

Earnings management

Estratégia gerencial criativa



Luiz Francisco Serra

A expressão '*Earnings Management*' tem sido usada para explicar técnicas adotadas pelas corporações para modificar os resultados e outros itens do balanço patrimonial e financeiro. No nosso país tem sido traduzida como 'Contabilidade Criativa', expressão que não parece satisfatória, pois esses atos criativos são praticados principalmente pelos executivos e administradores, de forma ética e legal, mas principalmente com o objetivo de praticar fraudes, prejudicando a própria empresa ou terceiros, com ou sem conhecimento do contador. Por isso, adotamos o título 'Gestão Estratégica Criativa' pois a Contabilidade, como técnica e como ciência, não se presta à prática de tais atos.

Desenvolvimento

A terminologia anglo-saxônica criou a expressão *Earnings Management* (administração de lucros), que tem sido traduzida como 'Contabilidade Criativa', ou, mesmo, como 'Contabilidade Agresiva', dos termos que são tecnicamente inadequados. Preferimos 'Estratégia Gerencial Criativa', porque a estratégia, basicamente, é gerencial e, não, contábil.

O procedimento pretende mostrar atos da administração que são destinados a dar nova e diferente aparência contábil. Dessa forma, fazendo novas classificações por grupos de contas do Ativo e do Passivo e alterando conta de Resultados, muda-se o valor dos lucros ou perdas, para aumentá-los ou diminuí-los, segundo as conveniências, além de outras 'manobras' criativas, alterando os grupos de contas ativas e passivas para melhorar a análise de balanços.

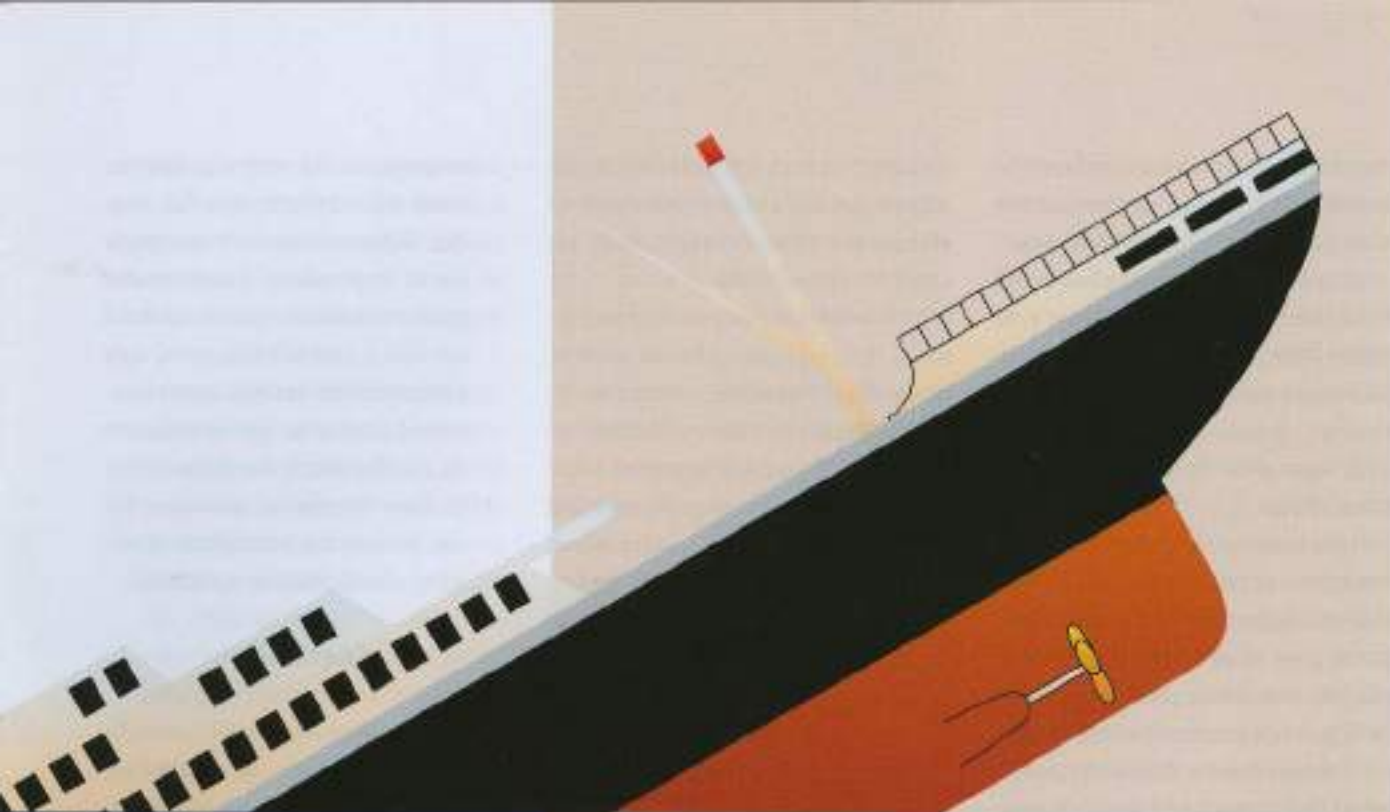
Esse procedimento, entretanto, não é novo. Há mais de 50 anos, Hermann Junior (1941), o primeiro brasileiro a divulgar a contabilidade científica, transmitiu o termo usado pelos americanos *window dressing*, para representar as manobras dissimulando a correta

representatividade dos balanços. Naturalmente que, naquela época, as atividades empresariais eram menos agressivas e os procedimentos de falsear resultados, menos sofisticados.

