



## **REVISTA AMBIENTE CONTÁBIL**

Universidade Federal do Rio Grande do Norte

**ISSN 2176-9036**

**Vol. 8. n. 2, jul./dez. 2016**

Sítios: <http://www.periodicos.ufrn.br/ambiente>

<http://ccsa.ufrn.br/ojs/index.php?journal=contabil>

<http://www.atena.org.br/revista/ojs-2.2.3-06/index.php/Ambiente>

Artigo recebido em: 09.10.2015. Revisado por pares em: 29.03.2016. Reformulado em: 04.04.2016. Avaliado pelo sistema double blind review.

### **UM ESTUDO SOBRE AS DOAÇÕES REALIZADAS PELAS COMPANHIAS DE CAPITAL ABERTO AOS PARTIDOS POLÍTICOS NAS ELEIÇÕES BRASILEIRAS EM 2014**

### **A STUDY ABOUT THE DONATIONS MADE BY PUBLICLY TRADED COMPANIES TO POLITICAL PARTIES IN ELECTIONS IN BRAZIL 2014**

### **UN ESTUDIO SOBRE LAS DONACIONES REALIZADAS POR LAS SOCIEDADES COTIZADAS A LOS PARTIDOS POLÍTICOS EN LAS ELECCIONES EN BRASIL 2014**

#### **Mayke Douglas Xavier de Lima**

Mestrando e Graduado em Ciências Contábeis pela Universidade Federal de Pernambuco – UFPE. Endereço: Av. Prof. Moraes Rego, 1235 - Cidade Universitária, Recife - PE – Brasil.  
CEP: 50670-901 – Telefone: (81) 21268874  
E-mail: maykedouglas.xavier@gmail.com

#### **Rodrigo Vicente dos Prazeres**

Doutorando em Ciências Contábeis pela UFPE. Mestre em Ciências Contábeis – PPGCC (UFPE) – Endereço: Av. Prof. Moraes Rego, 1235 - Cidade Universitária, Recife - PE – Brasil. CEP: 50670-901 - Telefone:(81) 9863-3945.  
E-mail: rodrigovprazer@gmail.com

#### **Juliana Gonçalves de Araújo**

Doutoranda em Administração - PROPAD – UFPE – Endereço: Av. Prof. Moraes Rego, 1235 - Cidade Universitária, Recife - PE – Brasil - CEP: 50670-901 - Telefone: (81) 8522-9600  
E-mail: juhliana.araujo@gmail.com

#### **Umbelina Cravo Teixeira Lagioia**

Doutora em Administração - PROPAD – UFPE - Professora Adjunta do Departamento de Ciências Contábeis da UFPE – Endereço: Av. Prof. Moraes Rego, 1235 - Cidade Universitária, Recife - PE – Brasil - CEP: 50670-901 - - Telefone: (81) 8854-7770  
E-mail: umbelinalagioia@gmail.com

[Artigo apresentado no 12 Encontro Nordeste de Contabilidade, ENECON 2015].

## RESUMO

O objetivo deste estudo foi verificar qual o nível de *disclosure* voluntário das doações realizadas aos partidos políticos nas eleições brasileiras de 2014 pelas empresas listadas na BM&FBOVESPA, e observar se a governança corporativa e a auditoria externa exercem influência no processo de divulgação dessas informações. A coleta de dados segregou-se em duas fases. Para a primeira fase foram coletadas as informações sobre as doações realizadas aos partidos políticos e comitês pelo Programa de Prestação de Contas Eleitorais (SPCE WEB), e a coleta das informações sobre governança corporativa, segmento de mercado e auditoria externa. A segunda parte foi aplicação de um *check-list* elaborado a partir da presunção de relevância das informações contábeis que seriam consideradas úteis pelos usuários externos da informação contábil. Para a operacionalização do *check-list* foram analisados os Balanços Patrimoniais, as Demonstrações de Resultado, as Notas Explicativas e os Relatórios de Administração das companhias estudadas. Como resultado observou-se que apenas uma empresa mencionou em notas explicativas as doações realizadas aos partidos políticos, no entanto não divulgou quais partidos foram beneficiados, quais foram os critérios usados nas escolhas dos partidos e quantos foram os valores doados. Também foi possível observar que os níveis diferenciados de governança corporativa e a realização da auditoria externa por uma firma “*big four*” não exerceram influência sobre o nível de *disclosure* voluntário das doações realizadas.

**Palavras Chaves:** Disclosure Voluntário. Financiamento Eleitoral. Governança Corporativa.

## ABSTRACT

The aim of this study was to determine the level of voluntary disclosure of donations to political parties in Brazilian elections in 2014 by companies listed on the BM&FBOVESPA, and observe if the corporate governance and external audit influenced in the process of disclosure. Data collection was segregated in two phases. For the first phase were collected information on donations to political parties and committees, on corporate governance, market segments and external audit. The second part was conducted through the applying of a checklist drawn from the presumption of relevance of accounting information that would be considered useful by external users of accounting. In order to implement the checklist the Balance Sheet, the Income Statement, the Notes and the Management Reports of the sample of the study were analyzed. As results it was observed that only one company mentioned the donations made to political parties in the notes, but did not disclose which parties were benefited, what were the criteria considered to choose the parties and how many were donated. It was also observed that the differentiated levels of corporate governance and the being audited by "big four" firm did not exert influence on the level of voluntary disclosure

**Keywords:** Was analyzed. Election Financing. Corporate Governance.

## RESUMEN

El objetivo de este estudio fue determinar qué nivel de divulgación voluntaria de donaciones a los partidos políticos en las elecciones brasileñas en 2014 por las empresas que figuran en la BM&FBOVESPA, y observar el gobierno corporativo y la influencia de auditoría externa en el proceso de divulgación. La recolección de datos segregada en dos fases. Para la primera fase se recopiló información sobre las donaciones a los partidos políticos y comités por el programa electoral de Responsabilidades (SPCE WEB), y la recopilación de información sobre gobierno corporativo, segmento de mercado y la auditoría externa. La segunda parte estaba aplicando una lista de comprobación elaborada a partir de la presunción de pertinencia de la información contable que pueda ser considerada útil por los usuarios externos de la información contable. Con el fin de poner en práctica la lista de control fueron analizados por

el Balance, la Cuenta de Resultados, las notas y los informes de gestión de las empresas estudiadas. Como resultado se observó que sólo una empresa mencionada en las notas a las donaciones a los partidos políticos, pero no reveló el cual las partes se beneficiaron valores, ¿cuáles fueron los criterios utilizados en la selección de partes y cuántos fueron donados. También se observó que los niveles diferenciados de gobierno corporativo y la realización de la auditoría externa por una firma "cuatro grandes" no ejercieron influencia sobre el nivel de divulgación voluntaria.

