

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA - UnB
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

ISABELA LOURENÇO ACHKAR MAGALHÃES

EFEITO ADULAÇÃO NA CONTABILIDADE

BRASÍLIA – DF
2016

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA - UnB
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

ISABELA LOURENÇO ACHKAR MAGALHÃES

EFEITO ADULAÇÃO NA CONTABILIDADE

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso de graduação, em Novembro de 2016, da Universidade de Brasília – UnB, como requisito ao título de bacharel em Ciências Contábeis.

ORIENTADOR: CESAR AUGUSTO
TIBURCIO SILVA

BRASÍLIA – DF

2016

ISABELA LOURENÇO ACHKAR MAGALHÃES

EFEITO ADULAÇÃO NA CONTABILIDADE

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso de graduação, em Novembro de 2016, da Universidade de Brasília – UnB, como requisito ao título de bacharel em Ciências Contábeis.

Banca examinadora

Orientador: Cesar Augusto Tibúrcio Silva

Examinador

Brasília, Novembro de 2016

Agradecimentos

Agradeço ao meu orientador por me apoiar, incentivar e corrigir durante a execução do trabalho.

Agradeço à Universidade de Brasília e ao corpo docente por me proporcionar conhecimento e experiências para uma boa formação profissional.

A todos que direta ou indiretamente fizeram parte da minha formação, o meu muito obrigado.

“O tempo é teu capital; tens de o saber utilizar.
Perder tempo é estragar a vida.”

Franz Kafka

RESUMO

O presente trabalho teve a finalidade de verificar se a apresentação de demonstrações contábeis junto com um texto “adulando” o investidor seria capaz de influenciar de maneira positiva a imagem formulada pelos indivíduos a respeito do desempenho dessa empresa. Para verificar isso, foram elaborados dois tipos de questionários com idênticas demonstrações contábeis de uma empresa fictícia e o diferencial entre eles foi o texto presente apenas em um, que continha elogios aos investidores como forma de adulá-los. Os questionários foram aplicados em sala de aula para alunos de contabilidade da Universidade de Brasília. As questões eram objetivas e deveriam ser respondidas com notas de zero a 10. Para comparar os resultados, foi realizado teste de média entre as notas dadas pelos respondentes e uma regressão linear múltipla, sendo a variável nota dependente, e as variáveis adulação e características dos respondentes como independentes. Na primeira regressão, a adulação não apresentou efeito significativo para o modelo, apenas a variável idade demonstrou influenciar a nota. Uma segunda regressão realizada, com a inclusão de uma variável interativa, resultante da atuação em conjunto das variáveis adulação e idade, demonstrou que a adulação seria significativa. A variável interativa adulação e idade foi significativa e negativa, indicando que a adulação tem o efeito de melhorar a nota dada pelos respondentes à empresa, porém esse efeito diminui com o avanço da idade. Uma primeira possível explicação para o resultado obtido é que à medida que os indivíduos ficam mais velhos, tornam-se menos suscetíveis a influências emocionais. Outra possível explicação para o resultado é que os indivíduos mais velhos, por estarem em semestres mais avançados – conforme confirmado pelo teste de correlação entre semestre e idade –, possuem maior conhecimento teórico capaz de tornar sua análise mais imparcial e racional.

Palavras-chave: Efeito Adulação. Finanças Comportamentais. Decisão de investimento. Demonstrações Contábeis.

Abstract

Sumário

Resumo	6
1. Introdução	9
2. Referencial Teórico	11
3. Proceder Metodológico	13
4. Resultados e análise	15
5. Conclusões.....	20
Referências Bibliográficas	21
Apêndice A	22
Apêndice B	26

1 INTRODUÇÃO

A ideia que deu origem à pesquisa proveio de um estudo de Fogg e Nass (1997), na área da psicologia, sobre a reação das pessoas diante de uma situação em que são “aduladas”. Dessa forma, aplicou-se esse pensamento ao campo das organizações e investidores.

O efeito adulação pressupõe que haverá uma melhoria na percepção das pessoas a respeito de determinada circunstância em comparação com aqueles que não receberam esse estímulo. Aplicando essa suposição à área da contabilidade, buscou-se, por meio de questionários, verificar se demonstrações contábeis que contenham um texto “adulando” o investidor poderiam contribuir para melhorar a percepção sobre o desempenho da empresa e sobre ela ser uma boa opção de investimento.

Na contabilidade preza-se bastante pela boa apresentação de demonstrações contábeis, de modo que reflitam com fidedignidade a realidade das entidades para atender aos usuários e atrair investidores. A partir de todas as informações apresentadas nessas demonstrações, espera-se que os usuários possam conhecer a empresa e ter segurança para avaliar sua situação econômico-financeira. Além disso, para garantir a confiabilidade das informações, exige-se que estas sejam elaboradas de maneira imparcial, sem vieses.

Porém, o que pouco se discute, é que as pessoas não agem inteiramente de forma racional, e que até em situações que exigem racionalidade para se tomar uma decisão acontece de outros fatores serem levados em consideração.

