

GERENCIAMENTO DE RESULTADOS VISTO SOB O ASPECTO ÉTICO

LUIS CARLOS BARBOSA DOS SANTOS

Universidade Federal de Juiz de Fora
contadorbarbosa@hotmail.com

JACQUELINE VENEROSO ALVES DA CUNHA

Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)
jvacbr@yahoo.com.br

ROMUALDO DOUGLAS COLAUTO

Universidade Federal do Paraná - UFPR
rdcolauto.ufpr@gmail.com

LAURA EDITH TABOADA PINHEIRO

Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)
ltaboada@face.ufmg.br

GERENCIAMENTO DE RESULTADOS VISTO SOB O ASPECTO ÉTICO

RESUMO

A identificação dos motivos que levam ao gerenciamento de resultados suscita questionamentos éticos, pois gerenciar os resultados para atender a determinados incentivos pode prejudicar alguns dos grupos de interesse na divulgação da entidade. Analisou-se a percepção dos profissionais de contabilidade sobre o gerenciamento de resultados sob o ponto de vista ético. Utilizou-se dois atributos do constructo intensidade moral de Jones (1991), o consenso social e a magnitude das consequências. Aplicou-se, junto a uma amostra de contadores, um questionário contendo a descrição de quatro cenários, em que um gerente, motivado pela possibilidade de aumento da sua remuneração, tem a opção de se envolver em uma prática de gerenciamento de resultados. A intensidade do julgamento ético e da intenção moral (reação) dos respondentes foram influenciadas por suas percepções de qual intensidade os motivos são considerados morais ou imorais pela maioria das pessoas envolvidas na empresa e de qual intensidade são as prováveis consequências financeiras para essa empresa. Pode-se concluir, de acordo com as respostas obtidas, que a análise ética do gerenciamento de resultados reflete a percepção do indivíduo sobre qual é o consenso moral atribuído por um grupo ao comportamento, e de qual seria o impacto financeiro da prática na organização.

ABSTRACT

Identifying the reasons that lead to earnings management evokes ethical questions because the results manage to meet certain incentives may prejudice some of the interest groups in the disclosure of the entity. We analyzed the perceptions of accounting professionals on earnings management under the ethical point of view. We used two attributes construct of moral intensity of Jones (1991), social consensus and magnitude of consequences. Was applied, with a sample of accountants, a questionnaire containing the description of the four scenarios, where a manager, motivated by the possibility of increasing their remuneration, have the option to engage in a practice of earnings management. The intensity of ethical judgment and moral intent (reaction) of respondents were influenced by their perceptions of what intensity the reasons are considered moral or immoral by most people involved in the company and what intensity are the likely financial consequences for the company. It can be concluded, according to the responses that the ethical analysis of earnings management reflects the individual's perception of what is the moral consensus of a group assigned to the behavior, and what would be the financial impact on the organization of the practice.

PALAVRAS-CHAVE: Gerenciamento de resultados; comportamento ético; intensidade moral.

1 INTRODUÇÃO

Na concepção de Santos e Grateron (2003) a falta de valores éticos e morais por parte dos administradores das companhias apresenta-se como um fator que pode induzir à utilização do gerenciamento de resultados para o alcance de motivações econômicas. Para Jones (1991), as questões éticas variam em termos de sua intensidade moral, e o julgamento ético exercido pelo indivíduo está pautado nas peculiaridades das situações, que levam em conta seis atributos (consenso social, magnitude das consequências, probabilidade de efeito, imediatismo temporal, proximidade e concentração do efeito), que constituem o constructo intensidade moral. No caso específico da análise ética sobre a prática de gerenciar os resultados, Johnson, Fleischman, Valentine and Walker (2012) entendem que apenas dois desses atributos são necessários: o consenso social e a magnitude das consequências.

O consenso social reflete a percepção do indivíduo sobre em qual intensidade os motivos que conduzem ao gerenciamento de resultados são considerados éticos ou antiéticos pela maioria das pessoas envolvidas na empresa. Desse modo, quanto mais éticos, na sua percepção, forem os motivos para gerenciar os resultados para a maioria das pessoas envolvidas na organização, mais ética é considerada sua prática; por outro lado, quanto mais antiéticos, na sua percepção, forem os motivos para gerenciar os resultados para a maioria das pessoas, mais antiética é considerada sua prática (Johnson, Fleischman, Valentine & Walker, 2012).

O atributo magnitude das consequências reflete a análise da intensidade do impacto financeiro do gerenciamento de resultados sobre as pessoas envolvidas na companhia que reporta a informação contábil. Nesse caso, quanto mais positivas financeiramente, na percepção do indivíduo, forem as possíveis consequências do gerenciamento de resultados, mais ética é considerada sua prática; por outro lado, quanto mais negativas financeiramente, na percepção do indivíduo, forem as possíveis consequências do gerenciamento de resultados, mais antiética é considerada sua prática (Johnson *et al.*, 2012).

Jones (1991) apresenta um constructo de intenção moral relacionado à análise da ética no gerenciamento de resultados a partir do julgamento moral exercido pelo indivíduo. Quando um indivíduo julga uma prática como sendo ética, ele tem a intenção de encorajá-la, e quando a julga antiética, tem a intenção de desencorajá-la.

Pesquisas que analisaram o gerenciamento de resultados sob o foco ético, como as de Douglas and Wier (2000), Jensen (2003) e Greenfield, Norman and Wier (2008), evidenciaram que a prática de ajustar os números contábeis conduzida por motivações pessoais, inclusive para alcançar uma avaliação positiva no desempenho e aumentar o salário ou bônus é geralmente vista como antiética. Entretanto, nesses estudos não foi analisado o impacto dos atributos consenso social e magnitude das consequências no julgamento ético das motivações de gerenciar os resultados. No entendimento de Johnson *et al.* (2012), esses atributos são indiscutivelmente os mais importantes na análise do gerenciamento de resultados sob o foco ético.

