”.

O resultado do estudo sobre informação segmentada indica que o nível de agregação de áreas geográficas e de segmentos de negócios pode ser relevante para análises financeiras, ao se avaliar o risco de investimento numa empresa com operações estrangeiras. As informações segmentadas assumem importância nas decisões dos investidores, uma vez que atividades em áreas de alto risco podem causar impactos relevantes sobre os investimentos de recursos financeiros num determinado segmento de negócio ou região geográfica.

Acredita-se ter sido atingido o objetivo geral proposto para este estudo, qual seja, o de apresentar as principais exigências quanto à evidenciação da informação segmentada nos relatórios contábeis de empresas, estabelecidas na Norma Internacional de Contabilidade nº 14. Provavelmente, este foi um dos primeiros estudos sobre o assunto em nível de graduação. O tema abre caminho para outros trabalhos que podem ser realizados com enfoques diversos.

Em se tratando de recomendações para a realização de futuros trabalhos, propõe-se estudos que contemplem outros aspectos relacionados com a informação segmentada, tais como a análise de relatórios contábeis de empresas com vistas a verificar se a informação segmentada está sendo elaborada e divulgada em conformidade com as disposições da norma.

Da mesma forma, há possibilidade de serem realizados trabalhos acadêmicos com o objetivo de abordar questões sobre a harmonização contábil no mundo, visto que este tema tem relação com a adoção de normas contábeis emitidas pelo IASC.

BIBLIOGRAFIA

- ANDER-EGG, Ezequiel. **Introducción a las técnicas de investigación social; para trabajadores sociales.** 7. ed. Buenos Aires: Humanitas, 1978.
- ARCAY, Maria Rosário Babio. **La mejora de la informacion de las empresas diversificadas: los estados contables segmentados.** Madrid: Instituto de Contabilidad y Auditoria de Cuentas (Ministerio de Economia e Hacienda), 1991.
- ASTI VERA, Armando. **Metodologia da pesquisa científica.** 5. ed. Porto Alegre: Globo, 1979.
- BARROS, Aidil Jesus Paes de; Lehfeld, Neide Aparecida de Souza. **Um guia para a inicialização científica.** São Paulo: McGraw-Hill, 1986.
- BAYER. **Anual report 1998.** Leverkusen, 1998.
- BOLETIM CFC. Brasília: Conselho Federal de Contabilidade, ano 03, nº 23, março/2000.
- CARVALHO, Maria Cecília Maringeni. **Construindo o saber: técnicas de metodologia científica.** 2. ed. São Paulo: Papirus, 1989.
- GADEA, José Antônio Lainez. **Comparabilidad internacional de la informacion financiera.** Madrid: Instituto de Contabilidad y Auditoria de Cuentas (Ministerio de Economia Y Hacienda), 1993.
- GONZALO, José A. GALIZO, José L. **European financial reporting.** Londres: Routledge, 1992.
- FINANCIAL ACCOUNTING STANDARDS BOARD. **Financial reporting for segments of a business enterprise, FAS 14.** Norwalk (CT,USA), 1976.
- FINANCIAL ACCOUNTING STANDARDS BOARD. **Disclosures about segments of an enterprise and related information, FAS 131.** Norwalk (CT,USA), 1997.
- FIPECAFI, ARTHUR ANDERSEN. **Normas e práticas contábeis no Brasil.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 1994.
- INTERNATIONAL ACCOUNTING STANDARDS COMMITTEE. **Reporting financial information by segment. IAS 14.** London, 1981.
- INTERNATIONAL ACCOUNTING STANDARDS COMMITTEE. **Segment reporting. IAS 14 (revisada).** London, 1997.
- IUDÍCIBUS, Sérgio de, MARTINS, Eliseu, GELBCKE Ernesto Rubens. **Manual de contabilidade das sociedades por ações.** FIPECAFI. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1995.

