**CARACTERÍSTICAS ECONÔMICAS DE EMPRESAS E USO DE *HEDGE ACCOUNTING*: UM ESTUDO EM EMPRESAS DO SETOR DE CONSUMO NÃO-CÍCLICO LISTADAS NO NOVO MERCADO DA BM&FBOVESPA**

**Mariana Ribeiro Pereira1, Carolina Moreira Pereira2, Marlon Mendes Silva3, Laura Edith Taboada Pinheiro4**

1 Mestranda em Ciências Contábeis pela Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG/FACE, Belo Horizonte, MG – Brasil; E-mail: marianarp@c-cont.mest.ufmg.br

2 Mestranda em Ciências Contábeis pela Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG/FACE, Belo Horizonte, MG – Brasil; E-mail: carolmoreira@ufmg.br

3 Mestrando em Ciências Contábeis pela Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG/FACE, Belo Horizonte, MG – Brasil; E-mail: marlonmendes@ufmg.br

4 Doutora em Contabilidade e Finanças pela Universidad de Zaragoza (Espanha), Professora do Programa de Mestrado em Ciências Contábeis da UFMG/FACE, Belo Horizonte, MG – Brasil; E-mail: ltaboada@face.ufmg.br