**Palabras clave:** Divulgación Voluntaria. Financiamiento Electoral. Gobierno Corporativo.

## 1. INTRODUÇÃO

As campanhas eleitorais no Brasil são custeadas por meio da mobilização de recursos públicos e privados, sendo as receitas dos partidos políticos originadas basicamente de cotas do Fundo Especial de Assistência aos Partidos Políticos (Fundo Partidário), de contribuições e de doações recebidas de pessoas físicas e jurídicas.

O Fundo Partidário, conforme a Lei 9.096/95 (BRASIL, 1995) é composto pelas multas e penalidades eleitorais, recursos financeiros legais, doações espontâneas privadas e dotações orçamentárias públicas, enquanto as contribuições são os valores previstos no estatuto e devidos pelos filiados em razão do vínculo estatutário que mantém com o partido. Já as doações são todos os outros recursos repassados aos partidos por pessoas físicas (filiadas ou não) ou jurídicas.

As doações efetuadas por pessoas jurídicas são as principais fontes de financiamentos dos processos eleitorais no Brasil. Somente nas eleições de 2010, segundo dados fornecidos pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE), as empresas juntas doaram a quantia de R\$ 2.212.077.034 para financiar os partidos políticos no processo eleitoral (MANCUSO, 2012). As doações privadas para as campanhas, portanto, seguem uma lógica de mercado, onde doadores buscam estabelecer boas relações com futuros mandatários, e candidatos procuram apoio financeiro para alavancar suas campanhas e melhorar suas chances de sucesso eleitoral.

Apesar de financiar grande parte das campanhas, apenas uma pequena quantidade de empresas realiza doações significativas aos partidos políticos. Segundo pesquisa realizada pelo instituto Ethos (2014), apenas 1% do total de empresas doadoras representou 60% das doações realizadas, e os primeiros dez maiores doadores responderam por 22% dos recursos totais referente às eleições de 2010.

Estes números poderiam ser ainda maiores se a legislação brasileira não definisse o limite para as doações. Conforme a lei 9.504/97 as pessoas físicas são limitadas as doações de 10% sobre seus rendimentos brutos referentes no ano anterior, e as pessoas jurídicas são limitadas ao percentual de 2% da receita auferida no ano anterior.

A fim de melhorar a transparência no processo eleitoral, e tentar evitar casos de corrupção, a legislação brasileira obriga os partidos políticos a realizarem prestações de contas junto à Justiça Eleitoral. Os artigos 32 e 33 da lei 9.096/95 (lei dos partidos políticos) definem que os partidos devem apresentar a discriminação e a destinação dos valores recebidos do fundo partidário em suas prestações de contas, além do valor e da origem das contribuições e doações recebidas.

Lagioia, Almeida e Félix (2014) comentam que a divulgação de pessoas físicas e jurídicas que realizaram doações aos partidos é um grande instrumento de controle social do processo eleitoral, trazendo a possibilidade de acompanhamento da movimentação financeira dos partidos políticos. No entanto, além desse acompanhamento da sociedade é necessário observar do ponto de vista de partes interessadas das empresas doadoras.

O grande embate é que nem todas as empresas são obrigadas a divulgar suas informações ao público. No entanto, as sociedades anônimas de capital aberto devem cumprir

exigências no que se refere à divulgação de informações contábeis, tornando-as disponíveis ao público.

Nas Normas Brasileiras de Contabilidade não consta norma que especifique os critérios de evidenciação das doações efetuadas. Entretanto, como reporta o Pronunciamento Conceitual Básico (CPC 00), as empresas devem se basear nas características qualitativas fundamentais quando da divulgação das informações, atendendo à relevância e à representação fidedigna. Como no Brasil o volume de financiamentos eleitorais pelas empresas é considerado alto, as doações efetuadas pelas grandes empresas podem facilmente ser consideradas como relevantes, necessitando também que sejam reportadas de forma fidedigna aos seus usuários.

Nesse sentido, esta pesquisa tem como premissa a análise qualitativa dos demonstrativos financeiros, buscando investigar como se dá a evidenciação dos financiamentos eleitorais no setor privado por parte das empresas. Adicionalmente, buscou-se relacionar os índices de evidenciação observados com características específicas das empresas, tais como o segmento de mercado, a auditoria, o nível de governança corporativa, ativo total, patrimônio líquido e do resultado do exercício, tendo assim a intenção realizar uma análise descritiva e traçar um perfil para os doadores.

Diante do exposto, esta pesquisa terá como objetivo responder a seguinte questão: **Como as empresas listadas na BM&FBOVESPA que financiaram os partidos políticos nas eleições de 2014 evidenciam este fato em suas demonstrações contábeis?**

Com esta pesquisa busca-se contribuir com evidências sobre o nível de divulgação das doações eleitorais das organizações para com seus usuários externos, bem como quais características podem estar relacionadas à divulgação deste tipo específico de informação.

## 2. REVISÃO DA LITERATURA

### 2.1 DISCLOSURE VOLUNTÁRIO E GOVERNANÇA CORPORATIVA

A contabilidade é uma ciência social que tem objetivo registrar e interpretar os fenômenos que afetam as situações patrimoniais, financeiras e de *performance* de qualquer entidade. Uma de suas funções é a de fornecer relatórios ao usuário para uma possível decisão. Dessa forma, pode-se inferir que o objetivo principal dos relatórios contábeis é fornecer informações que sejam úteis na tomada de decisões econômicas e avaliações de uma forma geral, não tendo o propósito de atender finalidade ou necessidade específica de determinados grupos de usuários.