Pretende-se, então, estudar a conduta ética no gerenciamento de resultados levando em conta os atributos consenso social e magnitude das consequências, tendo em vista a evidenciação de que o julgamento ético e a intenção moral são influenciados pela percepção da intensidade em que são considerados éticos ou antiéticos pela maioria das pessoas e pela percepção do nível das prováveis consequências financeiras. Este estudo apresenta a seguinte questão de pesquisa: **Qual a percepção dos profissionais de contabilidade sobre a conduta ética na prática de gerenciamento de resultados?** Consequentemente, o objetivo geral da pesquisa consiste em identificar a percepção dos profissionais de contabilidade sobre a prática de gerenciamento de resultados sob o ponto de vista ético.

A pesquisa contribui para expandir a área de Ciências Contábeis porque no Brasil pouco se estudou sobre o gerenciamento de resultados contábeis sob o foco ético. A

compreensão das motivações para o gerenciamento de resultados e das percepções dos profissionais que se relacionam com o processo ajuda a sociedade se conscientizar dos efeitos negativos de sua prática.

Um indício da importância do tema foi observada no último Exame Nacional de Desempenho de Estudantes (Enade) realizado em 2012. O Enade abordou uma situação hipotética em que um profissional de contabilidade recebeu vantagem pecuniária para emissão de documentos que não demonstravam a verdadeira situação de uma empresa, para atender incentivos de obtenção de empréstimo bancário. O estudante deveria analisar a situação com base na ética profissional do contador (INEP, 2012). Esse fato demonstra a preocupação do sistema de ensino brasileiro em formar profissionais atentos às questões éticas inerentes ao exercício de suas atividades.

Do mesmo modo que os conceitos e procedimentos devem ser respeitados no exercício da profissão contábil, a avaliação atitudinal dos indivíduos envolvidos no processo de geração das informações contábeis é imprescindível para a evolução da contabilidade. De acordo com Martinez (2001), a compreensão das motivações das empresas para manipular seus resultados poderá reduzir expressivamente os riscos da auditoria emitir opiniões tecnicamente inadequadas, e assim minimizar os reflexos negativos para os entes ligados à organização, bem como para a sociedade em geral.

No âmbito educacional, esta pesquisa pode fornecer respaldo às universidades na formação de profissionais da área contábil, por meio da disponibilização de informações que podem ser utilizadas no planejamento da integração das discussões éticas aos currículos dos cursos. A pesquisa pode ainda servir de base para as organizações empresariais, agentes fiscalizadores do mercado de capitais e legisladores interessados em desenvolver políticas, padrões e programas educacionais referentes ao gerenciamento de resultados, dentro da análise ética.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Motivações que conduzem ao gerenciamento de resultados

Para Healy and Wahlen (1999) o gerenciamento de resultados ocorre quando os gerentes utilizam a capacidade de julgamento para alterar os relatórios financeiros, e assim enganar alguns grupos de interesse sobre o desempenho econômico da empresa, ou para influenciar os resultados contratuais que dependem dos números contábeis reportados. Os resultados podem ser gerenciados de diversas maneiras, mas todas elas se resumem em duas possibilidades básicas: uma é alterar os números que já estão nos registros financeiros, e a outra consiste em criar ou reestruturar transações reais com a finalidade de alterar os números apresentados (Gaa & Dunmore, 2007).

Dye (1988) sinaliza duas demandas para o gerenciamento de resultados: a interna e a externa. A demanda interna decorre da relação principal-agente, entre os proprietários da empresa e a gestão. A demanda externa segue a necessidade do mercado de capitais para fixar o preço da empresa. Para o presente estudo, utilizou-se como base a classificação de motivações definida por Martinez (2001): (1) **Motivações vinculadas ao mercado de capitais;** (2) **Motivações contratuais;** (3) **Motivações regulatórias e custos políticos.**

Nas motivações vinculadas ao mercado de capitais, o foco é modificar a percepção dos investidores e analistas na avaliação de riscos quanto a um possível investimento na empresa (MARTINEZ, 2001). Para Healy and Wahlen (1999) entendem que a utilização de informações contábeis por parte dos investidores e analistas financeiros pode criar um incentivo para os gestores manipularem o resultado, na tentativa de influenciar o aumento do preço das ações no curto prazo.

Os estudos que analisam o gerenciamento de resultados conduzido por motivações vinculadas ao mercado de capitais incluem períodos que cercam as operações do mercado de

capitais e situações em que há uma diferença entre o desempenho da empresa e as expectativas de analistas ou investidores (Healy & Wahlen, 1999).

Ronen and Yaari (2008) abordam que nas operações de compra (*management buyout*) os gerentes que adquirem a empresa gostariam de pagar o preço mais baixo possível, enquanto os acionistas que vendem suas ações gostariam de fazê-lo pelo preço mais alto possível. Desse modo, os autores entendem que os gerentes podem, antes da aquisição, gerenciar os resultados para baixo, a fim de reduzir o preço de compra. Confirmando esse entendimento, Perry and Williams (1994) encontraram gerenciamento de resultados com diminuição de lucro no ano antes de uma operação de aquisição em 175 empresas, numa amostra composta por 225 empresas norte-americanas, no período de 1981 a 1988.

Também as organizações que dependem de patrocínio e doações precisam dar atenção ao desempenho financeiro divulgado, pois isso influencia a captação de recursos. Se a organização incorre em déficit, questionamentos sobre a qualidade da gestão e a viabilidade do empreendimento podem inibir as doações por parte dos contribuintes. Por outro lado, um elevado superávit é igualmente arriscado, porque mostra que a gestão não tem administrado corretamente todos os recursos disponíveis. Os doadores podem, então, decidir que uma parte do dinheiro não é mais necessária, e podem direcionar seus recursos para outros lugares (Gaa & Dunmore, 2007).

A literatura apresenta outras pesquisas de gerenciamento de resultados por razões ligadas ao mercado de capitais. Nessas pesquisas é examinado se os resultados são gerenciados para atender às expectativas dos analistas financeiros e investidores. As conclusões têm sido positivas. Payne and Robb (2000) e Burgstahler and Eames (2006), por exemplo, constataram que as empresas gerenciam os resultados para fazer face às previsões dos analistas.

As motivações contratuais estão ligadas aos acordos firmados entre os muitos grupos de interesse da empresa. Nesse grupo, os incentivos para se fazer o gerenciamento de resultados consistem em atender a cláusulas contratuais, por meio do monitoramento contábil. O gerenciamento de resultados dos gerentes impulsionados pela melhoria da sua remuneração é um exemplo desse tipo de manipulação (Martinez, 2001).