Para Nasser (1993) "a contabilidade criativa é o resultado da transformação das cifras contábeis daquilo que realmente são para aquilo que aqueles que as elaboram desejam que sejam, aproveitando o que as normas existentes proporcionam ou, mesmo, ignorando-as".

A Contabilidade, como ciência e com os seus princípios e normas definidos, deve registrar fielmente os fatos administrativos documentados e, de acordo com os princípios éticos, não pode modificar balanços ou qualquer informação contábil, com o objetivo de atender interesses pessoais e antiéticos e práticas fraudulentas.

O objetivo do que se denomina 'Contabilidade Criativa' é fazer reexame ou releitura dos resultados contábeis normais e verificar se atende aos interesses pessoais ou de divulgação da empresa ou dos seus executivos. Esse ato gerencial, estratégico, pode ser exercido com ética, respeito às leis e de acordo com os Princípios e Normas Contábeis editados pelo



CFC - Conselho Federal de Contabilidade, pela CVM - Comissão de Valores Mobiliários e outros órgãos reguladores, nesse caso, é uma 'gestão estratégica responsável'. Mas, quando o procedimento é exercido no sentido de falsear resultados, para apresentar aos usuários posições diferentes - sejam patrimoniais, financeiras ou econômicas - com evidência incorreta dos resultados, nesse caso, é atitude condenável.

É imprevisível o que pode surgir na mente de pessoas inteligentes, criativas, de imaginação fértil e que apresentam soluções criativas, que normalmente são amassadas.

A administração da empresa é que decide, no final, sobre o balanço. O contabilista fica no meio do campo de batalha, às vezes participando ou ignorando o ato criativo praticado, mas está sempre sujeito à responsabilidade legal pelas consequências do que for decidido, quando ilegal e antiético.

A elaboração do balanço é responsabilidade da administração (CFC - 2003), mas a sua preparação compete ao contabilista, e, dessa forma, ele é parte nas decisões e tem responsabilidade quando houver erro ou fraude nas demonstra-

DECISÕES CONTÁBEIS "PURAS"

DECISÕES COM IMPACTOS NO FLUXO DE CAIXA

"Gerenciamento" dos resultados contábeis

De acordo com as Normas/Princípios Contábeis

- Contabilidade "Conservadora"

- a) Reconhecimento muito elevado de provisões.
- b) Aceleração das despesas de depreciação.
- c) Reconhecimento das receitas apenas quando da cobrança.

- Contabilidade "Agressiva"

- a) Evitar ou reduzir o reconhecimento de provisões.
- b) Reduzir as cotas de depreciação e exaustão.
- c) Reconhecimento de receitas durante a produção.

Práticas Aceitáveis

- Visando Reduzir Fluxo de Caixa Líquido

- a) Retardar Vendas.
- b) Acelerar gastos associados à propaganda e publicidade, treinamento e P&D.
- c) Aumentar despesas de natureza não-operacional (Banquetes, bingos, doações).

- Visando Aumentar Fluxo de Caixa Líquido

- a) Antecipar ou acelerar Vendas.
- b) Adiar a realização de despesas necessárias de propaganda e publicidade, treinamento ou P&D.
- c) Aumentar Receita não-operacional pela venda de ativos da empresa.

Contabilidade Fraudulenta e Práticas Inaceitáveis

Que Violam as Normas/Princípios Contábeis

- a) Registrar vendas fictícias.
- b) Antecipar (documentalmente) a data da realização de vendas.
- c) Superestimar o estoque pelo registro de inventário físico.

Práticas Inaceitáveis

- a) Receber e não efetuar a entrega do produto.
- b) Não cumprir com os compromissos financeiros.
- c) Não pagar os tributos lançados.

ções financeiras podendo ser acusado de conluio fraudulento, mesmo que não tenha conhecimento do ato praticado.

O contabilista é subordinado administrativamente, mas, do ponto de vista técnico, tem plena autonomia. Essa dupla posição gera problemas de relacionamento, quando o contador não concorda com determinadas decisões da administração.

Entretanto, nos aspectos de guerra comercial, guerra fiscal, dificuldades anormais intransponíveis, o administrador às vezes se vê compelido a praticar atos não autorizados pela sua consciência, o que não justifica atitudes erradas.

