



# IMPACTO DA ADOÇÃO DA IFRIC 13 NA CONTABILIZAÇÃO DE PROGRAMAS DE PASSAGEIROS FREQUENTES

## 1- Glauber de Castro Barbosa\*

Mestre pelo Programa Multiinstitucional e Inter-Regional de Pós-Graduação em Ciências Contábeis (UnB, UFPB, UFPE e UFRN), Brasil.  
glauberbc@gmail.com  
<http://lattes.cnpq.br/4029441798200204>

## 2- Isabel Cristina Henriques Sales

Mestre pelo Programa Multiinstitucional e Inter-Regional de Pós-Graduação em Ciências Contábeis (UnB, UFPB, UFPE e UFRN), Brasil.  
isabel.sales@gmail.com  
<http://lattes.cnpq.br/3232677429658518>

## 3- Edilson Paulo

Doutor em Ciências Contábeis pela Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo (FEA/USP), Brasil.  
Professor e Coordenador Regional do Programa Multiinstitucional e Inter-regional de Pós-Graduação em Ciências Contábeis UnB/UFPB/UFRN, da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), Brasil.  
e.paulo@uol.com.br  
<http://lattes.cnpq.br/9774701633759808>

Diego Maganhotto Coraiola – Editor

Artigo analisado via processo de revisão duplo cego (*Double-blind*)  
Recebido em: 24/02/2011  
Aprovado em: 06/07/2011  
Última Alteração: 12/08/2011

\* Contato Principal: Universidade de Brasília. Prédio da FA. FACE: Salas B1-02. Asa Norte, Brasília - DF, Brasil.  
CEP: 70910-900.

## IMPACTO DA ADOÇÃO DA IFRIC 13 NA CONTABILIZAÇÃO DE PROGRAMAS DE PASSAGEIROS FREQUENTES

### RESUMO

Tendo em vista a internacionalização da contabilidade, é oportuno estudar a influência dessas normas nas informações nacionais. A International Financial Reporting Interpretation 13 (IFRIC 13) trata da contabilização dos programas de fidelidade de clientes, amplamente utilizado pelo setor de transporte aéreo. As companhias aéreas têm influência considerável na economia, mas são poucos os estudos contábeis que focam os dados por elas gerados. Outrossim, o presente artigo tem por objetivo analisar o impacto da adoção da IFRIC 13 nas demonstrações contábeis das companhias aéreas presentes na Bolsa de Valores de São Paulo: Gol e TAM. Para isso foram utilizadas as informações anuais de 2009 e 2010. De tal modo, foi possível observar que, quanto à mensuração dos pontos de milhagem, ambas as empresas utilizavam anteriormente à norma o custo incremental, sendo que em 2010 houve a alteração para a contabilização com base na receita diferida, registrada ao valor justo, como sugerida pela IAS 18. Adicionalmente observou-se que em 2009 não houve antecipação da adoção da referida norma pelas empresas. Em 2010, com a obrigatoriedade de se contabilizar com base na IFRIC 13, as duas companhias apresentaram o consequente ajuste nos dados de 2009. Isso possibilitou concluir que as informações ajustadas destacaram a alteração da composição patrimonial, no resultado e em indicadores financeiros decorrente das novas regras. Não obstante, o impacto foi maior na TAM.

### Palavras-Chave

Companhias aéreas, Programas de fidelidade, IFRIC 13.

## IMPACT OF ADOPTION OF IFRIC 13 IN ACCOUNTING FOR FREQUENT FLYER PROGRAMS

### ABSTRACT

Face with accounting's internalization, its timely to study the influence of those standards at national data. The International Financial Reporting Interpretation 13 (IFRIC 13) deals with accounting regarding customer loyalty programs, widely applied by airlines. Airlines have considerable influence at the economy, but there are few studies that pay attention to the information generated by these companies. Hence, this paper has the purpose of analyzing the impact of IFRIC 13 at annual financial statements of Bolsa de Valores de São Paulo listed companies: Gol and TAM. Thus, it was possible to notice that, as for the measurement of mileage points, both adopted incremental cost before the implementation IFRIC 13. In 2010 there were changes to the accounting-based deferred revenue recorded at fair value, as suggested by the standard. Additionally, we noticed that none of the companies anticipated the adoption of the standard IAS 18. At 2010, with the obligation of the IFRIC 13, both companies presented the consequent adjust of 2009 data. This modification made possible to notice that there was substantial modification at patrimonial composition, bottom line and financial indexes. Nonetheless, impact was stronger at TAM.