- JULVE, Vicente Montesinos. **Las normas de contabilidad en la Comunidad Economica Europea.** Madrid: Ministerio de Economia y Hacienda, Instituto de Planificación Contable, 1980.
- LUFTHANSA. **Anual report 1998.** Köln, 1998.
- MARION, José Carlos. **Contabilidade empresarial.** 8. ed. São Paulo: Atlas, 1998.
- PACTER, Paul. **Reporting disaggregated information.** (Research Report). Norwalk (CT,USA): FASB, 1993.
- PACTER, Paul. **Reporting financial information by segment.** London: International Accounting Standards Committee, 1994.
- PALLARES, Arturo Meneses. **Carta y estructura de las naciones unidas.** Quito: Casa de La Cultura Ecuatoriana, 1952.
- SALOMON, Dêlcio Vieira. **Como fazer uma monografia: elementos de metodologia do trabalho científico.** 2. ed. Belo Horizonte: Interlivros, 1972.

ANEXO 1

DEUTSCHE LUFTHANSA

Consolidated Income Statement for the 1998 Financial Year

	Notes	1998 DM000	1998 DM000	1997 DM000
Traffic revenue	6)	19,551,154		18,730,830
Other revenue	7)	3,102,596		2,878,955
Revenue			22,653,750	21,609,785
Changes in inventories and work performed by the enterprise and capitalised	8)	64,111		86,138
Other operating income	9)	2,595,615		1,880,866
Cost of materials	10)	- 9,185,956		- 8,955,249
Staff costs	11)	- 5,607,663		- 5,521,598
Depreciation and amortisation expense	12)	- 1,693,592		- 1,684,874
Other operating expenses	13)	- 5,981,403		- 5,283,948
Profit from operating activities			+2,844,862	+2,131,120
Income from investments accounted for using the equity method	14)	+ 163,069		+ 93,769
Other income from subsidiaries, joint ventures and associates	14)	+ 97,020		+ 134,814
Net interest	15)	- 382,675		- 547,716
Impairment losses relating to financial assets and investments held as current assets	21)	- 240,200		- 63,323
Financial result			- 362,786	- 382,456
Profit from ordinary activities			+2,482,076	+1,748,664
Other taxes	16)		- 35,305	- 62,092
Profit before income taxes			+2,446,771	+1,686,572
Income taxes	16)		- 1,015,109	- 606,189
Minority interest			- 967	- 3,749
Net profit for the period			<u>+1,430,695</u>	<u>+1,076,634</u>

Consolidated Balance Sheet as of December 31, 1998

Assets	Notes	31.12.1998 DM000	31.12.1998 DM000	31.12.1997 DM000
Intangible assets		243,692		246,470
Aircraft		12,920,648		11,506,942
Other tangible assets		934,946		958,665
Investments accounted for using the equity method	21)	1,127,838		947,565
Other financial assets	21)	1,217,648		1,264,497
Fixed assets	17) 18)		16,444,772	14,924,139
Repairable aircraft spare parts			595,540	620,222
			17,040,312	15,544,361
Inventories	19)	388,081		366,144
Trade receivables	20)	2,061,456		2,042,558
Other receivables and other assets	20)	953,253		1,076,329
Securities	21)	2,004,855		986,531
Cash and cash equivalents	22)	1,254,937		2,648,419
Current assets			6,662,582	7,119,981
Income tax assets	16)		261,608	38,197
Prepaid expenses	23)		75,805	101,949
Total assets			<u>24,040,307</u>	<u>22,804,488</u>

Equity and liabilities	Notes	31.12.1998 DM000	31.12.1998 DM000	31.12.1997 DM000
Issued capital	24)	1,908,000		1,908,000
Capital reserve	25)	1,331,493		1,331,493
Retained earnings	25)	1,791,387		946,007
Net profit for the period		1,430,695		1,076,634
Capital and reserves			6,461,575	5,262,134
Minority interest			19,415	5,653
Retirement benefit obligations		5,398,849		5,041,614
Provisions for income taxes		1,001,414		89,648
Other provisions and accruals		3,527,700		3,291,498
Provisions and Accruals	26)		9,927,963	8,422,760
Long-term borrowings	27)	4,644,802		5,844,370
Trade payables	28)	1,292,363		1,387,236
Other liabilities	28)	1,184,985		1,350,613
Liabilities			7,122,150	8,582,219
Deferred income	29)		509,204	531,722
Total equity and liabilities			<u>24,040,307</u>	<u>22,804,488</u>

Continuation ...