A adulação seria uma maneira de fazer o investidor sentir-se de certa forma “especial” e importante, além de ferir a imparcialidade da informação contábil. Por meio de elogios, a maneira com que a empresa se comunica com potenciais investidores para atraí-los pode causar um efeito psicológico de entenderem que essa organização seria uma boa opção de investimento. Até mesmo por meio de uma “heurística”, por acreditarem que os investidores daquela empresa são inteligentes e experientes, os potenciais investidores confiariam em seguir o mesmo caminho.

Diante disso, será que as pessoas que avaliaram uma companhia recebendo esse estímulo formulam uma imagem melhor da empresa em comparação com pessoas que a avaliaram baseando-se apenas em suas demonstrações financeiras, mesmo estas sendo idênticas em ambos os casos?

O objetivo do estudo é constatar se esse efeito psicológico da adulação se aplica às informações contábeis e a sua análise. A hipótese formulada é que o texto presente nos questionários com “adulação” influenciará de maneira positiva nas notas dadas pelos

respondentes, ou seja, aqueles que receberam os questionários com adulação darão notas maiores. Tendo como público alvo alunos de contabilidade, os quais estão desde o começo do curso aprendendo a avaliar as empresas de maneira racional por meio de suas demonstrações contábeis, é possível obter conclusões interessantes, diante do fato de serem pessoas que deveriam estar menos suscetíveis a esse tipo de influência psicológica.

A relevância dessa pesquisa para a atualidade é constatar que há vários fatores que influenciam nas escolhas das pessoas. Até mesmo situações que deveriam ser pautadas apenas por critérios mais racionais, como optar ou não por um investimento, são influenciadas por fatores não racionais, emocionais e comportamentais.

O trabalho está subdividido em introdução, referencial teórico, proceder metodológico, resultados e análise, conclusões, referências bibliográficas e apêndices. Na introdução apresentamos o tema, os objetivos e sua relevância. No referencial teórico são expostos outros trabalhos na mesma área e sua relação com o tema da presente pesquisa, indicando a pesquisa que deu origem a essa ideia, outras pesquisas que relacionaram decisões de investimento e a influência do emocional e a questão das heurísticas para tomada de decisões. No proceder metodológico explica-se como foi realizada toda a pesquisa, desde a coleta de dados até a sua análise. Nos resultados e análise expõe-se os achados da pesquisa e na conclusão as informações mais relevantes que se pode tirar dos achados. As referências bibliográficas contém todos os trabalhos utilizados para a execução deste e nos apêndices os questionários e as saídas do software.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A principal função da contabilidade é fornecer informações da empresa aos acionistas e a qualidade dessas informações está atrelada ao seu grau de confiabilidade e relevância. Sua divulgação pode conduzir a comportamentos irracionais por parte dos usuários, visto que há bastante subjetividade inerente à sua interpretação (CARVALHO ET AL., 2013).

O estudo de Fogg e Nass (1997) que inspirou a ideia para esse artigo buscava investigar os efeitos de computadores que “bajulavam” ou “adulavam” os usuários, independentemente de seu desempenho real em uma tarefa. Dessa forma, analisaram se uma máquina seria capaz de influenciar indivíduos emocionalmente. Os elogios que o computador dava eram pré-programados, porém uma parcela da amostra sabia e a outra foi informada de que seriam elogios sinceros. O resultado foi que aqueles que acreditavam ter recebido elogios sinceros avaliaram melhor o desempenho da máquina. Assim, concluíram que computadores também são capazes de operar como atores sociais.

Um estudo de Finardi (2011), na área da economia, buscou verificar o efeito dos sentimentos e emoções do ser humano na tomada de uma decisão de investimento arriscada, a qual exige-se a adoção, prioritariamente, de critérios mais racionais. Isso mostra que está iniciando, na área das Finanças Comportamentais, uma preocupação com as falhas do comportamento racional dos indivíduos, ao contrário das teorias clássicas das Finanças Modernas que possuem como pressuposto que o comportamento dos agentes econômicos é, de forma geral, racional e ignoram o efeito das emoções sobre esses agentes. A hipótese de Finardi (2011) de que afeições positivas e negativas seriam capazes de influenciar decisões sob condições de risco foi confirmada. Para isso, utilizou-se de experimentos por meio de questionários aplicados a alunos dos cursos de economia e administração.

Isso é mais um indício de que os indivíduos não conseguem ignorar inteiramente suas emoções ao tomar uma decisão. Rogers et al. (2008) afirmam que as Finanças Comportamentais consideram que os investidores agem muitas vezes de maneira não-racional impactando o comportamento do mercado, sendo isso um desafio ao paradigma imposto pela hipótese de mercados eficientes.

O estudo de Rogers et al. (2008) buscou verificar se mesmo indivíduos com um grau mais avançado de instrução e educação financeira permanecem com vieses no processo cognitivo de tomada de decisão em situações de risco. Isso se relaciona com o presente trabalho, pois ambos utilizam-se de uma amostra que já possui certo conhecimento para

decidir de maneira mais crítica e racional. Com base no conceito de aversão a perdas, os autores afirmam que o medo da perda faz com que os indivíduos tomem atitudes irracionais.