Na visão de Nardi, Silva, Nakao e Valle (2009) as empresas possuem relações estabelecidas por contratos, os quais não podem ser considerados completos ou perfeitos. Entende-se, desse modo, que embora consigam minimizar a falta de congruência dos objetivos, esses contratos não conseguem eliminá-la. Sunder (1997) considera que nenhum agente decide conscientemente por uma escolha que diminua o seu bem-estar.

Healy (1985) vinculou o gerenciamento de resultados ao pagamento de bônus. No seu entendimento no momento em que os resultados rendem um bônus que cai entre o mínimo e o máximo (a zona de incentivo), o gerente tem motivação para aumentar seu resultado atual, inflando os lucros contábeis. Quando os resultados já produziram o máximo de bônus ou são tão baixos que o gerente não pode ganhar bônus por inflar os resultados, este se vê incentivado a acumular a divulgação do lucro para uso futuro, tomando medidas para esvaziar o relatório (ou seja, para relatar menos do que o resultado).

Embora os contratos de remuneração dos gestores venham sendo confeccionados a partir de compensações que incluem salário e ações da empresa, numa forma de mitigar os conflitos de interesses, ainda são presentes os atritos contratuais que motivam o gerenciamento de resultados. Por exemplo, a empresa pode acumular perdas, como os acionistas também podem incorrer em perdas dos seus investimentos, mas a parte fixa da remuneração do gestor não sofre influência. Assim, uma limitação da responsabilidade dos gestores é criada, podendo incentivar o gerenciamento de resultados, já que a parte fixa de seus rendimentos não é comprometida pelas suas decisões (Ronen & Yaari, 2008).

Em relação às motivações regulatórias e custos políticos para o gerenciamento de resultados, estas podem ocorrer de três formas: para contornar as regulamentações da indústria; para reduzir o risco de investigação e de intervenção antimonopólio por parte dos reguladores; e para fins de planejamento tributário (Healy & Wahlen, 1999). Segundo Martinez (2001), nesse grupo de motivações, observa-se o gerenciamento de resultados pelas empresas, quando, por exemplo, na presença de lucros muito elevados ou acima da média do setor, os resultados são alterados com o propósito de se protegerem contra alegações de monopólio e acréscimo tarifário.

Os gestores de empresas vulneráveis a uma investigação antimonopólio, ou outras consequências políticas adversas, ou ainda que procuram subsídios ou proteção do governo, possuem motivações para o gerenciamento de resultados visando fazer as empresas parecerem menos rentáveis e assim evitarem prejuízos regulatórios (Watts & Zimmerman, 1978).

No Brasil, alguns segmentos empresariais de destaque estão submetidos a regulações específicas. Segundo Cardoso (2005), a regulação do mercado de saúde suplementar brasileiro teve como justificativa apresentada pelo governo a necessidade de padronizar os produtos ofertados pelas Operadoras de Planos de Saúde (OPS). Para o referido autor, o objetivo da regulação econômico-financeira, iniciada com maior intensidade em 1998, era garantir que as OPS prestassem o atendimento contratado a seus usuários; isso aconteceu mediante padronização das informações contábeis e do estabelecimento de regras de provisões técnicas e de exigências de capital mínimo.

2.2 Ética e gerenciamento de resultados

Ao estudo dos propósitos e motivações humanas deu-se o nome de ética, que possui como seu objeto de pesquisa o que guia as ações tomadas pelos indivíduos: os motivos, as causas, os princípios, as máximas, as circunstâncias; mas também analisa as consequências dessas ações. A ética tem como objetivo fundamental levar a modificações na moral, com aplicação universal, guiando e orientando racionalmente, do melhor modo, a vida humana (VÁSQUEZ, 1997).

Na concepção de Srour (2000), as decisões empresariais não são inofensivas, pois seus efeitos afetam os *stakeholders*. Assim, as práticas de gerenciamento de resultados provavelmente levantam as questões éticas mais importantes enfrentadas pela profissão contábil (Merchant & Rockness, 1994), pois por meio delas alguns *stakeholders* são enganados acerca do desempenho econômico da empresa (Ronen & Yaari, 2008).

Em estudos internacionais sobre o que é considerado ético e o que é considerado antiético, os pesquisadores têm entendido que o gerenciamento de resultados realizado apenas para melhorar objetivos pessoais, como uma avaliação positiva de desempenho, aumentando o salário ou bônus, é geralmente visto como antiético (Douglas & Wier, 2000; Greenfield, Norman & Wier, 2008).

Greenfield *et al.* (2008) examinaram a relação entre a oportunidade de praticar um gerenciamento de resultados, que produza um benefício pessoal, e a orientação ética do indivíduo. Utilizando uma amostra de 375 estudantes de uma escola de negócios dos Estados Unidos, chegaram ao entendimento de que há uma relação significativa entre a orientação ética de um indivíduo e a decisão de gerenciar os resultados. Além disso, constataram que os participantes com níveis mais elevados de compromisso profissional parecem ser menos propensos a praticar o gerenciamento de resultados e menos propensos a se comportar de forma oportunista.

As pesquisas sobre a ética no gerenciamento de resultados relacionado a objetivos de negócio, como por exemplo, para cumprir metas orçamentárias, apresentam conclusões contraditórias. Elias (2002) e Kaplan (2001) relatam a aceitação de tais práticas como éticas.

Entretanto, Fischer and Rosenzweig (1995), Kaplan and Ravenscroft (2004) e Kaplan, Mcelroy, Ravenscroft and Shrader (2007) concluíram que elas não são éticas.

Johnson *et al.* (2012) investigaram se as consequências financeiras positivas justificam os aspectos morais do comportamento no gerenciamento de resultados. Analisaram como as respostas dos gestores dos EUA sobre o comportamento no gerenciamento de resultados são influenciadas pelas consequências favoráveis e pelas consequências desfavoráveis. Participaram da pesquisa 264 gestores analisando uma situação hipotética em que um funcionário realizava ou não realizava gerenciamento de resultados e cujas consequências foram positivas ou negativas, financeiramente, para a organização. Os resultados mostraram que os gestores são motivados a reduzir a intensidade da reprovação ética em resposta ao comportamento de gerenciamento de resultados quando as consequências são favoráveis à organização. Assim, constataram que os fins justificam os meios. Este estudo ajudou a compreender como os gestores realmente respondem a difíceis dilemas éticos.