32)

Hedging policy and
financial derivatives

Interest rate hedging transactions with non-consolidated companies:

				Carrying amount	Market value
				31.12.1997	31.12.1997
				DM000	DM000
DM million	Swaps	against	maximum	-	171
20	average	6-months LIBOR	expiry date		
	5.085 per cent		1998		

Fuel price hedges

Hedging arrangements existed at December 31, 1998 with respect to the products gas oil or crude oil for the financial years from 1999–2003 in the form of fixed price transactions, fluctuation band and call options.

	Tonnes	Maturities	Carrying amount	Market value
			31.12.1998	31.12.1998
			DM000	DM000
Call options and				
fluctuation band options	8,292,100	1999–2003	- 98,698	- 92,322
Fixed price transactions	1,479,600	1999–2003	- 18,734	- 18,734

At December 31, 1997 hedging arrangements referred to the products gas oil or crude oil respectively for the 1998 financial year in the form of fluctuation band options and call options.

	Tonnes	Maturities	Carrying amount	Market value
			31.12.1997	31.12.1997
			DM000	DM000
Call options	3,014,000	1998	2,645	2,645
Fluctuation band options	81,300	1998	-	n.a.

The market value is determined on the basis of current conditions on the financial market at December 31, of the financial year. The basis is the middle value of the respective futures and the corresponding volatilities reported by several international banks at monthly intervals. The market value of fluctuation band options at December 31, 1997 could not be determined retroactively.

33)

Segment reporting

In the 1998 and 1997 reporting years, the Lufthansa Group was engaged in five business segments: in passenger business through Deutsche Lufthansa AG and Lufthansa CityLine GmbH, in freight traffic ("Cargo") through Lufthansa Cargo AG, in aircraft maintenance and repair ("MRO") through Lufthansa Technik AG, in catering through LSG Lufthansa

Service/SKY Chefs Group and in the field of EDP services/ information technology ("IT Services") through Lufthansa Systems GmbH and the companies of START Informatik-Group. Lufthansa Commercial Holding and other equity investments which supplement Lufthansa Group's operating business are summarised in "Other".

Sales and revenue between business segments are, as a rule, based on prices that would also have been agreed upon with third parties. Administration services are charged in the form of cost allocations.

Primary reporting format – Information about business segments for the 1998 financial year in DM000:

	Passenger business		Cargo	MRO	Catering	IT Services		Other	Total of segments
	Deutsche Lufthansa AG	Lufthansa CityLine	Lufthansa Cargo	Lufthansa Technik	LSG-Group	Lufthansa Systems	START AMADEUS		
External revenue	14,613,298	1,606,532	3,838,861	1,584,218	635,392	136,869	238,580	-	22,653,750
Inter-segment revenue	1,085,896	-6,414	4,436	1,676,855	678,832	509,234	141,079	-	4,089,918
Total revenue	15,699,194	1,600,118	3,843,297	3,261,073	1,314,224	646,103	379,659	-	26,743,668
Other segment income	1,674,064	78,226	307,682	229,791	82,785	26,823	26,540	658,488	3,084,399
- of which reversal of impairment losses	-	-	-	-	16,045	-	-	-	16,045
- of which from investments accounted for using the equity method	-	-	-	13,675	5,067	-	-	144,327	163,069
Segment expenses	15,611,808	1,509,972	3,879,558	3,421,425	1,325,034	625,718	337,089	33,854	26,744,458
Segment results	1,760,450	168,372	271,421	69,439	71,975	47,208	69,110	624,634	3,083,609
- of which from investments accounted for using the equity method	-	-	-	13,675	5,067	-	-	144,327	163,069
Segment assets	11,428,013	1,377,347	2,548,982	1,907,153	552,822	190,611	129,486	1,850,743	19,985,157
- of which from investments accounted for using the equity method	-	-	-	108,457	161,364	-	-	858,017	1,127,838
Segment liabilities	8,249,476	265,129	704,292	1,536,172	398,287	217,530	98,128	491,103	11,960,117
- of which on investments accounted for using the equity method	-	-	3,254	-	-	-	-	-	3,254
Capital expenditure	1,607,191	115,780	1,291,100	88,223	24,303	96,719	35,079	131,810	3,390,205
- of which on investments accounted for using the equity method	-	-	-	-	1,645	-	-	-	1,645
Depreciation and amortisation	1,205,704	119,091	137,363	83,893	32,817	67,661	24,858	3,469	1,674,856
- of which impairment losses	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Other significant non-cash expenses	150,648	22,193	12,250	29,508	18,205	5,954	83	128	238,969