Sua pesquisa indicou que o comportamento de indivíduos com maior nível de educação financeira foi semelhante ao comportamento dos indivíduos com baixo nível de educação financeira. Concluíram então que mesmo com incentivos aos agentes, como um nível de instrução maior, os limites ao aprendizado prevalecem (ROGERS ET AL., 2008).

Muitas vezes, os agentes econômicos agem por meio de heurísticas, ou atalhos cognitivos, para tomar suas decisões. Gonzalez e Bruni (2012) em sua pesquisa investigaram como a heurística afetiva pode se manifestar nessas decisões, identificando a maneira com que estímulos afetivo-emocionais podem conduzir os indivíduos a alterar sua percepção sobre riscos e benefícios de um investimento financeiro.

“As heurísticas constituem-se em atalhos mentais utilizados pelos indivíduos com a finalidade de simplificar o processo decisório.” (GONZALEZ E BRUNI, 2012, p. 01). Esta pesquisa concluiu que os investidores se sujeitam a heurísticas comportamentais, porém não se sabe em que grau isso se manifesta. Além disso, afirmaram que o grau de conhecimento é significativo independentemente da idade ou gênero. Sendo assim, ao contrário do que concluíram Rogers et al. (2008), os indivíduos com maior conhecimento estão menos sujeitos a vieses comportamentais.

Nunes (2009) realizou um estudo a fim de avaliar se investidores experientes apresentam com menos frequência atitudes de racionalidade limitada comparativamente a investidores inexperientes. Por meio desse estudo, concluiu que ambos não conseguem agir de modo inteiramente racional em suas decisões, porém a experiência ajuda a reduzir os episódios de racionalidade limitada.

Kinder (1998) relacionou a heurística a decisões políticas. Para ele, indivíduos pouco informados poderiam reproduzir comportamentos de indivíduos mais informados por meio da heurística. Isso seria feito, por exemplo, votando da mesma maneira que alguém que se acredita ter bastante conhecimento político e que tenha as mesmas preferências que você. É uma forma de “pegar um atalho” e superar a falta de informação.

Aplicando-se essa ideia ao efeito adulação, os respondentes que receberam os questionários que continham o texto com adulação, pelo fato de haver afirmações de que os investidores da empresa são inteligentes e experientes, poderiam utilizar-se deste “atalho” para decidir se a empresa seria uma boa opção de investimento. Acreditando que pessoas com alto conhecimento investem naquela empresa, podem decidir por tomar a mesma atitude.

3 PROCEDER METODOLÓGICO

Para responder à pergunta da pesquisa foram elaborados dois questionários com informações idênticas sobre uma empresa fictícia. Nos questionários havia as demonstrações contábeis da empresa e os respondentes deveriam indicar notas, numa escala de zero a 10, como se fossem potenciais investidores, declarando se concordavam ou não com a afirmativa feita.

As questões eram iguais para ambos os questionários, objetivas e tratavam de aspectos do desempenho dessa empresa. No entanto, o diferencial entre eles foi o texto que apresentava a empresa, um com adulação e outro sem. O texto com adulação era o seguinte: *Desde a fundação da empresa, prezamos bastante pela qualidade da gestão, sempre buscando desenvolver a nossa equipe de forma que desempenhe um excelente trabalho, razão pela qual nossos investidores depositam total confiança nela. Isso se encontra refletido no alto grau de escolaridade dos investidores pessoas físicas e nas características dos investidores institucionais, todos eles preocupados em depositar seus recursos em uma empresa que valoriza a governança corporativa. Temos orgulho de ter a confiança de renomadas instituições e de investidores experientes e honramos os recursos depositados em nossa empresa.*

A hipótese da pesquisa é de que a variável adulação é significativa e positiva para os analistas ao avaliar uma empresa. Ou seja, espera-se que as notas dos questionários com adulação sejam maiores em comparação com o questionário sem adulação, indicando que a adulação ajuda a melhorar a percepção da empresa pelo investidor.

Foram aplicados 112 questionários para alunos de contabilidade que estavam mais para o final do curso, durante o segundo semestre de 2016. A escolha dos estudantes envolve duas vantagens e um risco. A primeira vantagem refere-se à facilidade de aplicação e coleta de dados. Além disto, escolher esta amostra permite ter uma noção de um investidor com baixa experiência e algum conhecimento técnico. O risco da amostra obviamente é de não representar adequadamente parte expressiva dos investidores. Acredita-se que este aspecto pode ser solucionado com a replicação da pesquisa para outros tipos de respondentes.

Houve 4 questionários que foram excluídos por terem sido respondidos incorretamente e também foram excluídos questionários em que as notas atribuídas à empresa foram todas zero. Com isto, os resultados analisados correspondem a 51 questionários com adulação e 55 questionários sem adulação. O tempo aproximado de resposta dos questionários foi de 10 minutos.