No entendimento de Tenbrunsel and Messick (2004), a justificativa para ações eticamente questionáveis, por meio da argumentação de estarem pautadas no “bem maior” da organização, como por exemplo, em situações em que as ações da empresa possam ser comprometidas se for divulgada a verdade, é considerada um autoengano cometido por gestores; desse modo, aceitam como ético o que é tido como antiético em outro momento.

Grasso, Tilley and White (2009) identificaram várias implicações negativas do gerenciamento de resultados para a organização: as manipulações operacionais introduzem um viés nos números contábeis que pode levar à decisão de interrupção de operações divulgadas erroneamente como desfavoráveis; atrapalhar os esforços de *marketing* e de desenvolvimento de produto; interromper o fluxo de produção; criar ineficiências que não existem na atividade; e prejudicar as relações com os clientes e parceiros da cadeia de abastecimento.

No cenário nacional, Sancovschi e Matos (2003) pesquisaram os julgamentos éticos em uma amostra de 102 profissionais envolvidos com a administração de empresas brasileiras, e os compararam com os julgamentos éticos de administradores, contadores e outros profissionais de empresas sediadas nos Estados Unidos. Entenderam que os entrevistados nos Estados Unidos e no Brasil consideram as manipulações contábeis menos éticas do que as manipulações operacionais. Constataram que as manipulações de valores mais expressivos foram consideradas menos éticas do que aquelas com montantes menores pelos entrevistados nos Estados Unidos. A percepção dos entrevistados brasileiros, por sua vez, não se modificou de maneira relevante, quando variaram os valores envolvidos nas manipulações.

Oliveira, Marques, Cunha e Mário (2012) concluíram que nenhuma das 10 práticas de gerenciamento de resultados analisadas por sua pesquisa foi unanimemente considerada ética ou antiética pelos alunos de mestrado em ciências contábeis. Um dos principais achados dessa investigação foi que a prática considerada em maior percentual como antiética pelos discentes é aquela em que ocorre o gerenciamento de resultados para obtenção de benefício particular (75% a consideraram antiética). Esse entendimento corrobora as pesquisas de Douglas and Wier (2000) e Greenfield, Norman and Wier (2008), pois demonstraram que o gerenciamento de resultados motivado para alcançar uma avaliação positiva de desempenho e aumentar o salário ou bônus é geralmente visto como antiético.

2.3 O modelo de Jones (1991) sobre intensidade moral e a análise de Johnson *et al.* (2012)

No entendimento de Jones (1991) evidências empíricas sugerem que os indivíduos reagem de diferentes modos diante dos dilemas éticos apresentados, em virtude das especificidades apresentadas nas situações. O autor se baseia em seis atributos: consenso

social, magnitude das consequências, probabilidade de efeito, imediatismo temporal, proximidade e concentração do efeito para formar o constructo intensidade moral, que foca especificamente na questão moral.

Para compreensão do modelo proposto por Jones (1991), deve-se vincular os seis atributos já citados, e que constituem as características da intensidade moral, da seguinte forma: o aumento de um dos atributos da intensidade moral provoca também o aumento do constructo intensidade moral, de modo que a alteração positiva (ou negativa) de um ou mais atributos recai também sobre o constructo. Desse modo, a intensidade do componente moral influencia o julgamento ético. A Figura 1 sintetiza o entendimento de cada um dos atributos do modelo Jones (1991) de intensidade moral.

Consenso social	Entende-se como a conformidade social sobre a apreciação de um ato ser considerado bom ou ruim
Magnitude das consequências	Constitui o somatório de malefícios ou benefícios gerados por meio do ato moral em questão sobre as vítimas ou beneficiários
Probabilidade de efeito	É definido como a probabilidade em que a atitude em questão irá realmente ocorrer e que irá causar verdadeiramente as consequências favoráveis ou desfavoráveis predefinidas
Imediatismo temporal	Neste construto, Jones (1991) apresenta dois ensejos. O primeiro ensejo é o de que os indivíduos diminuem a intensidade dos efeitos que ocorrem no futuro. O segundo ensejo se refere ao período de tempo calculado entre a atitude em análise e as consequências que se esperam. Desse modo, quanto maior a distância entre esses dois elementos, menor a percepção de que as consequências esperadas realmente aconteçam
Proximidade	Compreende a proximidade que o agente moral tem dos beneficiários ou vítimas da ação em discussão. Para Jones (1991), os indivíduos atribuem mais atenção àqueles que apresentam para eles mais proximidade. Quanto mais afastados (social, cultural, psicológica ou fisicamente) forem os indivíduos, menores serão as preocupações diante dos dilemas éticos
Concentração do efeito	Refere-se à amplitude do impacto sobre os indivíduos, e é uma função inversa ao número de pessoas afetadas pelo ato. Para Jones (1991), o impacto de uma consequência negativa é maior sobre um indivíduo do que sobre vários

Figura 1. Atributos do modelo Jones (1991) de intensidade moral

Fonte: Jones (1991).

Johnson *et al.* (2012) consideram que dois dos atributos do modelo de intensidade moral de Jones (1991) são necessários na análise da ética no gerenciamento de resultados: consenso social e magnitude das consequências. O primeiro se refere à intensidade com que os motivos que conduzem ao gerenciamento de resultados são percebidos como tendo características morais ou éticas pela maioria das pessoas envolvidas na organização; o segundo está relacionado à intensidade das consequências financeiras do gerenciamento de resultados para a organização (favoráveis ou desfavoráveis), ou seja, ao impacto financeiro gerado pela sua prática (Johnson *et al.*, 2012).

Johnson *et al.* (2012) entendem que de acordo com o atributo consenso social, o julgamento ético exercido pelo indivíduo sobre o gerenciamento de resultados será influenciado por sua percepção de como os motivos são vistos (éticos ou antiéticos) pela maioria das pessoas envolvidas na empresa: o gerenciamento de resultados será considerado mais ético quando os motivos para praticá-lo são percebidos pelo julgador como eticamente adequados para a maioria das pessoas da organização; por outro lado, o gerenciamento de resultados será considerado menos ético quando os motivos para praticá-lo são percebidos pelo julgador como eticamente inadequados para a maioria das pessoas da organização.