### Keywords

Airlines, Customer Loyalty Programs, IFRIC 13.

## 1 Introdução

As companhias aéreas influenciam cada vez mais a economia dos diversos países. Tan et al (2000) destacam um exemplo desse impacto, quando em 1989 uma greve de pilotos ocorrida na Austrália custou às empresas aéreas em torno de 399 milhões de dólares australianos e ao governo local cerca de 100 bilhões de dólares australianos em prejuízos. Shearman (1992) acrescenta que o setor de transporte aéreo mundial é um dos maiores, com mais de 300 companhias nacionais e internacionais, localizadas em mais de 137 países, com lucros bilionários.

A International Air Transport Association (IATA), juntamente com a empresa de contabilidade e auditoria KPMG, desenvolveu um estudo entre 1992 e 1996 para identificar o disclosure e as principais políticas contábeis e financeiras adotadas pelo setor de transporte aéreo, que resultou na identificação de assuntos precários e a criação das Diretrizes Contábeis para Companhias Aéreas (Airline Accounting Guidelines - AAG) que auxiliariam as empresas aéreas em temas contábeis críticos. As características apontadas como de maior divergência entre as empresas foram: a) a tradução de empréstimos de longo prazo em moeda estrangeira; b) o tratamento das obrigações referentes ao programa de passageiros frequentes; c) a depreciação da frota; d) o reconhecimento da receita; e) a contabilização do custo de manutenção; e f) o leasing das aeronaves (Tan et al 2000).

No presente trabalho optou-se focar o problema referente ao tratamento das obrigações referentes ao programa de passageiros frequentes frente à publicação da interpretação IFRIC 13 (International Financial Reporting Interpretations Committee) sobre programas de fidelidade. Atualmente várias empresas trabalham com algum tipo de programa que premia a fidelidade de seus clientes. Com isso, não só os usuários de cada produto e serviço se sentem valorizados, como tendem a mudar seu consumo de forma a se beneficiar com as premiações.

Nesse ambiente Morrell (2007) acrescenta que o setor de transporte aéreo é complexo e demanda conhecimentos específicos. Sob a ótica da contabilidade, existe a preocupação para que ocorra o correto reconhecimento, mensuração e evidenciação dos benefícios e obrigações relativos a transações desse setor. Assim, os programas de fidelidade foram objeto de várias discussões que ocasionaram a publicação pelo International Accounting Standards Board (IASB) da interpretação IFRIC 13.

A IFRIC 13 se limita aos créditos-prêmio concedidos aos clientes como parte de uma transação de vendas. O pronunciamento técnico sobre receitas CPC 30, emitido pelo Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC), tem em seu escopo a “interpretação A” sobre programa de fidelidade de clientes – essa parte do pronunciamento corresponde à IFRIC 13 no Brasil. A principal alteração advinda dessas normas à contabilidade dos programas de fidelidade é a contrapartida do lançamento contábil ser alocada aos créditos de prêmios ser mensurada com base em seu valor justo.

Outrossim, tendo em vista que o CPC 30 trata sobre receitas e apenas a “interpretação A”, presente nessa norma, foca os programas de fidelidade, optou-se por destacar a IFRIC 13 como base para as análises de dados (que serão detalhados na Seção 3 sobre metodologia) tendo em vista ser uma interpretação exclusivamente voltada ao assunto aqui tratado.

Considerando os aspectos até aqui tratados, surge a questão-problema desta pesquisa: quais são os impactos da adoção da IFRIC 13 sobre os programas de fidelidade de companhias aéreas brasileiras? Deste modo, este trabalho tem como objetivo analisar o impacto no reconhecimento dos programas de fidelidade das companhias aéreas brasileiras em seus relatórios financeiros através da adoção IFRIC 13. Tal abordagem se justifica na importância do setor aéreo para a economia nacional, na ansia por se divulgar e esclarecer estudos sobre a área e no valor de se analisar os impactos nas informações brasileiras da aplicação de normas internacionais.