Durante a aplicação dos questionários, realizada em sala de aula, tomou-se o cuidado para fazer a sua distribuição de maneira aleatória entre os alunos. Os dados resultantes foram tabulados e analisados utilizando as estatísticas descritivas (média, mediana, desvio padrão, assimetria e curtose). Ainda, para testar os resultados, foi realizada uma regressão linear múltipla considerando a nota atribuída ao desempenho da empresa pelos respondentes (variável NOTA) como sendo a variável dependente.

O tipo de questionário, se com ou sem adulação, representou uma variável binária denominada ADULACAO. Na equação também foram consideradas as características dos respondentes, ou seja, o gênero (feminino igual 1 e masculino igual a zero), a idade e o semestre do curso. A princípio não foi incluída nenhuma hipótese prévia com respeito ao sinal e a significância das variáveis relacionadas a estas características. Mas diante da hipótese da pesquisa apresentada anteriormente esperava-se que o coeficiente angular da variável binária ADULACAO fosse significativo.

Posteriormente, foi realizada outra regressão linear múltipla, utilizando-se de uma nova variável, que é uma variável interativa, resultante da junção das variáveis adulação e idade. A variável interativa analisa a atuação de duas variáveis em conjunto. A inclusão desta variável surgiu após a verificação dos resultados obtidos na expressão anterior. A hipótese, que não havia sido prevista inicialmente, é de que a variável interativa ADULACAO.IDADE é significativa.

Em seguida, omitiu-se sequencialmente as variáveis que possuíam um p-valor bicaudal acima de 0,10. Isso resultou em uma regressão linear múltipla composta apenas pelas variáveis ADULACAO, IDADE e variável interativa ADULACAO.IDADE, que eram significativas para o modelo. Por fim, realizou-se um teste utilizando como variável dependente cada uma das questões.

Durante o processo de análise utilizou-se como critério de decisão uma significância de 5% bicaudal. Como apoio à análise realizada, também se utilizou a correlação entre as variáveis e a distância de Mahalanobis, para verificar a existência de outliers.

4 RESULTADOS E ANÁLISE

Dos 106 respondentes, 59 (ou 56% do total) eram do gênero feminino. Na média estavam cursando o sétimo semestre do curso, com mínimo de 4 e máximo de 11. Os dados mostram que para esta variável os respondentes estavam concentrados em torno da média: desvio-padrão de 1,53 e coeficiente de variação de 0,22. A média de idade dos participantes da pesquisa foi de 21,8 anos, com mínimo de 18 e máximo de 36 anos. Novamente a dispersão foi baixa: desvio-padrão de 3,06 e coeficiente de variação de 0,14.

Verificou-se a existência de igualdade de média entre os respondentes dos questionários com e sem adulação nos quesitos de semestre e idade e diferença de proporção para o gênero. Os resultados dos testes mostraram que as proporções de gênero por tipo de questionário são iguais (p-valor de 0,1567, para proporção de 0,6275 versus 0,4909). Mas o resultado do teste de média indicou que existe diferença entre as médias para semestre e idade.

Em termos do semestre, os respondentes com adulação apresentaram média superior aos que responderam o questionário sem adulação (média de 7,451 e 6,4545 e desvio-padrão de 1,3010 e 1,5731, nesta ordem), com p-valor bicaudal de 0,01418. Já a média do semestre para os respondentes com adulação (7,451 com desvio de 1,3010) foi superior à média sem adulação (6,4545 e desvio de 1,5731). O p-valor bicaudal foi de 0,0006. Assim, apesar dos cuidados na aplicação da pesquisa, os resultados apresentados neste parágrafo apontam que os respondentes de cada tipo de questionário possuem características diferentes no que diz respeito a idade e semestre.

Outra conclusão, esta já esperada, é a correlação existente entre o semestre e a idade. Geralmente os alunos que estão nos semestres mais avançados do curso possuem uma idade maior. O valor da correlação para amostra total foi de 0,4072, sendo que para os respondentes sem adulação foi de 0,5181 e para os com adulação foi de 0,2874. Todos os três resultados são significativos a 5% bicaudal.

Com respeito à variável dependente, que corresponde à nota dada pelos alunos para a empresa em sete quesitos, foi calculada a matriz de correlação entre cada um dos aspectos avaliados (Tabela 1). Os valores obtidos oscilaram entre 0,30 e 0,82, mas todos considerados adequados.

Tabela 1. Matriz de Correlação entre as notas dadas à empresa.

	1	2	3	4	5	6	7
1	1	0,4367	0,339	0,5364	0,5031	0,4349	0,4044
2		1	0,3571	0,4642	0,3947	0,3152	0,2975
3			1	0,5112	0,4305	0,4459	0,4475
4				1	0,6944	0,702	0,7659
5					1	0,5493	0,6088
6						1	0,8162
7							1

Item 1 = Bom desempenho; 2 = liquidez adequada; 3 = risco baixo; 4 = boa opção de investimento; 5 = se tivesse recurso investiria na empresa; 6 = retorno satisfatório para investidor; 7 = apresenta resultados atrativos para o investidor. Valor crítico de 5% bicaudal para N = 104 é de 0,1909.

