

Segmentos operacionais

Segmentos *operacionais* o que a auditoria examina

Como uma empresa decide o que reportar por segmento define o que o investidor enxerga. Veja o que o CPC 22 exige e o que a auditoria testa na divisão em segmentos.

NORMA BASE

CPC 22 / IFRS 8

PÚBLICO

Controladoria, CFO e comitê de auditoria

EDIÇÃO

Edição 2026

DATA

Agosto de 2026

A mesma empresa pode contar histórias muito diferentes conforme decide dividir o resultado em segmentos. Um grupo que opera crédito, meios de pagamento e seguros pode reportar tudo como um bloco só, ou abrir cada frente com receita, resultado e ativos próprios. A escolha não é cosmética: ela decide o que o investidor consegue enxergar, onde está a margem, onde está a perda e qual negócio sustenta o outro. O CPC 22, alinhado ao IFRS 8, regula essa decisão. Ele não deixa a divulgação por segmento a critério livre da administração, e é justamente por isso que a divisão em segmentos vira um ponto de julgamento que a auditoria independente precisa examinar.

Segmentos operacionais

Resumo

1. O CPC 22 exige que a divulgação por segmento reflita a forma como a administração de fato gerencia o negócio. O ponto de partida é o gestor que toma as decisões operacionais e aloca recursos, e não uma divisão criada só para o relatório.
2. Segmentos parecidos podem ser agregados, mas só quando atendem a critérios de semelhança econômica bem definidos. A agregação indevida é o abuso mais comum, porque esconde um negócio fraco dentro de um forte.
3. Existe um teste quantitativo de relevância: segmentos que passam de certos limites de receita, resultado ou ativos precisam ser reportados separadamente, e o conjunto reportado precisa cobrir a maior parte da receita da entidade.
4. A auditoria examina se a divisão em segmentos bate com os relatórios internos, se a agregação se sustenta, se os totais dos segmentos reconciliam com as demonstrações e se a divulgação é coerente ao longo do tempo.

P	A
Identificar os segmentos	Seguir a visão do gestor que decide e aloca recursos
Agregar segmentos parecidos	Só com semelhança econômica e características comuns
Reportar por relevância	Abrir os que passam dos limites de receita, resultado ou ativo
Reconciliar com o total	Somar os segmentos e conciliar com a demonstração

Divulgação

O ponto de partida é a forma como a empresa é gerida

O CPC 22 adota o chamado enfoque gerencial. A divulgação por segmento deve espelhar a informação que a administração usa internamente para decidir onde colocar recursos e como cobrar desempenho. A figura central da norma é o gestor, individual ou colegiado, responsável por tomar as decisões operacionais, avaliar o desempenho de cada frente e alocar capital entre elas. Segmento operacional é a parte do negócio que gera receita e incorre em despesas, cujos resultados são revistos com regularidade por esse gestor e para a qual existe informação financeira separada.

A consequência prática é direta. A empresa não pode inventar uma divisão de segmentos que exista apenas nas notas explicativas. Se a diretoria acompanha o negócio por linha de produto, é por linha de produto que os segmentos devem aparecer. Se acompanha por região, é por região. O relatório externo tem que descrever o negócio da mesma forma que a gestão o enxerga por dentro. Quando o que aparece na nota não corresponde à forma como a empresa é conduzida, há um problema de fundo, não de formatação.

Auditoria

Agregação: onde mora o abuso mais comum

A norma permite juntar dois ou mais segmentos operacionais em um único segmento reportável. Essa permissão existe por uma razão legítima: abrir dezenas de microssegmentos tornaria o relatório ilegível. Mas a agregação só é aceitável quando os segmentos têm características econômicas semelhantes e se parecem em pontos concretos, como a natureza dos produtos e serviços, o tipo de cliente, os métodos de distribuição e o ambiente regulatório. Não basta a administração achar conveniente somar.

É aqui que se concentra a maior parte das distorções. Juntar um negócio que cresce e dá margem com um que encolhe e queima caixa produz um segmento agregado de aparência saudável, enquanto o problema real fica invisível. O investidor lê um número consolidado bonito e não percebe que ele carrega dentro uma frente deteriorada. Por isso a agregação é sempre uma afirmação que precisa de prova. A pergunta que a análise faz é simples: esses segmentos realmente se comportam de forma parecida em termos econômicos, ou foram somados para que a diferença entre eles sumisse?

Segmentos operacionais

O teste quantitativo de relevância

Além do critério de gestão e do critério de semelhança, o CPC 22 traz limites quantitativos. Um segmento precisa ser reportado separadamente quando atinge certa participação nos números totais, medida pela receita, pelo resultado ou pelos ativos da entidade. A lógica é evitar que um segmento materialmente relevante seja escondido dentro de uma categoria de sobras. Há ainda uma exigência de cobertura: o conjunto dos segmentos reportados precisa representar a maior parte da receita externa da empresa. Se os segmentos abertos somam pouco do total, sobra receita demais fora do detalhamento, e a divulgação perde utilidade.