Para alcançar o objetivo proposto foram selecionadas as empresas do setor de transporte aéreo presentes na Bolsa de Valores de São Paulo – Bovespa: GOL Linhas Aéreas Inteligentes S. A. e TAM S.A. Utilizaram-se como base as demonstrações anuais de 2009 e 2010 de ambas as companhias. Há de se ressaltar que a opção por não acrescentar empresas de outros setores foi tomada pela falta de uma base específica e sem viés que indique quais empresas da Bovespa têm esse perfil. Tendo em vista a visibilidade dos programas de milhagem, acredita-se que a análise de dados apresentará conclusões sem viés de seleção e, concomitantemente, permita generalizar as conclusões para o setor. Saliencia-se ainda que essa pesquisa não tem a característica de estudo de caso, tendo em vista que não foi possível o acesso a informações que não estão publicamente disponíveis, embora tenham sido solicitadas.

O presente artigo foi estruturado em mais quatro partes. A seguir, são discutidos os conceitos básicos acerca dos procedimentos contábeis para o setor de aviação e de programas de fidelidade. Em seguida é exposto o proceder metodológico. Posteriormente, são apresentados e analisados os dados da pesquisa. Por fim, na quinta e última parte, são realizadas as considerações finais sobre os principais aspectos referentes ao problema tratado pela pesquisa.

## 2 Referencial Teórico

Nessa seção se encontra o referencial teórico pertinente ao problema de pesquisa. Inicialmente será tratado o programa de fidelidade de uma forma geral. Antes de focar a interpretação IFRIC 13, será apresentado o estado da arte relacionado à contabilidade de companhias aéreas.

### 2.1 Programas de Fidelidade

Os programas de fidelidade tem o objetivo de premiar os consumidores que utilizam de forma assídua um serviço ou produto. Outrossim, há o incentivo para que o cliente continue a frequentar a empresa de forma com que acumule créditos que poderão ser resgatados de acordo com as regras de cada programa. Ao acumular 10.000 pontos em um programa de uma companhia aérea, por exemplo, o usuário tem a opção de utilizar uma passagem sem pagar por ela, ou seja, utilizando seu saldo de pontos.

Nsakanda, Diaby e Cao (2010) complementam, de forma geral, em um programa comum de fidelidade os consumidores se tornam membros de um programa e adquirem pontos na compra de produtos e serviços dentro da rede de parceiros comerciais. Os pontos que não são resgatados ficam em uma reserva de direito do usuário e se transformam em um passivo para a empresa. Os autores supracitados ressaltam que, embora atualmente existam diversos tipos de programas de fidelidade, a maior parte de sua base advém do programa iniciado pela American Airlines em 1981.

As empresas varejistas ao considerarem que vale a pena investir no relacionamento com clientes adotaram o sistema que premia consumidores fiéis. Leenheer e Bijmolt (2008) estudaram que tipo de companhias adotam programas de fidelidade nos Estados Unidos. Foram utilizadas inicialmente 180 empresas, mas apenas 37 empregavam essa metodologia. Concluiu-se que os setores que oferecem uma seleção de bens similar entre as empresas são mais receptivos a essa premiação, dentre eles, o de transporte aéreo.

No setor de transporte aéreo o programa de fidelidade, ou de passageiros frequentes, é uma ferramenta empresarial e, especialmente, de marketing muito importante. Park (2010) analisou a relação desses programas com o preço das passagens, a escolha do passageiro em utilizar a companhia, a satisfação dos clientes, a qualidade do serviço e a imagem da empresa. Os resultados demonstram que o programa de fidelidade tem efeito direto e indireto no preço, na satisfação do passageiro, na imagem da empresa e na opção do consumidor em utilizar determinada companhia. De tal modo, Park (2010) conclui que adotar um programa de fidelidade é atrativo para empresas de transporte aéreo.

Tendo em vista a importância em se diminuir os custos de transporte aéreo, Suzuki e Walter (2001) realizaram um estudo com o foco em entidades cujos funcionários que realizam muitas viagens de negócios e, assim, desenvolveram uma estrutura que investiga como as milhagens dos programas de passageiros fiéis podem ser utilizadas de forma mais eficiente no momento de resgate pela empresa. Martín, Román e Espino (2011) optaram pela análise do programa de passageiros frequentes com base no ponto de vista dos usuários. Pode ser notado que os clientes que participam de um programa de fidelidade tendem a escolher aquela empresa.