Fonte: Elaboração própria.

Em razão disso, em lugar de estudar cada um dos itens avaliados pelos respondentes, optou-se por trabalhar com uma única nota dada, que corresponde a soma das notas destes sete itens. Esta nota apresentou média de 33,35, com desvio-padrão de 12,415, mínimo de zero e máximo de 57 pontos. Também foi calculado o valor da distância de Mahalanobis para verificar a existência de valores extremos, não sendo encontrado nada de anormal.

Ainda em relação à variável dependente NOTA, foram calculadas as estatísticas descritivas, dividindo os resultados por tipo de questionário, e expressos na Tabela 2.

Tabela 2. Estatísticas descritivas das notas dos questionários.

	Sem adulação	Com adulação
Média	32,291	34,49
Mediana	35	36
Desvio Padrão	12,72	12,099
N	55	51
Assimetria	-0,2385	-0,33579
Curtose	0,045502	-0,6313

Fonte: Elaboração própria.

Ao se analisar a média das notas dos questionários, presente na Tabela 1, percebe-se que, apesar de ter sido mais alta a média dos questionários com adulação, os valores foram bastante próximos. A mediana e o desvio padrão, igualmente à média, também apresentaram valores muito parecidos.

A assimetria mede o quão assimétricas são as “caudas” da curva de resultados em relação a uma linha vertical que passa pelo seu ponto mais alto. Para os dois tipos de questionários, a assimetria foi negativa, indicando que a “cauda” mais longa está do lado esquerdo, e, portanto, a média também. A assimetria negativa indica também que a média é

inferior à mediana, e a mediana é inferior à moda (representada pelo ponto mais alto da curva).

A curtose, medida que tem como finalidade aferir o quão concentrados ou dispersos estão os valores em relação ao centro da distribuição, apresentou diferenças na comparação entre os dois tipos de questionários. Para os questionários sem adulação, a curtose foi positiva, o que indica que a distribuição possui um pico mais longo, ou seja, dados mais concentrados. Já nos questionários com adulação, a curtose foi negativa, significando que a distribuição ficou mais achatada, isto é, dados mais dispersos.

Sabendo da correlação entre idade e semestre, da existência de diferença dos respondentes para os dois grupos e trabalhando com uma nota de desempenho única, foi determinada a existência do efeito adulação na nota dada para a empresa pelos respondentes, incluindo as variáveis gênero (dummy, sendo 1 = feminino), idade, semestre e adulação (sendo 1 para o questionário com adulação):

$$NOTA = \beta_1.ADULACAO + \beta_2.FEMININO + \beta_3.SEMESTRE + \beta_4.IDADE$$

O resultado foi o seguinte (com as razões t de cada variável independente):

$$NOTA = \underset{0,17}{0,46} ADULACAO + \underset{1,54}{4,01} FEMININO + \underset{0,51}{0,49} SEMESTRE + \underset{4,23}{1,24} IDADE \quad \begin{array}{l} R^2 = 0,86 \\ F_c = 163,03 \end{array}$$

Somente a variável IDADE apresentou um valor da estatística da razão t elevado. A equação explica 86% do comportamento da nota. A expressão apresentou um baixo valor da razão t para a variável *dummy* do questionário. Eliminando sequencialmente as variáveis independentes que possuem baixa razão t, o modelo final, não apresentado aqui, possui somente as variáveis FEMININO e IDADE. Isto indicaria que a adulação não influenciou a nota dada pelos respondentes.

Dessa forma, a idade seria uma variável que diretamente influencia na avaliação da empresa pelos respondentes, porém a hipótese de que a adulação seria significativa e positiva, ou seja, causaria o efeito de melhorar as notas, não foi confirmada.

Entretanto, a existência de diferença de médias nos dois grupos de questionários para a IDADE e o SEMESTRE pode ter influenciado o resultado. Para tentar resolver e verificar se este problema realmente influenciou as notas dadas pelos respondentes utilizou-se duas variáveis interativas, expandindo o modelo regressivo original para:

$$NOTA = \beta 1. ADULACAO + \beta 2. FEMININO + \beta 3. SEMESTRE + \beta 4. IDADE + \beta 5. ADULACAO. SEMESTRE + \beta 6. ADULACAO. IDADE$$

O resultado, indicado a seguir, mostra que a variável ADULAÇÃO passa a ajudar a explicar o comportamento da nota indicada pelos alunos, assim como a idade e a variável interativa.

$$NOTA = 51,83 ADULACAO + 1,23 FEMININO + 0,63 SEMESTRE + 1,30 IDADE - 3,8 ADULACAO . IDADE - 2,86 ADULACAO . SEMESTRE - 2,14 ADULACAO . IDADE - 0,48 FEMININO . SEMESTRE - 0,5 SEMESTRE . IDADE - 3,29 IDADE . SEMESTRE$$