As Demonstrações Contábeis devem estar em uma forma ou ordem que melhore a sua interpretação, ajudando desta forma a melhorar a evidenciação. Para Hendriksen e Van Breda (1999), tão importante quanto à forma das demonstrações, no processo de divulgação, são as descrições usadas e o grau de detalhamento empregado.

Diversas pesquisas procuram investigar o processo de evidenciação das demonstrações contábeis. Araújo *et al.* (2015) buscaram investigar o nível de atendimento aos critérios de evidenciação do ajuste a valor presente nas empresas do setor de construção e transporte listada na BM&FBOVESPA. A pesquisa mostrou que nos anos de 2008 a 2012 o nível de evidenciação estava aquém das propostas estabelecidas pelo CPC 12. Um estudo realizado por Souza, Borba e Zardonai (2011), que objetivou verificar o nível de evidenciação da perda no valor recuperável de ativos, demonstrou que nenhuma empresa da amostra evidenciou as informações de maneira completa.

Algumas pesquisas também procuraram estudar sobre o *disclosure* voluntário das demonstrações contábeis. Murcia e Santos (2009) buscaram identificar quais fatores são determinantes para explicar o nível de divulgação voluntária das companhias abertas no Brasil,

identificando relações positivas para com a governança corporativa, a internacionalização e o tamanho. Já Santos, Almeida e Bezerra (2013) observaram que empresas maiores tendem a ter melhores práticas de governança corporativa e melhores índices de evidenciação voluntária.

Segundo Verrecchia (2001) o *disclosure* voluntário é um evento endógeno, onde os gestores e/ou as empresas possuem incentivos econômicos para divulgar, ou não, informações de maneira voluntária, uma vez que os usuários externos das demonstrações contábeis são os consumidores dessas informações. Para Dye (2001) a premissa central é de que a divulgação voluntária só ocorre quando há mais benefícios do que custos para os gestores e/ou empresas.

Em relação ao *disclosure* voluntário no processo eleitoral um estudo realizado por Lagioia, Almeida e Félix (2014) buscou analisar se as empresas listadas na BMF&BOVESPA que fizeram doações a partidos políticos nas eleições de 2008 a 2012 evidenciaram este fato nos seus demonstrativos financeiros, como resultado concluiu-se que apenas uma das onze empresas da amostra evidenciou as doações em suas demonstrações contábeis, no entanto, com características qualitativas bem abaixo do esperado.

Além dessas observações, o estudo de Lagioia, Almeida e Félix (2014), buscaram observar se o *disclosure* estava relacionado com outros aspectos da governança corporativa. O *disclosure* é um dos pilares da governança, visto que essa se refere a um conjunto de ações através das quais as sociedades são dirigidas e monitoradas (SILVA, 2005). O termo governança corporativa geralmente se refere ao conjunto de atividades desenvolvidas pelo conselho de administração para assegurar que a empresa, de forma adequada, transfira seus deveres inerentes para com as partes interessadas, incluindo necessariamente a divulgação de informações (LEE *et al.*, 2005), e, de acordo com o IBGC - Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (2015), a governança é o sistema que assegura aos sócios-proprietários o governo estratégico da empresa e a efetiva monitoração da diretoria executiva.

Em 2000, a BOVESPA decidiu criar os níveis diferenciados de governança corporativa, direcionando esforços para o desenvolvimento do mercado de capitais brasileiro através da exigência de um maior comprometimento com as chamadas “boas práticas de governança corporativa”. Por meio de tais níveis seria possível classificar as empresas de acordo com o número de obrigações adicionais à legislação brasileira (PAI, 2008).

No entanto, diferentemente do esperado, o artigo de Lagioia, Almeida e Félix (2014) demonstraram que tais níveis de governança não influenciam no *disclosure* voluntário das doações realizadas aos partidos políticos nas campanhas eleitorais de 2008 e 2012 no Brasil.

## **2.2 AS EMPRESAS COMO FONTE DE RECURSOS PARA OS PARTIDOS POLÍTICOS**

O financiamento de campanha consiste na arrecadação de recursos para que os partidos e os candidatos possam utilizar durante as campanhas eleitorais. No Brasil, as fontes de financiamento são públicas e privadas, mas durante muito tempo a fonte privada foi a única. Foi a partir da segunda metade do século XX que críticas começaram a surgir destacando o possível risco de que doadores passariam a figurar como financiadores motivados pelo alcance de seus interesses particulares (RUBIO, 2005).

Segundo Borges (2012) o volume de recursos doado por empresas às campanhas políticas brasileiras é elevado, o que gera desconfiças em relação às intenções dos doadores e ao comportamento na atividade parlamentar daqueles que receberam os recursos durante as campanhas.

Para Brunell (2005), partidos e grupos de interesse partilham de motivações distintas que se complementam no momento do financiamento de campanhas. Enquanto os partidos almejam cargos e votos, os doadores desejam políticas favoráveis aos seus interesses, seja para vetar determinadas iniciativas, seja para influenciar diretamente na sua produção; ou

mesmo para obter e perpetuar o acesso às arenas decisórias, isto é, as empresas que doam recursos para as campanhas têm o objetivo de influenciar na produção de políticas públicas.

O trabalho de Claessens, Feijen e Laeven (2008) investigou as contribuições às campanhas, constatando que as empresas que realizaram doações almejavam obter benefícios como retorno aos recursos doados.

Tendo em vista as evidências apresentadas na literatura, é pertinente a investigação de como as empresas tem divulgado as informações sobre montantes doados às campanhas, haja vista o interesse de acionistas e de potenciais investidores no fluxo de caixa da companhia. Elevadas quantias podem sugerir a presença de transações não autorizadas, provenientes de ações corruptas, onde a contabilidade pode ser utilizada como um instrumento de investigação (DUARTE *et al.*, 2016)

A configuração de tais circunstâncias pode ocasionar quedas bruscas na expectativa de retorno dos investidores por meio da propagação de uma instabilidade econômico e desembolso de recursos futuros para cobrir despesas com imagem pública e credibilidade de informações. No Brasil, a Petrobrás tem sido alvo de investigações criminais e já vem continuamente apresentando quedas em seu valor, gerando perdas de investimentos às partes interessadas.