### 2.2 Contabilidade em Companhias Aéreas

Schroeder, Clark e Cathey (2009) afirmam que as empresas geralmente reconhecem as receitas quando vendem seus produtos ou serviços. Os autores acrescentam o exemplo da American Airlines, uma companhia aérea norte-americana que retarda o reconhecimento da receita da passagem até que o voo se complete. Ernst&Young e Fipecafi (2010) ressaltam que a norma sobre reconhecimento de receitas é uma das poucas verdadeiramente baseadas em princípios. Segundo os autores, o International Accounting Standard (IAS) 18 estabelece princípios claros de reconhecimento da receita, com extensa base, tanto para

a prestação de serviços quanto para a venda de produtos, bem como para as receitas provenientes da utilização, por terceiros, de ativos da entidade.

No Brasil, a normatização a respeito da contabilidade de passageiros frequentes se encontra no Pronunciamento Técnico CPC 30, que versa sobre as receitas. Nesse pronunciamento, a “Interpretação A” discorre sobre os programas de fidelidade, conforme descrito pela IFRIC 13 do IASB. Anteriormente à internacionalização da contabilidade, não havia uma regra nacional específica sobre o assunto.

O programa de milhagem das companhias aéreas, oferecido principalmente a clientes corporativos e de primeira classe, é utilizado pela maioria das empresas do setor. Suzuki (2003) afirma que essa política se tornou um fator importante na escolha da empresa pelo cliente. Estudos realizados nos Estados Unidos da América mostram que mais de 85% das milhas dos programas são utilizados para conseguir bilhetes de graça.

Ao implementar o programa de milhagem, a empresa aérea se compromete com obrigações futuras, pois fornece benefícios aos clientes cadastrados, entretanto a precificação desses passivos é de difícil mensuração. Tan et al (2000) acrescentam que o alcance dos benefícios publicitários em decorrência dessa política é parcialmente dependente da viabilidade das companhias em lidar com o tráfego extra gerado pelos programas sem afetar passageiros que pagaram por seus bilhetes. É difícil determinar se o aumento das receitas decorrentes da fidelidade de clientes e da aparente vantagem competitiva compensa as obrigações futuras correspondentes, já que não se pode determinar o curso das receitas sem a influência do programa.

Ainda segundo Tan et al (2000), as obrigações futuras são tratadas por três métodos diferentes: o de obrigações contingentes; o do custo incremental; e o das receitas diferidas. O método das obrigações contingentes trata obrigações de passageiros frequentes como passivos que são incertos até a realização de um evento futuro (o resgate ou vencimento do prêmio da milhagem). Tal abordagem, segundo Tan et al (2000) se mostra inadequada, já que o programa de passageiros frequentes foi desenvolvido para estimular o tráfego, assim sendo, há certo nível de certeza de que uma proporção dos pontos emitidos será resgatada.

No método do custo incremental, conforme Morrell (2007), existe o reconhecimento das obrigações futuras de se transportar os passageiros que alcançam a pontuação mínima requerida pelo programa. Aumentam-se na demonstração do resultado, assim, as despesas com um custo incremental de se transportar o passageiro premiado em uma data futura, sendo que sua contrapartida é reconhecida como um passivo. Deste modo, quando o cliente utiliza seu benefício, o custo incremental de seu transporte é deduzido das despesas e o passivo correspondente é liquidado. Nessa metodologia o lucro operacional da empresa não é afetado pelo programa de fidelidade.

Inversamente, o método das receitas diferidas vincula o adiamento do reconhecimento das receitas geradas pela venda de bilhetes que acarretaram pontos no programa de milhagem até que o prêmio seja utilizado (Ernst&Young, 2009).

### 2.3 IFRIC 13

Bowman (1995) apontou em seu estudo que apesar de o programa de passageiros frequentes existir desde o início dos anos 1980, cerca de 10 anos depois ainda não havia uma norma internacional de contabilidade específica para regulamentar seu tratamento nos relatórios financeiros.

Niyama e Silva (2009) defendem que a contabilidade é intensamente influenciada pelo ambiente no qual atua, “assim, as diferenças históricas, os valores culturais e as estruturas políticas, legais e econômicas de cada país acabam refletindo nas práticas contábeis em vigor”. Portanto, a prática contábil difere entre nações, tornando difícil a comparação dos números contábeis e análise pelos usuários dessas informações.