$R^2 = 0,88$
 $F_c = 124,71$

O modelo tem um elevado poder de explicação do comportamento da variável dependente. Um modelo reduzido, eliminando as variáveis independentes com baixa razão t, apresentou o seguinte resultado:

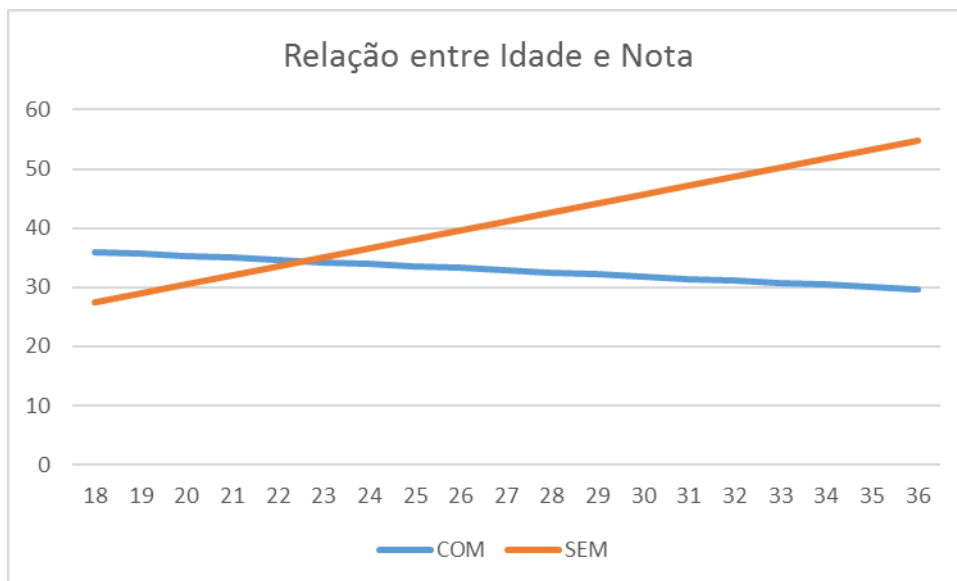
$$NOTA = 42,31 ADULACAO + 1,52 IDADE - 1,87 ADULACAO . IDADE$$

$R^2 = 0,88$
 $F_c = 248,43$

O questionário com ADULAÇÃO apresentou um coeficiente angular positivo. Isto significa dizer que a presença de adulação conduz a nota dada pelos respondentes maior. Mas o impacto da adulação diminui com a idade, conforme o sinal negativo do coeficiente angular da variável interativa. Portanto, à medida que a idade aumenta, o efeito da adulação na melhoria das notas diminui.

O gráfico 1 apresenta a estimativa dada pelo modelo para a situação de adulação e sem adulação conforme a idade. O ponto mínimo é o mesmo dos respondentes, assim como o ponto máximo.

Gráfico 1. Relação da Idade com a Nota, para os questionários com e sem adulação.



Fonte: Elaboração própria

Como a grande maioria dos respondentes possui idade reduzida: 95% dos respondentes possuem idade inferior a 24,2 anos, é necessário um cuidado para inferências para respondentes com idade superior a este valor, já que representa uma pequena parcela dos questionários.

Para tentar verificar o impacto dos respondentes com idade mais elevada, testou-se novamente os valores, agora com a amostra restrita aos respondentes com idade menor que 24 anos. Isto reduziu o valor dos respondentes para 87 e o resultado obtido foi o seguinte foi:

$$\text{NOTA} = 127,88 \text{ ADULACAO} + 1,54 \text{ IDADE} - 5,99 \text{ ADULACAO} \cdot \text{IDADE}$$

Indicando que o modelo persiste, com pequenas alterações no coeficiente angular da variável ADULACAO e da variável interativa.

5 CONCLUSÕES

O resultado da pesquisa parece indicar que o efeito da adulação existe e influencia na percepção do desempenho de uma empresa. Foi possível concluir que as três variáveis – adulação, idade e variável interativa – são importantes para explicar o comportamento da nota dada pelos alunos, de modo que a adulação acrescenta nota à empresa, porém esse efeito tende a diminuir com o avanço da idade.

O fato deste efeito tender a reduzir à medida que a idade do respondente aumenta talvez seja um indício de que a experiência pode anular este efeito e, quem sabe, trazer uma influência negativa quando a adulação for mais incisiva.

Dessa forma, a adulação pode ser um instrumento que atraia jovens investidores e inexperientes, mas tenha uma capacidade menor de convencer aqueles com mais idade.

Outra possível explicação para o resultado da pesquisa vem da correlação entre idade e semestre dos alunos. Os alunos mais velhos, de maneira geral e conforme confirmado pelo teste de correlação, estão em semestres mais avançados do curso e, portanto, seu conhecimento teórico sobre análise da situação da empresa por meio das demonstrações contábeis é mais elevado. Isso pode indicar que eles sejam menos suscetíveis ao efeito da adulação e ter acarretado em uma análise mais racional e imparcial.