Dessa forma, a intensidade como a prática de gerenciamento de resultados é julgada como ética ou antiética pelo indivíduo é influenciada pela intensidade como os motivos são percebidos pelo julgador como éticos ou antiéticos para a maioria das pessoas da organização. Assim, quanto mais éticos forem percebidos pelo julgador os motivos para praticar o gerenciamento de resultados para a maioria das pessoas da empresa, mais ética será julgada sua prática; por outro lado, quanto mais antiéticos forem percebidos pelo julgador os motivos para praticar o gerenciamento de resultados para a maioria das pessoas da empresa, mais antiética será julgada sua prática.

Baseando-se no atributo magnitude das consequências, Johnson *et al.* (2012) consideram que o julgamento ético exercido pelo indivíduo sobre o gerenciamento de resultados é influenciado por sua percepção quanto às prováveis consequências financeiras (favoráveis ou desfavoráveis) para a organização: o gerenciamento de resultados será considerado mais ético quando as prováveis consequências para a organização forem percebidas pelo julgador como financeiramente positivas; por outro lado, o gerenciamento de resultados será considerado menos ético quando as prováveis consequências para a organização forem percebidas pelo julgador como financeiramente negativas.

Nesse contexto, a intensidade com que a prática de gerenciamento de resultados é julgada como ética ou antiética é influenciada pela percepção do indivíduo sobre em qual nível as possíveis consequências são financeiramente positivas ou negativas para a empresa. Quanto mais favoráveis financeiramente forem percebidas pelo julgador as prováveis consequências do gerenciamento de resultados para a companhia, mais ética será julgada sua prática; por outro lado, quanto mais desfavoráveis financeiramente forem percebidas pelo julgador as prováveis consequências do gerenciamento de resultados para a companhia, mais antiética será julgada sua prática.

Uma prática considerada ética pelo indivíduo terá seu nível de julgamento diminuído quando sua percepção for a de que suas prováveis consequências financeiras são negativas para a organização. Da mesma forma, uma prática considerada antiética pelo indivíduo terá sua intensidade de julgamento reduzida quando sua percepção for a de que suas prováveis consequências financeiras são positivas para a organização (Johnson *et al.*, 2012).

Além do constructo intensidade moral, quatro constructos de Jones (1991) merecem destaque para compreensão da análise utilizada por Johnson *et al.* (2012) e desta pesquisa: reconhecimento das questões morais, realização do julgamento moral, estabelecimento da intenção moral e realização do comportamento moral. Esses quatro componentes foram chamados por Johnson *et al.* (2012) de etapas do processo de julgamento ético. Os componentes da intensidade moral de Jones (1991), bem como suas relações com a pesquisa de Johnson *et al.* (2012), podem ser observados na Figura 1.

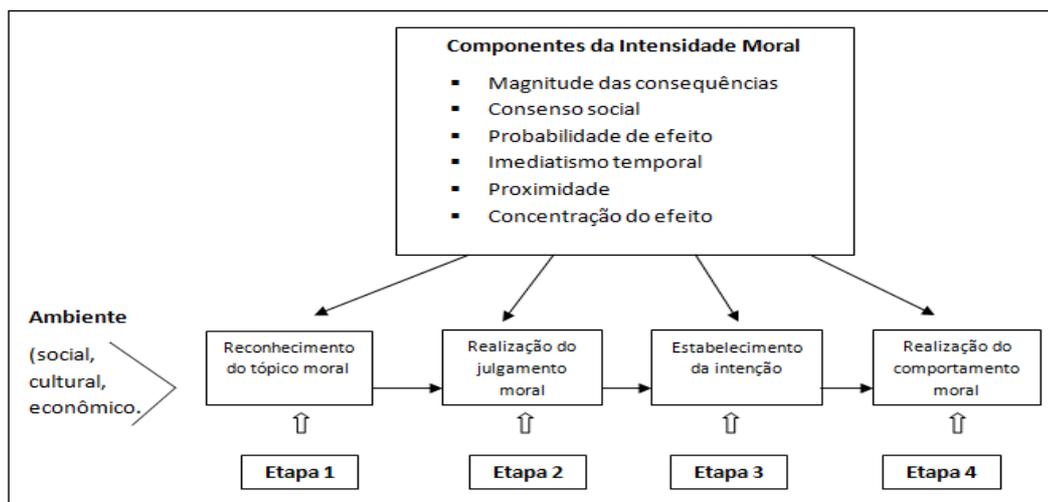


Figura 2. Modelo de avaliação ética

Fonte: Baseado em Jones (1991) e Johnson *et al.* (2012).

O primeiro componente ou etapa, reconhecimento das questões morais, considera que para que o julgamento ético aconteça, é necessária a percepção do indivíduo de que o ato irá afetar positivamente ou negativamente outras pessoas.

Após o reconhecimento da presença das questões morais, o indivíduo atinge a segunda etapa, que é a realização do julgamento moral. Realizado o julgamento moral, o indivíduo parte para o estabelecimento da intenção moral (etapa 3). Para Johnson *et al.* (2012), quando o indivíduo julga uma prática como ética, ele tem a intenção de encorajá-la; por outro lado, quando o indivíduo julga uma prática como antiética, ele tem a intenção de desencorajá-la.

Johnson *et al.* (2012) entendem que quando os motivos para gerenciar os resultados contábeis são percebidos como éticos pela maioria das pessoas envolvidas em uma organização, e a prática de gerenciar os resultados implica consequências financeiras positivas para os seus interessados, isso vai resultar em uma intenção de estimular o gerenciamento de resultados por parte do julgador. Assim, para esses autores, a intenção moral do indivíduo também é influenciada pelos mesmos dois componentes do modelo de Jones (1991): consenso social e magnitude das consequências.

Após essas três etapas observa-se o comportamento moral pelo indivíduo, que sofre as seguintes influências: ambientes sociais, culturais, econômicos e organizacionais. A realização do comportamento moral corresponde à ação efetiva que a pessoa realizará em relação ao dilema ético.