### 3. METODOLOGIA

Esta pesquisa segue uma estratégia descritiva, pois, segundo Cooper e Schindler (2003), a análise descritiva busca explorar as características de determinado fenômeno ou ainda o estabelecimento de relação entre as variáveis.

Foram identificadas as empresas que fizeram doações aos partidos políticos no ano de 2014. Para isso, foi utilizada a base de dados composta pelos processos de prestação anual de contas que os partidos são obrigados a submeter junto ao Tribunal Superior Eleitoral-TSE. Essas informações foram extraídas do Programa de Prestações de Contas Eleitorais (SPCE WEB) disponível no endereço eletrônico do TSE. O programa segrega as informações entre Receitas e Despesas e também entre Partido/Comitê e Candidato. Para essa pesquisa foram utilizadas as informações sobre as Receitas dos Partidos Políticos e Comitês.

Posteriormente foram coletadas as demonstrações contábeis das empresas relacionadas na amostra referente ao ano de 2014 através do Sistema de Divulgação Externa ITR/DFP/IAN (DIVEXT) da Comissão de Valores Mobiliários.

Esta pesquisa teve como população as sociedades anônimas listadas na BM&FBOVESPA que financiaram as campanhas eleitorais dos partidos políticos nas eleições de 2014 e que realizaram as prestações de contas obrigatórias ao TSE. Vale ressaltar que não estão contidas neste estudo as doações realizadas diretamente às campanhas eleitorais dos candidatos, mas tão somente às que se refere aos partidos e comitês eleitorais.

#### 3.1 COLETA DE DADOS

Com base nos dados das prestações contas eleitorais foram observadas as doações de 62 companhias listadas na BM&FBOVESPA no ano de 2014, no entanto uma das empresas (Cielo S/A) realizou a prestação de contas de doações no valor de R\$ 0,01 (um centavo) para os partidos, fato este que motivou a exclusão desta empresa por não apresentar um valor significativo, reduzindo a amostra do estudo para 61 empresas.

Para investigar o nível de evidenciação das doações relacionadas aos partidos políticos, foi elaborado um *check-list* contendo critérios a serem atendidos para uma melhor qualidade e transparência na divulgação dessas informações. Esses critérios não são exigidos em normas contábeis específicas ou na legislação eleitoral, são informações voluntárias que as

empresas podem divulgar para tornarem-se mais transparentes no que diz respeito à divulgação de doações eleitorais. Os itens contidos no *check-list* foram propostos a partir da presunção de relevância das informações contábeis que seriam consideradas úteis pelos usuários externos da informação contábil. Assim, foram analisadas as informações presentes nos Balanços Patrimoniais, nas Demonstrações de Resultado, nas Notas Explicativas e nos Relatórios de Administração das companhias estudadas.

Para operacionalização do *check-list* o valor 0 foi utilizado quando verificado que os critérios não foram atendidos e 1 quando observado o oposto. Dessa forma, o índice de evidenciação foi mensurado através da razão entre o total dos critérios atendidos e o total de critérios contidos no *check-list*.

O Quadro 1 apresenta o *check-list* contendo os critérios para elaboração do índice do nível de evidenciação das doações realizadas aos partidos políticos no ano de 2014.

**Quadro 1 - Check-list de Evidenciação Sobre as Doações**

Check-list Evidenciação Sobre as Doações	
1	Evidenciou em Linha Específica na Demonstração de Resultado?
2	Fez Alguma Relação em Notas Explicativas?
3	Fez Alguma Relação no Relatório de Administração?
4	Discriminou a Qual Partido Realizou a Doação?
5	Divulga a Quantia Doadada?
6	Divulga Quais Critérios Adotados Para Determinação dos Valores Doados?
7	Divulga Quais Critérios Adotados Para Determinação dos Partidos?

Fonte: Dados da Pesquisa.

### 3.2 ANÁLISE DOS DADOS

A análise dos dados foi dividida em duas partes, a primeira sobre as doações feitas aos partidos políticos, com os dados obtidos através do TSE, comparando-as com as características das empresas; e, a segunda, relativa ao nível de evidenciação de informações sobre doações eleitorais nas demonstrações contábeis.

A análise da pesquisa foi procedida através de uma investigação documental, onde foi estudado o conjunto das demonstrações contábeis e notas explicativas. Foram utilizadas técnicas de estatística descritiva para analisar o nível de atendimento dos critérios estabelecidos no *check-list*, bem como para demonstrar e comparar as características comuns entre os doadores.

## 4 RESULTADOS E ANÁLISES

### 4.1 ANÁLISE DAS DOAÇÕES

Das empresas que financiaram em 2014 as campanhas eleitorais 62 são de capital aberto. Dentre estas apenas 3 realizaram doações por meio de suas controladas não listadas na BM&FBOVESPA: (a) a JHSF Participações; (b) a Multiplan Empreendimentos Imobiliários S/A, que realizou parte das doações no valor R\$ 100.000,00 pela controlada Multiplan Greenfield LTDA; e a (c) Tractebel Energia S/A, que realizou o total de suas doações no valor de R\$ 1.875.000,00 pela sua controlada Tractebel Energia LTDA.

Das 61 empresas da amostra 2 (duas) pertencem ao segmento de Açúcar e Alcool, 3 (três) ao segmento de Alimentos, 4 (quatro) ao segmento de Bancos, 8 (oito) pertencem ao segmento de Construção Civil, 2 (duas) ao segmento de Calçados, 3 (três) ao segmento Carnes e Derivados, 2 (duas) ao segmento de Exploração de Imóveis, 3 (três) ao segmento de Fios e Tecidos, 2 (duas) ao segmento Material Rodoviário, 2 (duas) ao segmento

Medicamentos, 3 (três) ao segmento Papel e Celulose, 2 (duas) ao segmento Seguradoras, 2 (duas) ao segmento Siderúrgica, 2 (duas) ao segmento Tecidos e Vestuário.

Os segmentos Aluguel de Carros, Armas e Munições, Cervejas e Refrigerantes, Serviços Financeiros Diversos, Embalagens, Energia Elétrica, Engenharia Consultiva, Exploração ou Refino de Petróleo, Jornais e Revistas, Madeira, Máquinas e Equipamentos Industriais, Material Aeronáutico e Defesa, Material de Construção, Materiais Diversos, Minerais Metálicos, Petroquímica, Produtos Diversos, Produtos de Limpeza, Serviços Médicos e Hospitalares, Serviços Diversos e Transporte Rodoviário tiveram 1 (uma) empresa cada.