A contínua tendência da globalização tem mostrado que as fronteiras financeiras estão sendo ultrapassadas, cada vez mais, em virtude do amplo crescimento de fluxos de capitais em âmbito internacional (Yalkin, Demir & Demir, 2008). O crescimento das empresas de transporte aéreo, as alianças corporativas formadas e sua participação na economia mundial tornam o foco na contabilidade dessas companhias essencial.

Conforme Chapple, Moerman & Rudkin (2008), em 2005 foi solicitado ao IASB a emissão de um guia a respeito dos programas de fidelidade de clientes. No ano seguinte foi emitido um draft (esboço) de uma interpretação que posteriormente se transformou na IFRIC 13 em 2007. No Brasil, a obrigatoriedade do que é exposto nessa interpretação ocorreu em 2010.

Godfrey et al (2006) apontam que as exigências da contabilidade com base nos padrões internacionais alteraram a forma como as companhias aéreas contabilizam os pontos de passageiros frequentes. Anteriormente, conforme o autor, era utilizado principalmente o custo diferido, no qual a venda antecipada dos pontos por bancos, cartões de créditos e demais parceiros era contabilizada como receita no resultado no momento da venda. A despesa relacionada à venda, ou seja, à viagem, era contabilizada em período posterior, quando fosse fornecido o serviço ou quando os pontos vencessem.

Destarte, com base no IFRIC 13 uma entidade deve contabilizar os créditos-prêmio como um componente, passível de identificação separado das transações de venda em que são concedidos. O valor justo da contraprestação a receber deve ser alocado entre os créditos de prêmio e outros componentes da venda.

Há de se salientar que nesse assunto devem ser diferenciados dois tipos de componentes: o de viagem e o de comercialização. Ernst&Young & Fipecafi (2010) exemplificam uma companhia aérea que vende milhas para uma administradora de cartões de crédito, neste caso, está vendendo tanto o componente de viagem – que será resgatado pelos clientes de outra entidade –, quanto o de comercialização. Assim, a companhia aérea deve estimar quanto da contraprestação deve ser atribuído a esses componentes tendo em vista que o de comercialização provavelmente não exija diferimento.

A normatização atualmente aplicável determina que a receita seja mensurada com base em seu valor justo da contraprestação a receber ou recebida (IAS 18). De tal modo, os programas de fidelidade evocam que o valor da receita atribuída seja o valor justo da contraprestação recebida.

A esse assunto a interpretação IFRIC 13 acrescenta que o montante pelo qual os créditos de prêmio de fidelidade de clientes poderiam ser vendidos separadamente será o seu valor justo e deve levar em consideração: (a) o valor justo dos prêmios que seriam oferecidos aos clientes que não obtiveram créditos de prêmio da venda inicial; e (b) a proporção dos créditos de prêmio que não se espera que seja resgatada pelos clientes. Além disso, se os clientes puderem escolher entre diferentes prêmios, o valor justo dos créditos de prêmio deve refletir o valor justo da série de prêmios disponíveis, ponderado na proporção da frequência com a qual se espera que cada prêmio seja selecionado.

No entanto, esse valor não costuma ser diretamente observável e deve, de tal modo, ser estimado. Ernst&Young e Fipecafi (2010) apontam que isso poderá gerar confusão já que as companhias aéreas não consideram que o valor pelos quais os créditos foram separadamente comercializados são os mesmos do valor justo das milhas aéreas emitidas no momento da venda de um bilhete.

A priori há uma mudança de paradigma que exigirá dos contadores uma maior percepção da realidade da empresa, pois a mensuração pelo custo incremental era relativamente simples, enquanto que a mensuração a valor justo deve-se levar em consideração fatores que possuem maior subjetividade.

A influência da contabilidade a valor justo é ressaltada por Lustosa (2010) que afirma que a adoção dessa metodologia por várias normas, além do próprio pronunciamento sobre o valor justo, faz com que seja mais difícil assegurar que a medida justa do valor seja obtida. Segundo Lustosa (2010, p. 2):

[...] a imprecisão, e não a acurácia ou a justeza da medida, é o que predomina quando se mensuram expectativas futuras em termos monetários. Por essa razão, a justiça de uma medida de valor está mais na capacidade de ela expressar os conceitos corretos de mensuração do que na exatidão da medida.