3 ABORDAGEM METODOLÓGICA

Quanto aos objetivos, esta pesquisa se classifica como exploratória. Realizou-se um *survey* com profissionais de contabilidade, com o objetivo de analisar suas percepções sobre as motivações que conduzem ao gerenciamento de resultados, pelo prisma da ética. O instrumento de coleta de dados se baseou em Johnson *et al.* (2012), contendo contextos e cenários com descrições reais de eventos empresariais. Envolvem um gerente com a oportunidade de manipular o momento do reconhecimento de receitas e despesas capazes de produzir impacto na sua remuneração pessoal.

A atitude do gestor em relação ao gerenciamento de resultados foi construída de duas formas. Na primeira, o empregado decide manipular o momento do reconhecimento das receitas e das despesas, resultando em um bônus maior em sua remuneração. Na segunda, o empregado decide não praticar o gerenciamento de resultados e desestimular tal comportamento entre os outros empregados da organização. Cada contexto apresenta dois

cenários, com dois tipos de consequência financeira para a organização: favorável e desfavorável.

A população da pesquisa reuniu os contadores inscritos junto ao Conselho Regional de Contabilidade do Estado de Minas Gerais (CRCMG), totalizando 27.716 indivíduos. A justificativa de focar a pesquisa na percepção dos contadores se baseia no fato de que esses profissionais podem influenciar os resultados das companhias, diretamente por meio de suas escolhas contábeis, ou indiretamente, monitorando as decisões dos gestores. A escolha do Estado de Minas Gerais é justificada pela sua importância e representatividade na economia do país.

Realizou-se um pré-teste junto a dois docentes do curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Minas Gerais, sendo um deles da graduação e o outro da graduação e pós-graduação. Após o pré-teste, avaliou-se a necessidade de efetuar ajustes nas questões. Após essas etapas, a apresentação da pesquisa, bem como o *link* do aplicativo Google Docs que levava à versão final do instrumento de coleta foram enviados pelo CRCMG aos *e-mails* da amostra definida na pesquisa.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1 Análise dos cenários A e B

Nos cenários A e B, José de Almeida decide gerenciar os resultados, deixando-se levar pela motivação de obter um aumento na sua remuneração. O comportamento é considerado antiético em ambos os cenários. Entretanto, no cenário A a consequência foi financeiramente positiva para a companhia, já que o lucro anual aumentou 18%; no cenário B a consequência foi financeiramente negativa para a companhia, pois o lucro anual diminuiu 18% (Johnson *et al.*, 2012). A Tabela 1 mostra as proporções de respostas obtidas para cada nível das variáveis analisadas.

Tabela 1:
Respostas obtidas para cada nível das variáveis analisadas (cenários A e B)

Cenário	Variável	Proporção de respostas em cada nível da escala (%)						
		1	2	3	4	5	6	7
A	Julgamento ético (moralmente incorreto a moralmente correto)	41	12	11	14	7	6	8
	Intenção moral (reprovação a encorajamento)	43	13	8	11	10	7	7
	Consenso social (moralmente incorreto a moralmente correto)	20	11	14	19	13	11	12
	Magnitude das consequências (negativas a positivas)	30	11	13	15	10	12	10
B	Julgamento ético (moralmente incorreto a moralmente correto)	45	17	10	10	5	5	8
	Intenção moral (reprovação a encorajamento)	48	18	8	11	4	5	6
	Consenso social (moralmente incorreto a moralmente correto)	25	15	12	17	12	8	10
	Magnitude das consequências (negativas a positivas)	46	19	12	11	5	4	4

Nota. Fonte: Dados da pesquisa.

Os resultados apresentados na Tabela 1 mostram evidências de que o gerenciamento de resultados motivado pelo alcance de benefício pessoal é considerado antiético, corroborando os achados de Douglas and Wier (2000) e Greenfield, Norman and Wier (2008). Os respondentes, em sua maioria, por meio das respostas à assertiva de mensuração do julgamento ético, entenderam que esse comportamento é imoral (itens 1 e 2 da escala), alcançando 53% e 62% das respostas nos cenários A e B, respectivamente.

Na percepção de 31% e 40% dos respondentes para os cenários A e B, respectivamente, o comportamento de José de Almeida é considerado antiético pela maioria dos envolvidos na empresa (consenso social), haja vista que marcaram os itens 1 e 2 da escala, que corresponde a um comportamento imoral. Entretanto, diante das proporções apresentadas, percebeu-se que a intensidade da percepção em considerá-lo antiético para a maioria das pessoas da companhia foi mais elevada no cenário B do que no cenário A.

Para a maioria dos participantes, no cenário B, as prováveis consequências financeiras do comportamento de José de Almeida para a organização são negativas (desfavoráveis), já que 65% dos respondentes apontaram os itens 1 e 2 da escala, que correspondem a consequências negativas; no cenário A, a intensidade da percepção apresentou-se menor, visto que 41% dos respondentes atribuem as consequências como financeiramente negativas (itens 1 e 2 da escala).

Desse modo, conforme se observa na Tabela 2, a intensidade do julgamento ético dos respondentes refletiu a percepção sobre o nível em que a prática é considerada ética para a maioria das pessoas (consenso social) e a intensidade das prováveis consequências financeiras do comportamento de José de Almeida para a organização (magnitude das consequências), pois ficou reduzida em 9% no cenário A.

Essa redução do julgamento levanta uma preocupação, já que, nas situações em que as normas e técnicas contábeis exigem uma postura de julgamento na definição dos procedimentos contábeis uma crise de valores éticos e morais de um grupo pode levar a uma escolha que esteja em conformidade com esse grupo e contrária aos diversos grupos de interesse que ela possui. Santos e Grateron (2003) sinalizam essa preocupação de que o gerenciamento de resultados parece ter sua origem na crise de valores éticos e morais da sociedade contemporânea.

Esses resultados sobre o reflexo da magnitude financeira na análise ética sobre o gerenciamento de resultados têm concordância com o estudo de Sancovschi e Matos (2003), os quais entenderam que os profissionais envolvidos com o processo contábil nos Estados Unidos consideram as manipulações de valores mais expressivos menos morais do que aquelas com montantes menores.

A intenção moral dos contadores também foi influenciada pela intensidade dos dois atributos de Jones (1991). Percebe-se através da Tabela 2 que os participantes, e em sua maioria tiveram a intenção de desencorajá-la, no entanto a reprovação foi menor no cenário A, visto que apontaram os itens 1 e 2 da escala e atingindo 56% e 66% das respostas nos cenários A e B, respectivamente.