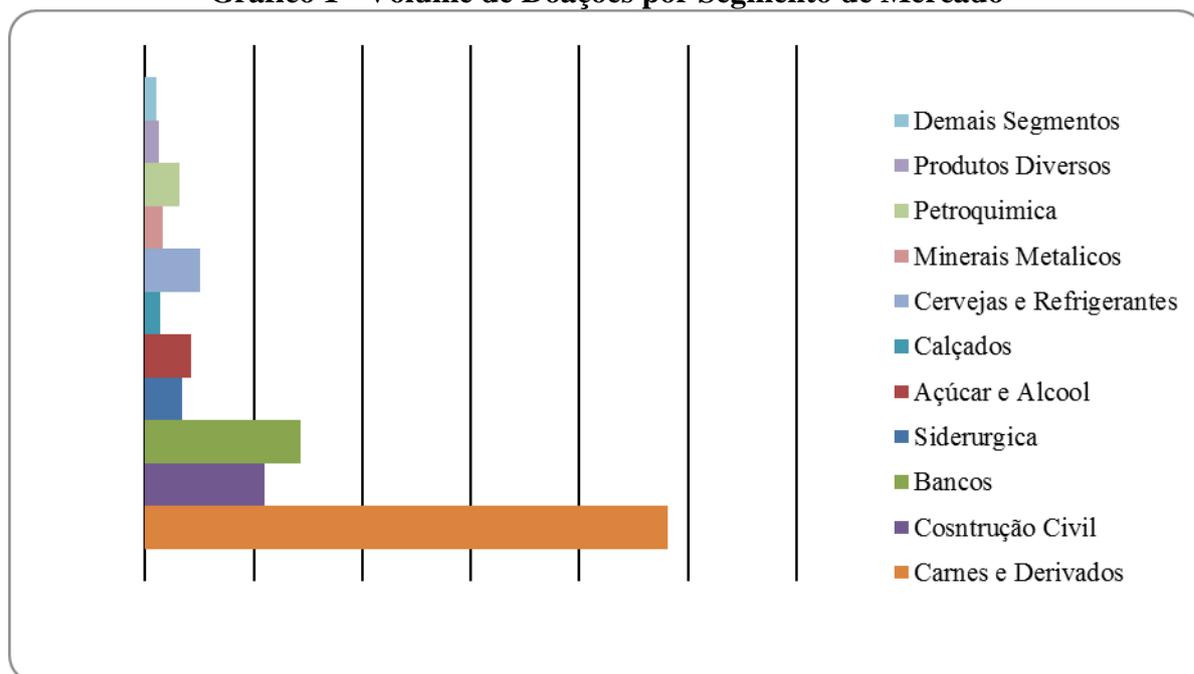
As empresas estudadas juntas doaram a quantia de R\$ 638.654.068,64. Dentre as empresas que mais doaram estão a JBS S/A que doou a quantia de R\$ 290.177.000,00, a Construtora Andrade e Gutierrez S/A com R\$ 62.680.000,00, o Banco Bradesco S/A com R\$ 48.840.000,00, a BTG Pactual com R\$ 32.950.000,00, a AMBEV S/A com R\$ 32.350.000,00 e a Cosan Lubrificante com R\$ 26.500.000,00. Dentre as empresas que realizaram as menores doações de acordo com a prestação de contas foram a Randon S/A Implementos e Participações que doou a quantia de R\$ 25.000,00, a Grazziotin S/A com R\$ 35.000,00, as Industrias Romi S/A e a Pettenati S/A – Industrias Têxtil que doaram aos partidos R\$ 50.000,00 cada, a Evora S/A com R\$ 65.000,00, a Bombril S/A com R\$ 75.000,00 e a Embraer S/A R\$ 80.000,00.

#### **4.1.1 ANÁLISE DAS DOAÇÕES POR SEGMENTO DE MERCADO**

Analisando os valores por segmentos, é observado que 48,17% das doações foram realizadas pelas empresas do segmento de Carnes e Derivados, que podem ser explicados pelas doações da JBS S/A (empresa que mais doou no ano de 2014). Sozinha a companhia doou 45,44% dos valores concedidos aos partidos.

O segundo segmento que mais doou foi o de Bancos, com 14,29% do total. As empresas de Construção Civil juntas doaram 10,94% do total. Logo após, as empresas de Cerveja e Refrigerante com 5,07%, Açúcar e Álcool com 4,23%, Siderúrgico com 3,41%, Petroquímico com 3,18%, Minerais Metálicos com 1,61%. As entidades de Calçados e Produtos Diversos obtiveram 1,33% e 1,30% respectivamente, ao passo que os demais segmentos somaram o percentual de 6,48%.

O Gráfico 1 demonstra os valores das doações por segmento de mercado. Os segmentos que doaram valores menores que 1% foram somados e estão representadas no gráfico de colunas com o título “Demais Segmentos”.

**Gráfico 1 - Volume de Doações por Segmento de Mercado**

Fonte: Dados da Pesquisa.

#### 4.1.2 ANÁLISE POR AUDITORIA

Em relação à auditoria das demonstrações contábeis, foi observado que 53 das 61 companhias são auditadas por empresas consideradas “*Big Four*”. Em consequência apenas 8 empresas não são auditadas por este tipo de auditoria, dessas empresas 6 também não pertencem a nenhum segmento de listagem especial na BM&FBOVESPA. Quando a análise é feita pelo volume de dinheiro envolvido nas doações, pode-se observar que as 8 empresas não auditadas por “*Big Four*”, são responsáveis por 45,71% das doações.