Como sugestão para pesquisas futuras e redução do risco dessa amostra, seria a reaplicação do modelo para outro público alvo ou para estudantes do mesmo semestre, que tenham um nível próximo de conhecimento técnico, de modo que seja possível concluir qual característica foi mais relevante para influenciar o resultado.

REFERÊNCIAS

CARVALHO, Valdemir Galvão de; SILVA, José Jailson; SILVA, Cesar Augusto Tiburcio. **Divulgação da Informação Contábil: Influência nas Decisões de Investimentos em Ações.** ReCont: Registro Contábil, Vol. 4, Nº 2, 2013.

FINARDI, Fabio de Almeida. **A influência de afeições positivas e negativas na tomada de decisão sob condições de risco.** Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Sócio-Econômico, Departamento de Ciências Econômicas, Florianópolis, 2011.

FOGG, B. J.; NASS, Clifford. **Silicon sycophants: the effects of computers that flatter.** Department of Communication, Stanford University, Stanford, USA, 1997.

GONZALEZ, Ricardo Alonso; BRUNI, Adriano Leal. **Heurísticas Afetivas no Mercado de Ações Brasileiro: Um Estudo Quase-Experimental com Investidores.** XXXVI Encontro da ANPAD, Rio de Janeiro, RJ, 2012.

KINDER, Donald R. **Opinion and action in the realm of politics.** University of Michigan, 1998.

NUNES, Patrícia. **O impacto do efeito reflexo sobre investidores experientes e inexperientes em decisões de investimentos sob risco.** 2009 70f. Dissertação (Mestrado em Contabilidade) – Programa de Pós-Graduação em Contabilidade, UFSC, Florianópolis, 2009.

ROGERS, P.; FAVATO, V.; SECURATO, J. R. **Efeito Educação Financeira no Processo de Tomada de Decisões em Investimentos: Um Estudo a Luz das Finanças Comportamentais.** In: II Congresso da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Ciências Contábeis (ANPCONT), 2008, Salvador: ANPCONT, 2008.

APÊNDICE A – Questionários

Questionário com adulação:

**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA – FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO,
CONTABILIDADE E ECONOMIA
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS E ATUARIAIS**

Meu nome é Isabela Lourenço e sou graduanda do curso de Ciências Contábeis. Estou desenvolvendo uma pesquisa para o trabalho final de curso, sob orientação do Prof. César Tibúrcio, e gostaria que respondesse o questionário a seguir. Grata pela colaboração.

Dados pessoais:

Curso: _____

Semestre: _____

Gênero: () Masculino () Feminino

Idade: _____ anos

A seguir encontram-se dados de uma empresa fictícia. Observe com atenção as informações e em seguida responda as questões. Atenção: não existe resposta certa ou errada.

Relatório de Administração:

A nossa empresa atua no setor de consumo e possui filiais em diversos países. Com sede localizada no Brasil, a empresa foi fundada em 1974. Fazemos parte do Ibovespa e nossas ações são negociadas na bolsa de valores de São Paulo.

Desde a fundação da empresa, prezamos bastante pela qualidade da gestão, sempre buscando desenvolver a nossa equipe de forma que desempenhe um excelente trabalho, razão pela qual nossos investidores depositam total confiança nela. Isso se encontra refletido no alto grau de escolaridade dos investidores pessoas físicas e nas características dos investidores institucionais, todos eles preocupados em depositar seus recursos em uma empresa que valoriza a governança corporativa.

Temos orgulho de ter a confiança de renomadas instituições e de investidores experientes e honramos os recursos depositados em nossa empresa.

Demonstrações contábeis:

Balanco Patrimonial (em R\$ milhões)

	31/12/15	31/12/14		31/12/15	31/12/14
Caixa e Equivalentes	13.459	11.831	Valores a Pagar	18.331	18.538
Valores a Receber	5.138	5.071	Dívida de Curto Prazo	9.892	8.464
Estoques	2.862	2.974	Passivo Circulante	28.223	27.002
Ativo Circulante	21.459	19.876	Passivo não Circulante	45.097	44.700
Não Circulante	113.690	120.944	Passivo Total	73.320	71.702
Ativo Total	135.149	140.820	Patrimônio Líquido	61.829	69.118

Demonstração do Resultado do Exercício (em R\$ milhões)

	2015	2014
Receita Total	43.604	47.063
Custo	-17.137	-18.756

Demonstração dos fluxos de caixa (em R\$ milhões)

	2015	2014
Fluxo das ativ. operacionais	14.121	14.144
Fluxo das ativ. Investimento	-4.730	-9.060

Receita Líquida	26.467	28.307	Fluxo das ativ. Financiamento	-8.572	-3.456
Despesas Operacionais	-13.904	-15.111	Fluxo de caixa líquido	819	1.628
Lucro Líquido	12.563	13.196			

Com base nas informações apresentadas e considerando que você é um investidor desta empresa responda as afirmativas a seguir, colocando um número entre **zero** e **dez**, sendo zero para discordo totalmente e dez para concordo totalmente:

1. Esta empresa apresenta um bom desempenho: _____
2. Esta empresa apresenta liquidez adequada: _____
3. O risco dessa empresa é baixo: _____
4. Esta empresa é uma boa opção de investimento: _____
5. Se eu tivesse um recurso adicional, eu investiria nessa empresa: _____
6. Esta empresa proporciona um retorno satisfatório ao investidor: _____
7. Esta empresa apresenta resultados atrativos aos investidores: _____

Questionário sem adulação:

**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA – FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO,
CONTABILIDADE E ECONOMIA
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS E ATUARIAIS**

Meu nome é Isabela Lourenço e sou graduanda do curso de Ciências Contábeis. Estou desenvolvendo uma pesquisa para o trabalho final de curso, sob orientação do Prof. César Tibúrcio, e gostaria que respondesse o questionário a seguir. Grata pela colaboração.