Primary reporting format – Information about business segments for the 1997 financial year in DM000:

	Passenger business		Cargo	MRO	Catering	IT Services		Other	Total
	Deutsche Lufthansa AG	Lufthansa CityLine	Lufthansa Cargo	Lufthansa Technik	LSG- Group	Lufthansa Systems	START Informatik- Group		of segments
External revenue	13,951,615	1,373,526	3,886,024	1,435,273	629,495	74,248	259,604	-	21,609,785
Inter-segment revenue	1,045,986	-2,367	27,653	1,607,429	891,779	485,957	101,481	-	4,157,918
Total revenue	14,997,601	1,371,159	3,913,677	3,042,702	1,521,274	560,205	361,085	-	25,767,703
Other segment income	1,510,335	75,068	196,865	118,850	74,066	25,362	53,086	384,061	2,437,693
- of which reversal of impairment losses	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- of which from invest- ments accounted for using the equity method	-	-	846	7,316	-4,609	-	-	90,216	93,769
Segment- expenses	15,278,979	1,305,173	3,833,735	3,012,411	1,521,704	553,139	364,984	40,672	25,910,797
Segment results	1,228,957	141,054	276,807	149,141	73,636	32,428	49,187	343,389	2,294,599
- of which from invest- ments accounted for using the equity method	-	-	846	7,316	-4,609	-	-	90,216	93,769
Segment assets	11,019,418	1,384,400	1,448,927	1,813,331	562,487	145,914	95,114	1,479,675	17,949,266
- of which from invest- ments accounted for using the equity method	-	-	-	103,306	158,298	-	-	685,961	947,565
Segment liabilities	8,040,386	266,233	996,895	1,457,370	371,571	187,030	86,205	531,672	11,937,362
- of which from invest- ments accounted for using the equity method	-	-	3,254	-	-	-	-	-	3,254
Capital expenditure	1,770,004	217,627	91,616	51,273	24,519	62,184	25,012	106,244	2,348,479
- of which on invest- ments accounted for using the equity method	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Depreciation and amortisation	1,194,191	115,986	148,447	79,472	53,195	63,892	29,837	336	1,685,356
- of which impairment losses	-	-	-	-	16,000	-	-	-	16,000
Other significant non-cash expenses	161,918	126	12,831	37,358	18,631	7,282	105	200	238,451

Reconciliation between segment information and consolidated financial statements in DM000:

	Total of segments		Reconciliation		Consolidated financial statements	
	1998	1997	1998	1997	1998	1997
External revenue	22,653,750	21,609,785	-	-	22,653,750	21,609,785
Inter-segment revenue	4,089,918	4,157,918	- 4,089,918	- 4,157,918	-	-
Total revenue	26,743,668	25,767,703	- 4,089,918	- 4,157,918	22,653,750	21,609,785
Other income	3,084,399	2,437,693	- 424,673	- 470,689	2,659,726	1,967,004
- of which reversal of impairment losses	16,045	-	-	-	16,045	-
- of which from investments accounted for using the equity method	163,069	93,769	- 163,069	- 93,769	-	-
Expenses	26,744,458	25,910,797	- 4,275,844	- 4,465,128	22,468,614	21,445,669
Result	3,083,609	2,294,599	- 238,747	- 163,479	2,844,862	2,131,120
- of which from investments accounted for using the equity method	163,069	93,769	- 163,069	- 93,769	-	-
Assets	19,985,157	17,949,266	4,055,150	4,855,222	24,040,307	22,804,488
- of which from investments accounted for using the equity method	1,127,838	947,565	-	-	1,127,838	947,565
Liabilities	11,960,117	11,937,362	5,599,200	5,599,339	17,559,317	17,536,701
- of which from investments accounted for using the equity method	3,254	3,254	-	-	3,254	3,254

The reconciliation includes effects resulting from consolidation procedures and amounts resulting from the different interpretation of contents of segment items in comparison to the associated Group items.