Lustosa (2010) acrescenta que a não ser quando existe um mercado ativo, as medidas para o fair value são inexatas e inerentes. Dessa forma, a subjetividade é um fator preponderante na utilização correta de conceitos sobre mensuração a valor justo.

### 3 Metodologia

O escopo do estudo abrange o setor de transporte aéreo brasileiro e, a fim de se delimitar a pesquisa, optou-se por analisar as companhias aéreas TAM S.A. e Gol Linhas Aéreas Inteligentes S.A. A escolha se baseia no fato de serem essas as maiores empresas do setor listadas na Bolsa de Valores de São Paulo, além de serem responsáveis por mais de 80% do mercado aéreo brasileiro (Moreira, 2010).

Por meio dos sítios eletrônicos das empresas foram coletadas as demonstrações financeiras do exercício de 2009 (comparado a 2008) e de 2010 (comparado a 2009). Decidiu-se por esse espaço temporal tendo em vista a obrigatoriedade da adoção da norma ocorrer a partir de 2010. Assim, utilizar o ano de 2009 sem ajustes (correspondente às demonstrações publicadas no início de 2010 referentes aos exercícios de 2009 e 2008) e compará-lo às informações sobre o mesmo ano publicadas com ajustes no relatório anual seguinte (correspondente às demonstrações publicadas no início de 2011 referentes ao exercício de 2010 e 2009) se apresenta como uma base de dados satisfatória ao desenvolvimento do presente trabalho.

Acrescenta-se que, apesar de a norma sobre a contabilização de fidelidade de clientes ser obrigatória a partir de 2010, ao publicar as informações financeiras desse ano, é necessário adaptar os dados do exercício anterior para permitir a comparabilidade. De tal modo, as informações sobre 2009 publicadas em comparação a 2008 não estão de acordo com a IFRIC 13, enquanto as informações sobre 2009 publicadas em comparação a 2010 estão.

O programa de passageiros frequentes da companhia GOL é denominado Smiles, enquanto o da TAM é intitulado “Programa TAM Fidelidade”. Cabe destacar que a empresa GOL adquiriu a empresa Varig Linhas Aéreas S.A. (VRG) em 2007. Desde a aquisição a Gol opera o programa de milhagem Smiles. As obrigações assumidas decorrentes desse fato foram avaliadas na data de aquisição ao valor justo: o preço estimado de pagamento a um terceiro para assumir a obrigação de milhas a serem resgatadas.

É oportuno ressaltar, ainda, que em 2009 foi criada a empresa Multiplus S.A., controlada pela TAM e responsável por seu programa de fidelidade. Todavia, tendo em vista que os dados utilizados nessa pesquisa são consolidados, não houve necessidade de se considerar as informações da Multiplus, pois já estão refletidas no relatório anual da TAM.

Para atingir o objetivo proposto, optou-se por duas apreciações distintas. Inicialmente será aplicada uma análise qualitativa com base no texto da norma e nos relatórios anuais de 2009 e de 2010. Posteriormente, será acrescentada uma análise quantitativa com base exclusivamente nas informações sobre 2009: as não ajustadas, publicadas em 2009, e as em conformidade com a IFRIC 13, publicadas em 2010.

Nesse contexto, foram avaliadas as informações referentes ao impacto da adoção da IFRIC 13, por cada entidade, assim como investigados os métodos utilizados anteriormente à obrigatoriedade da norma. Outro fator de destaque é a normatização sobre o reconhecimento das receitas advinda do IAS 18 que evoca os programas de fidelidade a atribuírem o valor justo da contraprestação recebida ao valor da receita atribuída aos passageiros frequente. Portanto, nesse estudo observam-se igualmente as ressalvas e tratamentos despendidos ao fair value.

Quanto à metodologia, essa é uma pesquisa bibliográfica por, conforme Marconi & Lakatos (2009), utilizar informações que já foram escritas e analisadas como base para o exame de um tema. Há, igualmente, característica documental conforme Martins & Theóphilo (2009), pois emprega fontes primárias que foram reestruturadas de acordo com o propósito dessa pesquisa. Por fim, entende-se que, em relação à estratégia, a pesquisa utiliza o delineamento exploratório, pois conforme afirma Beuren (2006, p.80) esse tipo de pesquisa apresenta um “estudo que normalmente ocorre quando há pouco conhecimento sobre a temática a ser abordada”. Além disso, a técnica de coleta de dados foi a de pesquisa documental.