Os achados apresentados demonstram que a reprovação de um comportamento imoral poderá ter sua intensidade diminuída se a percepção do indivíduo for a de que a maioria dos envolvidos na empresa o considera moral ou nem tanto imoral; e ainda apoiam o entendimento de Johnson *et al.* (2012) de que, para o indivíduo, as consequências financeiras positivas justificam a prática de gerenciamento de resultados.

Contatou-se ainda que 32% e 25% dos respondentes, nos cenários A e B, respectivamente, se posicionaram indiferentes em relação a atitude de José de Almeida, já que indicaram o nível 3, 4 e 5 da escala de mensuração do julgamento ético. Com relação a intenção moral, 29% e 23% dos profissionais de contabilidade, nos cenários A e B, respectivamente, se mostraram indiferentes sobre qual intenção moral realizar. Esse aumento

da indiferença do julgamento ético e da intenção moral, ocorridos no cenário A de consequências favoráveis, apresenta-se também como uma situação preocupante, pois demonstra uma dificuldade em identificar e reprovar um comportamento imoral, quando a percepção do indivíduo for a de que o gerenciamento de resultados produzirá consequências financeiras positivas para a organização.

4.2 Análise dos cenários C e D

Diferentemente dos cenários A e B, nos cenários C e D José de Almeida toma a decisão de não gerenciar os resultados, adotando um comportamento ético. Entretanto, no cenário C as consequências financeiras foram positivas para a companhia; e no cenário D as consequências financeiras foram negativas para a companhia (Johnson *et al.*, 2012). As proporções de respostas obtidas para cada nível das variáveis analisadas.

Tabela 2:

Respostas obtidas para cada nível das variáveis analisadas (cenários C e D)

Cenário	Variável	Proporção de respostas em cada nível da escala (%)						
		1	2	3	4	5	6	7
C	Julgamento ético (moralmente incorreto a moralmente correto)	9	2	5	10	7	18	49
	Intenção moral (reprovação a encorajamento)	9	5	2	11	10	19	45
	Consenso social (moralmente incorreto a moralmente correto)	7	5	12	23	15	15	23
	Magnitude das consequências (negativas a positivas)	8	2	5	10	7	24	43
D	Julgamento ético (moralmente incorreto a moralmente correto)	8	5	9	13	5	15	45
	Intenção moral (reprovação a encorajamento)	8	6	8	14	9	16	39
	Consenso social (moralmente incorreto a moralmente correto)	8	9	19	25	13	8	18
	Magnitude das consequências (negativas a positivas)	13	8	10	19	10	15	25

Nota. Fonte: Dados da pesquisa.

Os resultados evidenciam que a intensidade em julgar o comportamento como ético esteve aumentada no cenário C, em relação ao cenário D, pois também foram influenciados pelo consenso social e pela magnitude das consequências.

Desse modo, determinado comportamento moral poderá ser considerado menos moral ou até mesmo imoral quando possuir um nível elevado de prováveis consequências financeiras negativas. Para Tenbrunsel and Messick (2004), isso representa um autoengano, pois o indivíduo considera um comportamento ético em uma ocasião e, em diferente situação, o considera antiético. Assim, esse indivíduo poderá cometer ações eticamente questionáveis, por meio do argumento de estarem pautadas no “bem maior” da organização (consequências financeiras positivas).

Constatou-se que no cenário C o nível da intenção moral, em querer encorajar o comportamento, foi mais elevado, por também serem influenciados pelos atributos consenso social e magnitude das consequências.

5 CONCLUSÕES

O propósito do presente estudo foi analisar a percepção ética dos profissionais de contabilidade sobre as práticas de gerenciamento de resultados, considerando que o julgamento ético em caracterizá-las como morais ou imorais, bem como a intenção de desencorajá-las ou incentivá-las (intenção moral) refletem os dois atributos de Jones (1991) – Consenso Social e Magnitude das Conseqüências.

Na análise dos pares dos cenários, tanto em A x B, quanto em C x B, constatou-se que a intensidade do julgamento ético dos participantes sobre a prática de gerenciamento de resultados, bem como o nível da intenção moral dos respondentes refletem a percepção da intensidade em que os motivos são vistos moralmente pela maioria das pessoas da empresa (consenso social), e da intensidade das prováveis conseqüências para a empresa (magnitude das conseqüências).

Os resultados coadunam com os achados de Johnson *et al.* (2012) ao confirmarem o entendimento deles de que os fins justificam os meios na prática do gerenciamento de resultados, visto que as conseqüências (fins) justificaram os motivos para a prática do gerenciamento de resultados, já que o julgamento ético e a intenção moral dos respondentes frente a um comportamento antiético tiveram suas intensidades reduzidas quando as conseqüências financeiras se apresentaram positivas para a organização.

Outro entendimento de Johnson *et al.* (2012), confirmado nesta pesquisa, foi que o consenso social direciona o julgamento ético e a intenção moral dos gestores das empresas. Essa constatação foi possível, pois na presente pesquisa os respondentes tiveram que se colocar na posição de gerente da companhia em que acontecia a prática de gerenciamento de resultados e tiveram suas percepções éticas influenciadas pelo consenso social.

Adicionalmente, constatou-se que em ambos os pares de cenários os julgamentos éticos dos respondentes não foram unânimes em considerar o comportamento de gerenciar resultados como moral ou imoral. Da mesma forma, as intenções morais dos respondentes não foram unânimes em reprovar ou estimular a prática de gerenciamento de resultados, o que demonstra que a percepção ética dos respondentes sobre o gerenciamento de resultados não foi uniforme.

Concluiu-se que a análise ética da prática de gerenciamento de resultados reflete a percepção do indivíduo sobre qual é o consenso moral atribuído por um grupo ao comportamento, e qual é o impacto financeiro da prática na organização. O estudo foi direcionado para analisar a ética no gerenciamento de resultados motivado pelo aumento da remuneração do gestor, dentro do grupo de motivações contratuais. Dessa forma, recomenda-se, para pesquisas futuras, o estudo de outras motivações para o gerenciamento de resultados, pertencentes até mesmo ao mesmo grupo (contratuais), ou pertencentes a outros grupos de incentivos, como vinculados ao mercado de capitais, e regulamentares e custos políticos.