Esses limites não substituem o julgamento, eles o disciplinam. Um segmento pode ficar abaixo do limite quantitativo e ainda assim ser reportado, quando a administração entende que a informação é útil ao usuário. O que a norma não admite é o caminho inverso: um segmento que ultrapassa os limites e mesmo assim é diluído dentro de um agrupamento genérico do tipo "outros". Quando a categoria "outros" cresce a ponto de concentrar parte expressiva da receita ou do resultado, ela deixa de ser um resíduo e passa a ser um sinal de que a divisão em segmentos foi montada para revelar pouco.

P	A
Segmentos das notas diferentes da gestão interna	Divisão criada para o relatório, fora do enfoque gerencial
Agregação de negócios com desempenho oposto	Frente deteriorada escondida dentro de uma saudável
Categoria "outros" concentrando muita receita	Segmento relevante diluído para revelar menos
Mudança de critério sem explicação	Reorganização que impede a comparação com o período anterior
Totais dos segmentos que não reconciliam	Falha de consistência entre a nota e o consolidado

Divulgação

Consistência no tempo e reconciliação com o consolidado

Dois controles fecham a análise. O primeiro é a consistência ao longo do tempo. A empresa muda de estrutura, faz aquisições, encerra operações, e a divisão em segmentos acompanha essas mudanças. O que a norma exige é que, quando o critério de segmentação muda, os períodos comparativos sejam reapresentados na nova base, para que o usuário compare o mesmo com o mesmo. Uma reorganização de segmentos bem no ano em que um deles piorou, sem reapresentação do comparativo, é um alerta clássico. Ela impede exatamente a comparação que revelaria a piora.

O segundo controle é a reconciliação. Os totais informados por segmento, de receita, resultado e ativos, precisam fechar com os valores das demonstrações consolidadas, com os ajustes de eliminação e de itens não alocados devidamente evidenciados. Números por segmento que não somam de volta ao consolidado indicam que a informação segmentada foi montada por fora da contabilidade, e não extraída dela. Essa é uma das primeiras verificações objetivas que se faz.

Auditoria

O que a auditoria testa na prática

A verificação da divulgação por segmento combina exame de documentos internos e recálculo. O ponto de partida são os relatórios que a administração de fato usa: atas, pacotes gerenciais, apresentações ao conselho e materiais de acompanhamento de resultado. Esses documentos mostram como a empresa é conduzida por dentro, e é contra eles que se confere se os segmentos publicados espelham a gestão real ou uma divisão feita sob medida para o relatório.

Sobre a agregação, a análise busca evidência concreta de que os segmentos somados são de fato semelhantes em economia, cliente, distribuição e regulação, e não apenas convenientes de juntar. O teste quantitativo de relevância é recalculado, para confirmar que nenhum segmento que devia ser aberto acabou dentro de "outros". A reconciliação dos totais com o consolidado é refeita. E a coerência com o período anterior é verificada, com atenção a reorganizações que coincidam com a deterioração de alguma frente. Como a maior parte desse trabalho envolve julgamento sobre a substância da gestão, a norma que orienta a resposta é a NBC TA 315, na avaliação de risco, e a NBC TA 500, na suficiência da evidência, além da atenção geral do CPC 26 sobre a apresentação e a divulgação das demonstrações.

Segmentos operacionais

Como a MERC pode ajudar

A divulgação por segmento é um dos pontos onde a forma de apresentar muda a leitura do negócio sem mudar um único número consolidado. Ela exige quem entenda ao mesmo tempo a norma e o setor, para distinguir a agregação legítima da agregação que esconde. A MERC Group é especializada em auditoria do mercado financeiro, onde grupos com várias frentes, crédito, pagamentos, seguros, gestão de recursos, tornam a segmentação especialmente sensível. Nossa equipe examina se a divisão em segmentos reflete a gestão real, se a agregação se sustenta e se os totais reconciliam com o consolidado, ligando a análise técnica à leitura de quem investe e concede crédito.

Para conversar sobre a auditoria das suas demonstrações e da sua divulgação por segmento, fale com a gente pelo contato. Veja também nosso conteúdo sobre demonstrações consolidadas e o CPC 36 e sobre combinações de negócios e mensuração a valor justo, temas que se cruzam com a definição de segmentos.

Divulgação

Perguntas frequentes

PRÓXIMO PASSO

Do requisito ao *teste* que o sustenta.

A MERC é firma de auditoria independente registrada na CVM, especializada em mercado financeiro. Estruturamos o trabalho do diagnóstico a evidência: leitura do requisito, desenho dos testes, trilha de auditoria e o relatório que sustenta a conclusão. Fale com a equipe pelo canal de contato.

SITE	www.mercgroup.com.br
CONTEÚDO	www.mercgroup.com.br/insights
E-MAIL	contato@mercgroup.com.br
TELEFONE	+55 11 98196 1447

Material técnico de apoio da MERC Group. Conteúdo de caráter informativo, sem constituir oferta de serviços a entidades para as quais a independência seja vedada. Exemplos genéricos, sem referência a instituição específica.