De forma a analisar o impacto nos indicadores financeiros decorrente das alterações nas normas de reconhecimento da contabilização do programa de passageiros frequentes, são apresentados os seguintes índices que serão calculados na análise quantitativa da nova forma de se contabilizar:

- **Liquidez geral:** resultado da divisão entre o ativo total e o passivo total. Assaf Neto (1998) destaca que esse índice indica a capacidade que uma empresa tem de saldar todos os seus compromissos, pois engloba tanto situações de curto como de longo prazo.

$$\text{Liquidez Geral} = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Total}}$$

- **Relação entre capital de terceiros e capital próprio:** resultado da divisão entre o passivo exigível total e o patrimônio líquido. Assaf Neto (1998) afirma que esse indicador auxilia a análise da composição do capital de uma entidade.

$$\text{Relação capital de terceiros/capital próprio} = \frac{\text{Passivo exigível total}}{\text{Patrimônio líquido}}$$

- **Composição do endividamento:** resultado da divisão entre o passivo exigível total e o passivo circulante. Silva (1999) enfatiza que esse indicador demonstra quanto da dívida total da empresa deverá ser honrada em curto prazo.

$$\text{Composição do endividamento} = \frac{\text{Passivo circulante}}{\text{Passivo exigível total}}$$

- **Imobilização do patrimônio líquido:** resultado da divisão entre o ativo permanente e o patrimônio líquido. Conforme Silva (1999), esse indicador demonstra quanto do patrimônio líquido da empresa está aplicado no ativo permanente.

$$\text{Imobilização do patrimônio líquido} = \frac{\text{Ativo não circulante}}{\text{Patrimônio líquido}}$$

- **Retorno sobre o ativo:** resultado da divisão entre o lucro operacional gerado pelos ativos e o ativo total médio. Essa medida revela o retorno produzido pelo total das aplicações realizadas por uma empresa em seus ativos (ASSAF NETO, 2003).

$$\text{Retorno sobre o ativo (ROA)} = \frac{\text{Lucro gerado pelos ativos (operacional)}}{\text{Ativo total médio}}$$

- **Retorno sobre o patrimônio líquido:** resultado da divisão entre o lucro líquido e o patrimônio líquido médio. Assaf Neto (2003) ressalta que o índice mensura o retorno dos recursos aplicados na entidade por seus proprietários.

$$\text{Retorno sobre o patrimônio líquido (ROE)} = \frac{\text{Lucro líquido}}{\text{Patrimônio líquido médio}}$$

- **Grau de alavancagem financeira:** resultado da divisão entre o retorno sobre o patrimônio líquido e o retorno sobre o ativo. Assim é possível observar a proporção com a qual a empresa utiliza capital de terceiros. Como uma empresa alavancada precisa fazer pagamentos de juros, independentemente de suas vendas, a alavancagem financeira corresponde aos custos fixos de financiamento da empresa (Ross, Westerfield & Jaffe, 2002).

$$\text{Grau de alavancagem financeira} = \frac{\text{Retorno sobre o patrimônio líquido}}{\text{Retorno sobre o ativo}}$$

## 4 Resultados, Análises e Discussões

Em consequência à norma sobre fidelidade de clientes ser obrigatória apenas a partir de 2010, optou-se por dividir essa seção em três partes: a primeira foca a análise da evidenciação de informações voluntárias em 2009; a segunda utiliza as informações de 2010 para verificar qualitativamente a adoção da IFRIC 13; e a terceira analisa quantitativamente o impacto da contabilização segundo os novos padrões.

### 4.1 Análise dos Relatórios Anuais de 2009

Primeiramente foram analisados os relatórios anuais de cada empresa quanto ao impacto inicial da adoção da norma sobre programa de fidelidade de cliente, que se tornou obrigatória a partir de 2010. Conforme observado nos relatórios financeiros de 2009, não houve adoção antecipada por nenhuma das companhias.