REFERÊNCIAS

- Burgstahler, D., & Eames, M. (2006) Management of earnings and analysts forecasts to achieve zero and small positive earnings surprises. *Journal of Business Finance and Accounting*, v. 33, n. 5-6, p. 633-652.
- Cardoso, R. L. (2005) *Regulação econômica e escolhas de práticas contábeis: evidências no mercado de saúde suplementar*. Tese (Doutorado em Ciências Contábeis) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo. São Paulo.
- Douglas, P., Wier, B. (2000) Integrating ethical dimensions into a model of budgetary slack creation. *Journal of Business Ethics*, v. 28, n. 3, p. 267-277.
- Dye, R. A. (1998) Earnings management in an overlapping generations model. *Journal of Accounting Research*, v. 26, n. 2.
- Elias, R. (2002) Determinants of earnings management ethics among accountants. *Journal of Business Ethics*, v. 40, n. 1, p. 33-45.
- Gaa, J., & Dunmore, P. (2007) The ethics of earnings management. *Chartered Accountants Journal*, v. 86, n. 8, p. 60-62.
- Grasso, L., Tilley, P., White, R. (2009) The ethics of earnings management: perceptions after Sarbanes-Oxley. *Management Accounting Quarterly*, v. 11, n. 1, p. 45-69.
- Greenfield, A., Norman, C., Wier, B. (2008) The effect of ethical orientation and professional commitment on earnings management behavior. *Journal of Business Ethics*, n. 83, v. 3, p. 419-434.
- Healy, P. M. (1985) The effect of bonus schemes of accounting decisions. *Journal of Accounting e Economics*, v. 7, p. 85-107.
- _____, Wahlen, J. M. (1999) A review of the earnings management literature and its implications for standard setting. *Accounting Horizons*, v. 13, n. 3, p. 365-383, Dec.
- INEP – Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. (2013) *Provas e gabaritos – 2012*. Disponível em: <http://portal.inep.gov.br/provas-e-gabaritos-2012>. Acesso em: 29 set. 2013.
- Jensen, M. (2003) Paying people to lie: the truth about the budgeting process. *European Financial Management*, v. 9, n. 3, p.379-406.
- Johnson, E. N., Fleischman, G. M., Valentine, S., & Walker, K. B. (2012) Managers ethical evaluations of earnings management and its consequences. *Contemporary Accounting Research*, v. 29, n. 3, p. 910-927.
- Jones, T. M. (1991) Ethical decision making by individuals in organizations: an issue contingent model. *Academy of Management Review*, v. 16, n. 2, p. 366-395.
- Kaplan, S. (2001) Further evidence on the ethics of managing earnings: an examination of the ethically related judgments of shareholders and non-shareholders. *Journal of Accounting and Public Policy*, v. 20, n. 1, p.27-44.
- Kaplan, S., Mcelroy, J., Ravenscroft, S. & Shrader, C. (2007) Moral judgment and causal attributions: consequences of engaging in earnings management. *Journal of Business Ethics*, v. 74, n. 2, p. 149-164.

- Key, K. G. (1997) Political cost incentives for earnings management in the cable television industry. *Journal of Accounting e Economics*, v. 23, n. 3, p. 309-337.
- La Taille, Y. (2006) *Moral e ética: dimensões intelectuais e afetivas*. Porto Alegre: Artmed.
- Martinez, A. L. (2001) "*Gerenciamento*" dos resultados contábeis: estudo empírico das companhias abertas brasileiras. 2001. Tese (Doutorado em Controladoria e Contabilidade: Contabilidade) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo. São Paulo.
- Martins, G. A. (2007) *Manual para elaboração de monografias e dissertações*. São Paulo: Atlas.
- Merchant, K. & Rockness, J. (1994) The ethics of managing earnings: an empirical investigation. *Journal of Accounting and Public Policy*, v. 13, n. 1, p. 79-94.
- Nardi, P. C. C., Silva, R. L. M., Nakao, S. H. & Valle, M. R. (out./dez. 2009) A relação entre gerenciamento de resultados contábeis e o custo de capital das companhias abertas brasileiras. *Revista Universo Contábil*, FURB, Blumenau, v. 5, n.4, p. 6-26.
- Oliveira, M., Marques, V., Cunha, J. & Mário, P. (2012) *et al.* O enfoque ético no gerenciamento de resultados. *Revista Contemporânea de Contabilidade*, Florianópolis, v. 9, dez. 2012.
- Payne, J. & Robb, S. (2000) Earnings management: the effect of ex ante earnings expectations. *Journal of Accounting, Auditing e Finance*, v. 15, n. 4, p. 371-392.
- Perry, S., Williams, T. (1994) Earnings management preceding management buyout offers. *Journal of Accounting and Economics*, v. 18, p. 157-179.
- Ronen, J., Tzur, J., Yaari, V. L. (2006) The effect of directors' equity incentives on earnings management. *Journal of Accounting and Public Policy*, v. 25, n. 4, p. 359-389.
- Sancovschi, M. & Matos, F. (2003) Gerenciamento de lucros: que pensam contadores, administradores e outros profissionais de empresas no Brasil. *Revista de Administração Contemporânea - RAC.*, Rio de Janeiro, V.7, n.4, p. 141-161.
- Santos, A. & Grateron, I. R. G. (2003) Contabilidade criativa e responsabilidade dos auditores. *Revista Contabilidade e Finanças – USP*, São Paulo, n. 32, p.7-22, maio/ago. 2003.
- Srour, R. H. (2000) *Ética empresarial: posturas responsáveis nos negócios, na política e nas relações pessoais*. Rio de Janeiro: Campus.
- Sunder, S. (1997) *Theory of accounting and control*. Cincinnati: South-Western Publishing.
- Tenbrunsel, A. & Messick, D. (2004) Ethical fading: the role of self-deception in unethical behavior. *Social Justice Research*, n. 17, v. 2, p. 223-236.
- Vázquez, A. S. (1997) *Ética*. 12. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Watts, R. L. & Zimmerman, J. L. (1978) Towards a positive theory of the determination of accounting standards. *The Accounting Review*, v. 53, p. 112-134, Jan.