O Gerenciamento Criativo Responsável exerce o direito e a obrigação de escolher as melhores opções no interesse da empresa. Por maior que seja a dificuldade, a obrigação do administrador é fazer todo o possível para que a empresa se mantenha viva a fim de atender ao interesse de todos que dela dependem.

Por isso, alguns empresários, quando optam por agir de forma agressiva, criativa, devem assumir as consequências de soluções informais, ilegais e antiéticas, por terem optado por decisões marginais.

Kraemer (2005) apresenta um bem fundamentado artigo, do qual destacamos o seguinte resumo sobre 'Contabilidade Criativa':

1. Conceituação (vários autores).
2. Motivações (atitude agressiva, conservadora ou maquiadora):
 - a) influência nos Resultados Contábeis;
 - b) necessidades contratuais;
 - c) interesses políticos e sociais.
3. Objetivos para utilização:
 - a) melhorar margem apresentada;
 - b) estabilizar imagem;
 - c) debilitar a imagem demonstrada.

Quanto às práticas usuais da 'Contabilidade Criativa', a autora cita os casos de práticas baseadas em descumprimento de princípios e convenções contábeis, em contabilização errônea de operações, em classificações errôneas de lançamen-

tos contábeis e em operações vinculadas a operações comerciais e financeiras realizadas com entidades excluídas do 'alcançe' de consolidação.

Há também estratégias criativas legítimas, dentre as quais citamos planejamento fiscal respeitando as normas legais, a escolha de critérios de apropriação de custo, decisões gerenciais sobre épocas de vendas, bonificações especiais para incentivos, decisões sobre ativos intangíveis, reavaliação de ativos, fusões, incorporações, etc. As políticas de produção e vendas devem ser avaliadas também do ponto de vista estratégico.

O Governo também exerce essas estratégias, de forma legítima ou atética, quando são expedidas medidas provisórias de ordem econômica, criando ou extinguindo a correção monetária do balanço, permitindo o diferimento de perdas cambiais, manipulando taxas cambiais, criando ou extinguindo incentivos fiscais, sendo que tudo reflete nos resultados das empresas.

Na própria Contabilidade Pública a criatividade é exercida, ateticamente, quando retardam ou deixam de registrar empenhos de despesas, quando procrastinam processos que favorecem o contribuinte e quando registram receitas ainda não definitivamente constituídas. São decisões políticas que não comentamos.

É preciso entender que não é a Contabilidade que falseia resultados aplicando seus Princípios e Normas, com Ética. Não é a Contabilidade que se classifica como 'criativa'. 'Criativas' são as pessoas que escolhem as estratégias.

Koliver (2004) esclarece:

As manipulações e fraudes contábeis ocorridas nas empresas norte-americanas que faliram foram, fundamentalmente, de iniciativa e responsabilidade de seus executivos financeiros. Foram pessoas que tomaram decisões de fraudar os registros e as demonstrações contábeis. Mais ainda, essas pessoas sequer eram contabilistas. No caso de contabilistas

empregados das empresas que tenham tido conhecimento das fraudes, automaticamente foram igualmente responsáveis. Houve fraudes puras e simples, as quais nada têm a ver com a contabilidade em si, mas pertencem ao terreno comportamental e todos os que participaram da sua interpretação atentaram contra os mais coezinhos princípios éticos, no caso dos contabilistas envolvidos. A contabilidade é confiável.

Conclusão

Procuramos mostrar que a Contabilidade é uma ciência que não comete fraudes e nem estratégias para modificar valores dos balanços. Esses atos, e existem, são da sua diretoria em conjunto com os seus executivos principais, que devem ser responsabilizados. O contador também pode ser responsabilizado se participar de tais atos ou for omissivo.

A estratégia criativa, tanto pode ser exercida de forma correta como também pode usar práticas condenáveis adotando processos antiéticos e fraudulentos.

Acontece que alguns empresários, vendo 'afundar seus negócios', agarram qualquer 'tabua de salvação' com o objetivo de prolongar a vida da empresa, ainda que sejam atos desaconselháveis e ilegais. É instinto da sobrevivência aplicado aos negócios e que nem sempre produz resultados positivos.



Luiz Francisco Serra – Doutor em Contabilidade, Professor Emérito pela UFMG-FACE e professor da UNICAMP.

REFERÊNCIAS

- CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. *Normas Brasileiras de Contabilidade, Auditoria e Perícia*. Brasília - DF, CFC, 2003.
- HERMANN JR., Frederico. *Análise do capital das empresas*. Editora Atlas, 1. ed., 1941.
- KOLIVER, Orlino. A Contabilidade Empresarial. *Revista de Contabilidade do CRCRS*, nº 166, abril de 2004.
- KRAEMER, Maria Elizabeth Pereira. Contabilidade Criativa: maquiando as demonstrações contábeis. *Revista Pensar Contábil*, CRCRI, nº 20, 01/ mai/jun/ jul, 2005.
- NAVER, Kamal. *Creative Financial Accounting: its nature and use*. London: Prentice - Hall, 1995.