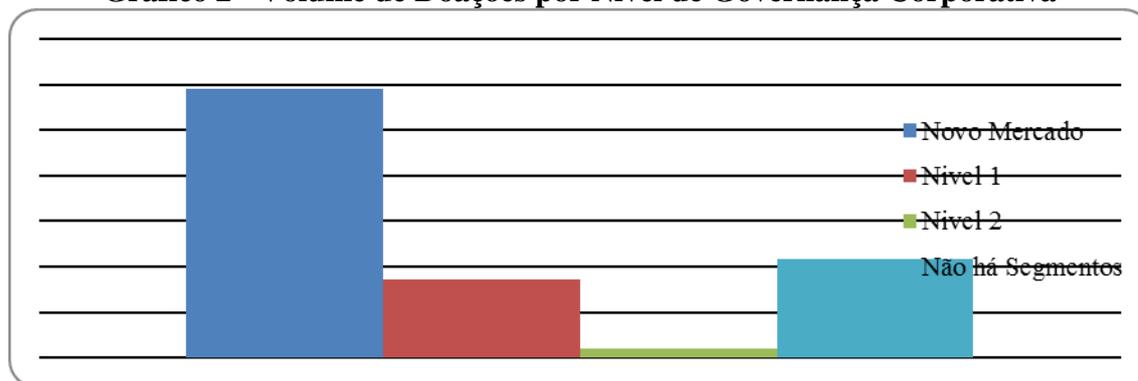
A análise da auditoria é relevante, pois as empresas auditadas por firmas “*Big Four*” em teoria, tendem, a apresentar um melhor nível de evidenciação, pois geralmente esses profissionais são mais exigentes com relação à divulgação de acordo com as normas contábeis (FROST; GORDON; POWNALL, 2008), fato este não verificado na análise.

#### 4.1.3 ANÁLISE POR NÍVEL DE GOVERNANÇA CORPORATIVA

Analisando as doações por nível de governança corporativa, foi constatado que 47 das 61 empresas da amostra pertencem a algum segmento especial de listagem da BM&FBOVESPA. Das 47 empresas que fazem parte de algum segmento especial de listagem, trinta (30) são do Novo Mercado (NM), sete (7) empresas são do Nível 2 (N2) e 10 (dez) companhias são do Nível 1 (N1).

Comparando os valores doados com o nível de governança corporativa é possível perceber que 59% das doações foram feitas por empresas pertencentes ao Novo Mercado, 17% foram doados por empresas que pertencem ao Nível 1, 2% das doações foram feitas por companhias pertencentes ao Nível 2, e 22% das doações foram feitas por empresas que não pertencem a nenhum segmento especial de listagem na BM&FBOVESPA.

A seguir o Gráfico 2 expõe as os percentuais de empresas listadas em níveis diferenciados de governança corporativa que financiaram as eleições de 2014.

**Gráfico 2 - Volume de Doações por Nível de Governança Corporativa**

Fonte: Dados da Pesquisa.

#### 4.1.4 ANÁLISE POR ATIVO TOTAL, PATRIMÔNIO LÍQUIDO E RESULTADO DO EXERCÍCIO

Fazendo uma análise do Ativo Total, as doações não representaram valores significativos, em média as entidades doaram 0,07% do Ativo Total, com destaque para Construtora Andrade Gutierrez que doou em cerca 1,15% no ano de 2014.

Em relação ao Patrimônio Líquido, foi observado que em média as companhias doaram 0,18% do total. Com destaque para a Construtora Andrade Gutierrez que doou 2,14% do total, a Contax S/A que doou 1,59% e a JBS S/A que doou 1,13% de seu Patrimônio Líquido. A Bombril S/A mesmo apresentando um Patrimônio Líquido negativo realizou doações aos partidos no total de R\$ 75.000,00.

Em relação ao Resultado do Exercício foram observados fatos mais relevantes. Em média as empresas doaram 1,41% do Resultado no ano de 2014. No entanto a Construtora Andrade Gutierrez doou um pouco mais de 28% do seu lucro apurado, a JBS S/A doou 12,06% do resultado de 2014, a Contax S/A doou 6,52% e as companhias Sondotecnica Engenharias de Solos S/A, CIA de Locação das Américas, JSL S/A, a Vale do Rio Doce, JHSF Participações e a Cosan Lubrificante doaram próximo de 5% do total do lucro apurado.

Vale ressaltar também que as doações eleitorais contribuíram para o aumento do resultado negativo de algumas empresas como a Suzano Papel S/A, Gafisa S/A, PDG Realty S/A Empreendimentos e Participações, Rossi Residencial S/A, Forjas Tauros S/A, CIA de Fiação de Tecidos Cedro e Cachoeira, Minerva S/A, Bombril S/A, BTG Pactual S/A e a Magnesita Refratários S/A. As doações representaram 8,14% do prejuízo apurado da BTG Pactual no ano de 2014, e 2,22% do resultado negativo da Gafisa S/A.

#### 4.2 ANÁLISE DO NÍVEL DE EVIDENCIAÇÃO DAS DOAÇÕES E RESUMO DOS RESULTADOS

Esta parte teve por objetivo a obtenção e análise do nível de evidenciação das doações realizadas aos partidos políticos. Para obter o nível de evidenciação foi aplicado o *check-list* do Quadro 1 apresentado anteriormente.

Em relação ao primeiro quesito “Evidenciou em Linha Específica na Demonstração de Resultado?” foi observado que nenhuma empresa atendeu este quesito. Mesmo a doação representando, em alguns casos, valores considerados altos, as empresas resolveram optar por não demonstrar este item separadamente na Demonstração de Resultado.

O segundo quesito intitulado “Fez Alguma Relação em Notas Explicativas?” foi observado que apenas 1 empresa a JBS S/A do segmento de Carnes e Derivados mencionou

que realizou doações aos partidos políticos. As empresas Santander S/A, Saraiva S/A Livreiros Editores e a BM&FBOVESPA S/A divulgaram que fizeram doações a fundações, associações e outras organizações não governamentais. A companhia Santander S/A divulgou que realizou doações para o Santander Cultural no valor aproximado de R\$ 4.929.000,00, Fundação Santander R\$ 3.440.000,00, Instituto Escola Brasil R\$ 1.500.000,00 e a Fundação Sudameris R\$ 12.000.000,00, no entanto, não evidenciou as doações que totalizaram R\$ 8.600.000,00 para os partidos políticos. A companhia Saraiva S/A Livreiros Editores evidenciou as doações feitas para o Instituto Jorge Saraiva no valor de R\$ 759.000,00 e não divulgou as que foram feitas para os partidos no valor de R\$ 100.000,00. A companhia BM&FBOVESPA S/A evidenciou que fez doações para a Fundação Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES, no âmbito do Programa Ciências Sem Fronteiras do Governo Federal, mas também não mencionou quais os valores exatos.