Dados pessoais:

Curso: _____

Semestre: _____

Gênero: () Masculino () Feminino

Idade: _____ anos

A seguir encontram-se dados de uma empresa fictícia. Observe com atenção as informações e em seguida responda as questões. Atenção: não existe resposta certa ou errada.

Relatório de Administração:

A nossa empresa atua no setor de consumo e possui filiais em diversos países. Com sede localizada no Brasil, a empresa foi fundada em 1974. Fazemos parte do Ibovespa e nossas ações são negociadas na bolsa de valores de São Paulo.

Demonstrações contábeis:

Balanco Patrimonial (em R\$ milhões)

	31/12/15	31/12/14		31/12/15	31/12/14
Caixa e Equivalentes	13.459	11.831	Valores a Pagar	18.331	18.538
Valores a Receber	5.138	5.071	Dívida de Curto Prazo	9.892	8.464
Estoques	2.862	2.974	Passivo Circulante	28.223	27.002
Ativo Circulante	21.459	19.876	Passivo não Circulante	45.097	44.700
Não Circulante	113.690	120.944	Passivo Total	73.320	71.702
Ativo Total	135.149	140.820	Patrimônio Líquido	61.829	69.118

Demonstração do Resultado do Exercício (em R\$ milhões)

	2015	2014
Receita Total	43.604	47.063
Custo	-17.137	-18.756
Receita Líquida	26.467	28.307
Despesas Operacionais	-13.904	-15.111
Lucro Líquido	12.563	13.196

Demonstração dos fluxos de caixa (em R\$ milhões)

	2015	2014
Fluxo das ativ. operacionais	14.121	14.144
Fluxo das ativ. Investimento	-4.730	-9.060
Fluxo das ativ. Financiamento	-8.572	-3.456
Fluxo de caixa líquido	819	1.628

Com base nas informações apresentadas e considerando que você é um investidor desta empresa responda as afirmativas a seguir, colocando um número entre **zero** e **dez**, sendo zero para discordo totalmente e dez para concordo totalmente:

1. Esta empresa apresenta um bom desempenho: _____
2. Esta empresa apresenta liquidez adequada: _____

3. O risco dessa empresa é baixo: _____
4. Esta empresa é uma boa opção de investimento: _____
5. Se eu tivesse um recurso adicional, eu investiria nessa empresa: _____
6. Esta empresa proporciona um retorno satisfatório ao investidor: _____
7. Esta empresa apresenta resultados atrativos aos investidores: _____

APÊNDICE B – Saídas do software. Resultados das regressões.

	coefficient	std. error	t-ratio	p-value
Adulação	0.460221	2.73516	0.1683	0.8667
Feminino	4.01475	2.61178	1.537	0.1273
Semestre	0.485018	0.951132	0.5099	0.6112
Idade	1.23610	0.292137	4.231	5.09e-05 ***
Mean dependent var	33.34906	S.D. dependent var		12.41508
Sum squared resid	18134.73	S.E. of regression		13.33385
R-squared	0.864740	Adjusted R-squared		0.860762
F(4, 102)	163.0257	P-value(F)		2.21e-43

	coefficient	std. error	t-ratio	p-value
Adulação	42.9890	12.3688	3.476	0.0008 ***
Feminino	1.66677	2.56579	0.6496	0.5174
Semestre	-0.626445	0.955951	-0.6553	0.5138
Idade	1.67397	0.303795	5.510	2.75e-07 ***
Adulação/Idade	-1.89007	0.537467	-3.517	0.0007 ***
Mean dependent var	33.34906	S.D. dependent var		12.41508
Sum squared resid	16156.50	S.E. of regression		12.64774
R-squared	0.879495	Adjusted R-squared		0.874722
F(5, 101)	147.4276	P-value(F)		9.04e-45

	coefficient	std. error	t-ratio	p-value
Adulação	42.3110	10.7889	3.922	0.0002 ***
Idade	1.52026	0.0800252	19.00	1.94e-035 ***
Adulação/Idade	-1.86679	0.478385	-3.902	0.0002 ***
Mean dependent var	33.34906	S.D. dependent var		12.41508
Sum squared resid	16279.29	S.E. of regression		12.57185
R-squared	0.878579	Adjusted R-squared		0.876221
F(3, 103)	248.4291	P-value(F)		5.31e-47