Secondary reporting format – geographical segments for the 1998 financial year in DM000:

	Germany	Europe	North America	Central and South America	Asia/Pacific	Middle East	Africa	Other	Sum total of segments
Traffic revenue	6,282,377	5,626,798	2,848,150	576,819	2,500,281	278,313	499,904	938,512	19,551,154
Other operating revenue	1,287,353	745,988	276,474	99,200	390,604	167,075	135,902	-	3,102,596
Other segment revenue	2,317,025	68,513	98,275	5,860	51,414	5,691	7,228	268,789	2,822,795
of which from investments accounted for using the equity method	87,571	17,457	36,605	-	21,501	-	-65	-	163,069
Segment assets	17,819,764	749,540	718,742	89,703	420,919	87,520	98,098	871	19,985,157
of which from investments accounted for using the equity method	428,400	112,743	445,230	-	139,766	-	1,699	-	1,127,838
Capital expenditure	3,361,847	13,838	4,537	881	6,891	541	927	743	3,390,205
of which on investments accounted for using the equity method	-	-	-	-	1,645	-	-	-	1,645

Secondary reporting format – geographical segments for the 1997 financial year in DM000:

	Germany	Europe	North America	Central and South America	Asia/Pacific	Middle East	Africa	Other	Sum total of segments
Traffic revenue	6,375,347	5,170,817	2,580,084	530,496	2,541,213	298,349	483,226	751,298	18,730,830
Other operating revenue	1,244,379	595,954	191,409	82,014	457,011	193,697	114,481	10	2,878,955
Other segment revenue	1,471,015	89,382	66,396	3,872	46,404	2,666	5,113	375,925	2,060,773
of which from investments accounted for using the equity method	18,734	18,004	42,222	-	14,492	-	317	-	93,769
Segment assets	15,483,675	916,671	678,818	75,136	538,972	115,100	113,834	27,060	17,949,266
of which from investments accounted for using the equity method	407,303	98,796	314,618	-	126,236	-	612	-	947,565
Capital expenditure	2,299,024	14,892	7,066	1,384	4,577	880	2,680	17,976	2,348,479
of which on investments accounted for using the equity method	-	-	-	-	-	-	-	-	-

The allocation of traffic revenue to regions is based on the original place of the sale, the allocation of other operating revenue is based on the geographical location of the customer, and the allocation of other segment revenue on the place of service. Items resulting from investments accounted for using the equity method are allocated to the regions, depending on the head office of the respective company.

Regions are, in principle, defined on the basis of geographic rules. Deviating from this principle, the allocation of traffic revenue of the previous Soviet Union, Turkey and Israel is allocated to Europe in accordance with provisions set out by the International Air Transport Association.

The column "Other" includes items which cannot be allocated to a specific region.

34)
Related party
transactions

The Lufthansa Business Segments render numerous services to non-consolidated subsidiaries within the scope of their ordinary activities. The respective investments, in turn, render services to the Lufthansa Group within the scope of their business purpose. These extensive delivery and service relationships are processed on the basis of market prices.

In addition, the Group and non-consolidated subsidiaries have concluded numerous settlement agreements which govern the mutual utilisation of services. The administration services rendered in such cases are charged as cost allocations.

The Lufthansa Group cash management is centralised and thus Lufthansa Group also assumes a "banking function" vis à vis non-consolidated investments. Included, non-consolidated subsidiaries invest their available cash in the Group or borrow cash funds from the Group, carrying out their derivative hedging transactions. All transactions are processed on the basis of market conditions.

Due to the spatial proximity, a large number of sublease contracts have been concluded between Lufthansa Group and related parties; in these cases, Lufthansa Group redebits rental costs and incidental costs on a pro rata basis to the respective companies.