As companhias Contax S/A, JHSF Participações, Suzano Papel, Cia Hering, Qualicorp Corretora de Seguros, Multiplan Empreendimentos Imobiliários e Tractebel Energia S/A divulgaram em suas Notas Explicativas que realizaram doações, mas não especificaram quais foram os destinatários. Não evidenciaram se as doações foram realizadas aos partidos ou a outra instituição não governamental.

O terceiro quesito intitulado “Fez Alguma Relação no Relatório de Administração?” foi observado que nenhuma entidade atendeu este item. A empresa Klabin S/A mencionou que realizou doações ao Fundo da Infância e Adolescente (FIA) no valor de R\$ 1.150.000,00, mas não evidenciou as doações aos partidos no valor de R\$ 2.110.000,00, ou seja, a empresa resolveu divulgar informações de doações menores que o financiamento eleitoral.

Em relação aos quesitos “Discriminou a Qual Partido Realizou a Doação?”, “Divulga a Quantia Doadas?”, “Quais Critérios Adotados Para a Determinação dos Valores?” e “Quais Critérios Adotados Para a Determinação dos Partidos?” notou-se que nenhum desses quesitos foi atendido por nenhuma das companhias. A JBS S/A divulgou as quantias doadas em conjunto com outras despesas como “Resultado na Venda de Ativos Imobilizados” e outros de menor representatividade pulverizados, prejudicando a representação desta informação aos usuários, por não evidenciar de maneira fidedigna as doações realizadas aos partidos políticos.

Por fim, o Quadro 2 abaixo resume os resultados observados neste trabalho.

### **Quadro 2 - Resumo dos Principais Resultados Obtidos com a Operacionalização do Check-list.**

<b>Quesitos</b>	<b>Respostas</b>
<b>Segmento de Mercado</b>	
<i>Maior quantidade de empresas envolvidas</i>	<i>Construção Civil</i>
<i>Maior fluxo financeiro</i>	<i>Carnes e Derivados</i>
<b>Governança Corporativa</b>	
<i>Maior quantidade de empresas envolvidas</i>	<i>Novo Mercado</i>
<i>Maior fluxo financeiro</i>	<i>Novo Mercado</i>
<b>Auditoria</b>	
<i>Maior quantidade de empresas envolvidas</i>	<i>Big Four</i>
<i>Maior fluxo financeiro</i>	<i>Big Four</i>
<b>Quantidade de Empresas que atenderam aos quesitos</b>	
<i>Evidenciou em linha específica na Demonstração de Resultado?</i>	0
<i>Fez alguma relação em notas explicativas?</i>	1
<i>Fez alguma relação no relatório de administração?</i>	0
<i>Discriminou a qual partido realizou as doações?</i>	0
<i>Divulga a quantia doada?</i>	0
<i>Divulga quais critérios adotados para determinação dos valores doados?</i>	0
<i>Divulga quais critérios adotados para determinação dos partidos?</i>	0
<b>Comparação da Evidenciação com as características das empresas</b>	

O Nível de Governança Corporativa Exerce Influência na divulgação de Informações sobre as doações?	Não
A Escolha da Empresa Para Realização Auditoria Externa Exerce Influência Sobre o disclosure das doações?	Não

Fonte: Dados da Pesquisa

## 5. CONCLUSÃO

O objetivo da pesquisa foi analisar se as companhias de capital aberto que financiaram os partidos políticos nas eleições brasileiras em 2014 evidenciaram este fato em suas demonstrações contábeis, bem como realizar uma análise descritiva das doações e comparar o nível de *disclosure* com as características de segmento de mercado, auditoria, governança corporativa, ativo total, patrimônio líquido e resultado do exercício.

Com a análise das doações realizadas pelas companhias listadas na BM&FBOVESPA, podemos observar que empresas de diversos setores da economia financiam a campanha eleitoral no Brasil, no entanto, podemos destacar que o segmento da Construção Civil possui o maior número de empresas colaborando com o financiamento político. Quando o objetivo é analisar o volume de dinheiro envolvido nas doações por setor da economia, pode-se observar que o segmento de Carnes e Derivados contribuiu com quase metade do total do de recursos doados, fato este impulsionado pelas doações da JBS S/A dona das marcas “FRIBOI” e “SWIFT” que realizou as maiores doações no ano de 2014.

Em relação à auditoria independente, verificou-se que mais 80% das companhias são auditadas por empresas consideradas “*BIG FOUR*”. Desse modo apenas 8 são auditadas por empresas de auditoria menores, no entanto estas empresas são responsáveis por quase a metade das doações. Já a análise por nível de governança corporativa, indicou que as empresas que pertencem ao Novo Mercado (NM) foram as que mais financiaram as campanhas eleitorais no ano de 2014.

Observando as doações em relação aos relatórios financeiros das empresas, é possível verificar que a empresa Construtora Andrade Gutierrez S/A (Construção Civil) realizou doações que representaram 28% do Lucro Líquido apurado no ano de 2014, este valor representativo não foi evidenciado nas demonstrações contábeis da companhia. Caso os investidores não busquem informações adicionais, eles não ficarão sabendo que seus lucros foram reduzidos para financiar as campanhas eleitorais. Outro fato observado foi que as doações aos partidos políticos contribuíram para o aumento do resultado negativo de algumas entidades, neste sentido duas empresas chamam a atenção, a BTG Pactual que as doações representaram 8,14% do prejuízo apurado no ano de 2014 e a Bombril S/A, que realizou doações mesmo estando com o Patrimônio Líquido negativo representando uma atitude contraditória em ambiente normal de negócios, pois em tese as empresas só doam quando tem ativos suficientes para realizar a doação.

Em relação à análise da evidenciação foi observado que nenhuma empresa evidenciou em linha específica na demonstração de resultado as doações que realizaram aos partidos políticos. No que se refere às Notas Explicativas, foi possível identificar que apenas a JBS S/A mencionou que fez doação partidária. Algumas empresas demonstraram que realizaram algum tipo de doação, porém não especificaram quais. Concernente ao Relatório de Administração foi observado que nenhuma companhia fez menção ao financiamento eleitoral. A Klabin S/A divulgou informações sobre doações a entidades filantrópicas no valor bem abaixo da quantidade doada aos partidos, o que reflete o pensamento de Dye (2001) que afirma que a entidade só divulgará voluntariamente informações favoráveis.

Em relação aos outros itens do *check-list*, nota-se que nenhuma empresa atendeu aos quesitos propostos no estudo. Com isso foi possível observar um nível muito baixo do

atendimento aos critérios propostos para a evidenciação de informações sobre as doações realizadas. Neste sentido é possível sugerir pesquisas futuras relacionadas à transparência no processo eleitoral, principalmente em processos que incluem os financiamentos partidários e as doações diretas aos candidatos, buscando identificar os fatores que levam as empresas a realizarem este tipo de operação, e os benefícios alcançados.

## REFERÊNCIAS

BORGES, T. D. P. Os Partidos Políticos e o Financiamento Empresarial das Campanhas Legislativas Para a Câmara dos Deputados: Um estudo sobre as doações empresariais e as carreiras nas eleições de 2006. In: Encontro Anual da Anpocs, XXXVI, 2012, São Paulo, **Anais...** São Paulo, 2012.

BRUNELL, Thomas. The Relationship between political parties and interest groups: Explaining Patterns of PAC Contributions to Candidates for Congress”. **Political Research Quarterly**, 58: 681-688, 2005.

CLAESSENS, S.; FEIJEN, E.; LAEVEN, L. Political connections and preferential access to finance: the role of campaign contributions. **Journal of Financial Economics**, v.88, n.3, p.554-580, 2008.

COOPER, D.R.; SCHINDLER, P.S. **Métodos de Pesquisa em Administração**. São Paulo: Bookman. 7. ed. 2003.

DUARTE, A. R.; RODRIGUES, R. N.; PRAZERES, R. V.; ARAÚJO, J. G. Um Estudo Sobre a Relevância da Contabilidade Forense como Instrumento de Investigação: A Percepção de Profissionais Ligados ao Combate à Lavagem de Capitais. **Revista de Gestão, Finanças e Contabilidade**, v. 6, p. 45-75, 2016.

DYE, Ronald. An evaluation of ‘essays on disclosure’ and the disclosure literature in accounting. **Journal of Accounting and Economics**, v. 32, p. 181-235, 2001.

FROST, Carol; GORDON, Elizabeth; POWNALL, Grace. Financial reporting and disclosure quality, and emerging market companies’ access to capital in global markets. **Social Science Research Network**. Disponível em: <www.ssrn.com>. Abril, 2008. Acesso em: 22 maio 2015.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GOVERNANÇA CORPORATIVA. **Governança corporativa**. Disponível em: <<http://www.ibgc.org.br/Secao.aspx?CodSecao=17>> Acesso em Mai. 2015.

INSTITUTO ETHOS. **A Responsabilidade das Empresas no Processo Eleitoral**. Disponível em: <[http://www3.ethos.org.br/wp-content/uploads/2014/08/A-Responsabilidade-das-Empresas-no-Processo-Eleitoral\\_20141.pdf](http://www3.ethos.org.br/wp-content/uploads/2014/08/A-Responsabilidade-das-Empresas-no-Processo-Eleitoral_20141.pdf)> Acesso em Abr 2015.

LAGIOIA, U. C. T; ALMEIDA, J. E. G. S.; FÉLIX JUNIOR, L. A. O Processo Eleitoral Sob A Ótica Do Usuário Externo Da Informação Contábil: Uma Análise Dos Demonstrativos Financeiros Padronizados Publicados Pelas Empresas Listadas Na BM&Fbovespa Que Financiaram Partidos Políticos Nas Eleições De 2008 E 2012. In: Semnário UFPE de Ciências Contábeis., VIII., 2014, Recife, **Anais...** Recife 2015.

LEE, D. S.; HAN, J.; WU, Woody; CHOW, C. W. Corporate governance and investor reaction to reported earnings: an exploratory study of listed Chinese companies. **Advances in International Accounting**. v. 18, pp. 1–25, 2005.

ARAÚJO, J. G.; PRAZERES, R. V.; ARAÚJO, J. G. N.; LAGIOIA, U. C. T.; LIMA, M. D. X. Um Estudo sobre a Governança Corporativa e o Nível de Atendimento aos Critérios de Evidenciação do Ajuste a Valor Presente em Empresas de Construção e Transporte. **Revista Evidenciação Contábil & Finanças**, v. 3, p. 42-59, 2015.

MANCUSO, W.. Investimento eleitoral no Brasil: balanço da literatura e agenda de pesquisa. Paper apresentado no 8º encontro da ABCP, 2012. **Anais...**

MURCIA, F. D-R.; SANTOS, A. Fatores determinantes do nível de disclosure voluntário das companhias abertas no Brasil. **Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade**, Brasília, Vol. 3, nº 2, Mai/Ago., 2009, p. 72-95.

PAI, Leocir Dal. Governança Corporativa & Ética Nas Organizações. **Saber Acadêmico**, São Paulo, nº 06, Dez. 2008, p. 90-102.

RUBIO, D.F. Financiamento de partidos e campanhas: fundos públicos *versus* fundos privados. **Novos estudos** – CEBRAP, n.73, 2005.

SANTOS, P. S. A.; ALMEIDA, D. M.; BEZERRA, F. A. Grau de Disclosure Voluntário e Nível de Governança Corporativa no Caso das Companhias Brasileiras de Capital Aberto: um estudo de relação. **Revista de Administração e Contabilidade**. v. 5, nº 1, Jan-Abr., 2013, p. 04-21

SILVA, André Luiz Carvalhal. **Governança corporativa e decisões financeiras no Brasil**. Rio de Janeiro: Mauad, 2005.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL, **Contas Partidárias**. Disponível em <<http://www.tse.jus.br/partidos/contas-partidarias/Contas-partidarias>> Acesso em: 01 abr. 2015

VERRECCHIA, R. Essays on disclosure. **Journal of Accounting and Economics**, v. 22, p. 97-180, 2001.