ANEXO 2

BAYER

Bayer Group Consolidated Statements of Income

(DM million)	Note	1998	1997*
Net sales	[1]	54,884	55,005
Cost of goods sold		(30,269)	(30,999)
Gross profit		24,615	24,006
Selling expenses		(12,404)	(11,989)
Research and development expenses	[2]	(3,920)	(3,878)
General administration expenses		(1,910)	(1,737)
Other operating income	[3]	1,585	1,351
Other operating expenses	[4]	(1,815)	(1,735)
Operating result	[5]	6,151	6,018
Income from investments in affiliated companies - net	[6]	41	39
Interest expense - net	[7]	(350)	(308)
Other non-operating expense - net	[8]	(506)	(641)
Non-operating result		(815)	(910)
Income before income taxes		5,336	5,108
Income taxes	[9]	(2,177)	(2,156)
Income after taxes		3,159	2,952
Minority stockholders' interest	[11]	(2)	(11)
Net income		3,157	2,941
 Earnings per share	[12]	 DM 4.32	 DM 4.05

* 1997 figures restated

Bayer Group Consolidated Balance Sheets

(DM million)	Note	Dec. 31, 1998	Dec. 31, 1997
Assets			
Noncurrent assets			
Intangible assets	[16]	3,733	2,056
Property, plant and equipment	[17]	21,177	20,158
Investments	[18]	2,156	1,706
		27,066	23,920
Current assets			
Inventories	[19]	11,306	10,608
Receivables and other assets			
Trade accounts receivable	[20]	10,899	10,686
Other receivables and other assets	[21]	3,249	2,816
		14,148	13,502
Liquid assets	[22]	3,366	4,802
		28,820	28,912
Deferred taxes	[23]	754	872
Deferred charges	[24]	576	466
		57,216	54,170
Stockholders' Equity and Liabilities			
Stockholders' equity			
Capital stock of Bayer AG		3,652	3,652
Capital reserves of Bayer AG		5,760	5,760
Retained earnings		13,923	12,276
Net income		3,157	2,941
Translation differences		(1,914)	(1,143)
Minority stockholders' interest		413	437
	[25]	24,991	23,923
Provisions			
Provisions for pensions and other post-employment benefits	[26]	9,225	9,144
Other provisions	[27]	4,996	5,085
		14,221	14,229
Other liabilities			
Financial obligations	[28]	9,012	7,620
Trade accounts payable	[29]	3,155	3,134
Miscellaneous liabilities	[30]	3,962	3,726
	[31]	16,129	14,480
Deferred taxes	[23]	1,534	1,208
Deferred income	[32]	341	330
		57,216	54,170

[3] Other operating income

Among the items of other operating income for 1998 are DM 177 million (1997: DM 391 million) from reversals of unutilized provisions, DM 297 million (1997: DM 40 million) from retirements of noncurrent assets, and DM 96 million (1997: DM 132 million) from sideline operations. The cost of goods sold incurred for sideline operations has been offset against the corresponding revenues to present a clearer picture of the earnings situation.

Also included here in 1997 was a DM 80 million exchange gain recorded on operating activities. In 1998 there was a net exchange loss, which is recognized in other operating expenses.

Income from divestments of business activities totaled DM 291 million (1997: DM 173 million). Major items were DM 54 million and DM 184 million from the placing of the titanium dioxide and silicones businesses, respectively, into joint ventures.

[4] Other operating expenses

Included in other operating expenses for 1998 are DM 145 million (1997: DM 109 million) of write-downs of receivables, DM 138 million (1997: DM 134 million) of amortization of acquired goodwill and DM 56 million (1997: DM 45 million) of losses from the sale of property, plant and equipment.

Also reflected here is an exchange loss of DM 75 million recorded on operating activities after the results of hedging transactions are offset against the underlying foreign currency receivables or payables. In 1997 there was a net exchange gain of DM 80 million, which was recognized in other operating income.

Restructuring expenses in 1998 were DM 473 million (1997: DM 388 million). These expenses relate mainly to the Chemicals and Polymers segments and comprise the charges incurred in connection with plant closures and discontinuations of business activities.

The other operating expenses for 1997 included DM 55 million to cover the settlement of a civil lawsuit following antitrust litigation in the United States concerning alleged anti-competitive practices of Haarmann & Reimer Corporation.

[5] Operating result

As of 1998, contrary to previous practice, the interest portion of allocations to provisions for pensions or other comparable interest-bearing provisions is no longer included in the cost of goods sold, selling expenses, research and development expenses or general administration expenses, and therefore is no longer recognized in the operating result. Instead, it is recognized in miscellaneous non-operating expenses (see Note 8). The change increases the operating result for 1998 by DM 605 million; the operating result for 1997 is restated to reflect the corresponding increase of DM 590 million.

Breakdowns of the operating result by business segment and by region are given in the table on pages 82-83.

Notes on segment reporting

In accordance with IAS 14 (Reporting Financial Information by Segment), a breakdown of certain data in the financial statements is given by business segment and geographical region; the business segments and regions are the same as those used for internal reporting. The aim is to provide users of the financial statements with information regarding the profitability and future prospects of the Group's various activities.

The business segments embrace the following activities:

- The **Health Care** segment comprises the Pharmaceuticals, Consumer Care and Diagnostics business groups, which develop, manufacture and market throughout the world both prescription and over-the-counter pharmaceuticals, diagnostic testing systems and household insecticides.
- The **Agriculture** segment consists of the Crop Protection and Animal Health business groups. These research, develop and market crop protection products for all climate zones as well as healthcare, nutrition and grooming products for livestock and companion animals.
- The business groups in the **Polymers** segment develop, manufacture and market a wide variety of polymeric materials for diverse applications. In addition to the Plastics, Rubber, Polyurethanes, and the Coatings, Colorants and Specialty Raw Materials business groups, this segment also includes the subsidiaries Bayer Faser and Wolff Walsrode.
- In the **Chemicals** segment, organic and inorganic chemical products and specialty chemicals for industrial use are developed, manufactured and marketed. The segment comprises the Basic and Fine Chemicals and the Specialty Products business groups, the subsidiaries Haarmann & Reimer and H.C. Starck, and the joint ventures DyStar and EC Erdölchemie.
- **Agfa**, in its Photographic Products, Graphic Systems and Technical Imaging Systems business groups, develops, manufactures and markets photographic and digital imaging systems for the graphic arts industry, photography, and medical and industrial radiography.

The table shows the business segments before consolidation. A **reconciliation** to the Group totals is given in a separate column. This reconciliation also reflects revenues and earnings from transactions not allocable to business segments.

The business segment and regional data are calculated as follows:

- The intersegment and interregional sales reflect intragroup transactions effected at transfer prices fixed on an arm's-length basis.
- Comparability of the operating results of different years may be restricted by exceptional items such as restructuring charges. For this reason an operating result before exceptional items is shown in addition.
- The return on sales before exceptional items is the ratio of the operating result before exceptional items to external sales.
- Gross operating cash flow is the excess of cash receipts over cash disbursements before any application of funds.
- Capital invested includes assets required to yield a return, less interest-free liabilities.
- The CFROI is the ratio of the gross cash flow to the capital invested.
- The equity items are those reflected in the balance sheet and income statement. They are allocated to the business segments where possible.
- The other liabilities shown here do not include the financial obligations reflected in the balance sheet.
- Capital expenditures, amortization and depreciation relate to intangible assets, property, plant and equipment.
- Research and development expenses correspond to those recognized in the income statement.

54,884	6,248	6,047	55,005
-0.2%	11.4%	11.0%	13.2%
0.5%	(97)	(29)	7.1%
	6,151	6,018	
	6,602	6,480	
61,297	6,297	59,227	
10.8%	10.8%	10.9%	
17	7		
491	232		
7,438	7,090		
5,232	4,615		
3,001	3,050		
3,920	3,878		
145,100	144,600		

8,631	9,676
5,691	6,257
-9.0%	9.1%
3.5%	4.6%
151	238
272	359
4.8%	5.7%
(29)	(12)
243	347
297	358
4,111	4,001
7.2%	8.9%
4	(7)
20	73
696	636
361	312
155	161
165	180
15,600	15,000

8,631	9,676
5,691	6,257
-9.0%	9.1%
3.5%	4.6%
151	238
272	359
4.8%	5.7%
(29)	(12)
243	347
297	358
4,111	4,001
7.2%	8.9%
4	(7)
20	73
696	636
361	312
155	161
165	180
15,600	15,000