Todavia, observou-se que as duas empresas reconheceram em 2009 que a adoção do IFRIC 13 terá um impacto significativo nas demonstrações financeiras, pois a contabilização dos programas de fidelidade de clientes utilizará a mensuração a valor justo, desqualificando, portanto, a utilização do custo incremental,



como vinha sendo realizado. Com relação à aplicação das novas normas de contabilização a TAM relata que:

(...) na contabilização das obrigações oriundas do programa Fidelidade em 31 de dezembro de 2009, os impactos estimados seriam uma redução do patrimônio líquido e do resultado do exercício de aproximadamente R\$ 354.924 e R\$ 81.497, respectivamente.

A companhia GOL segue a mesma linha e atesta que o impacto da adoção da nova normatização sobre fidelidade de clientes, que:

(...) está relacionado ao programa de milhagens Smiles, uma vez que a valorização dos créditos de milhas passará a ser feita pelo valor justo das milhas, e não mais pelo custo incremental. O valor justo das milhas deverá considerar o valor pelo qual os prêmios concedidos poderiam ser vendidos separadamente, sendo esta parcela diferida e reconhecida como receita somente na utilização das milhas e na prestação do serviço. O impacto estimado em função da adoção deste pronunciamento seria de R\$ 43.483 para o exercício findo em 31 de dezembro de 2009.

Portanto nota-se a mudança no padrão de contabilização oriundo da IFRIC 13, que no Brasil foi transladada pelo CPC 30, influenciará as demonstrações contábeis dessa empresa especialmente quanto ao tratamento a valor justo. Nesse aspecto a TAM ofereceu mais informações ao evidenciar o impacto tanto no patrimônio líquido quanto no resultado. A GOL apenas destacou a influência que ocorreria no resultado caso a norma já estivesse em vigência naquele momento.

Quanto à valoração dos créditos-prêmio (milhas aéreas), as duas empresas utilizam o método de custo incremental, sendo que em suas considerações sobre a alteração na normatização sobre o reconhecimento de receitas, as empresas deram maior destaque à mudança da mensuração a valor justo. Como mencionado anteriormente, a norma informa que a contrapartida alocada aos créditos-prêmio deve ser mensurada com base no valor pelo qual os mesmos podem ser vendidos separadamente e, ainda, acrescenta que se o valor justo não for diretamente observável, deve ser estimado.

Nesse ambiente, a GOL entende que o custo incremental “consiste no custo adicional por passageiro embarcado, assumindo-se que os assentos ofertados pelo programa não seriam ocupados por passageiros pagantes”. A TAM afirma que a base de cálculo para provisão para obrigações futuras com o programa de fidelidade é feita utilizando-se a “quantidade de pontos conquistados, descontado da expectativa de pontos não convertidos em bilhetes-prêmio, e valorizado pelo custo incremental do serviço de bordo, combustível, seguro e cartão de embarque”.

Essa análise do relatório anual divulgado previamente ao momento em que as companhias seriam obrigadas a alterar seus padrões possibilitou notar que, apesar de nenhum das empresas ter antecipado a adoção das normas, já podia ser observada a preparação prévia para o momento em que houvesse a obrigatoriedade da contabilização dos programas de fidelidade de acordo com a IFRIC 13. Houve esclarecimentos quanto a nova metodologia a ser aplicada, assim como a divulgação de potenciais impactos.

## 4.2 Análise Qualitativa dos Relatórios Anuais de 2010

Os relatórios anuais de 2010 foram selecionados com o objetivo de analisar as informações pertinentes a partir do momento da obrigatoriedade da adoção de novos padrões. Assim, o primeiro ponto a ser destacado é a contabilização de pontos de milhagem como componente separadamente identificável da transação de venda em que eles são concedidos (venda inicial). Ressalta-se que, segundo a IFRIC 13, esse valor deve ser lançado no passivo como receita diferida, conforme exposto anteriormente.

Nesse contexto, tanto a GOL como a TAM registraram os itens corretamente no passivo, sendo que a GOL utilizou a conta de nome “Programas de milhagem” e a TAM optou por incluir dentro da conta “Receita Diferida” que engloba outros itens, como transportes a executar e ganhos em transações de sale and leaseback.

A principal diferença é que, ao se efetuar o diferimento da receita, esse novo procedimento afetará o resultado quando as milhas forem resgatadas e figurará no passivo da empresa. Anteriormente, com o custo incremental adotado pelas companhias, utilizava-se uma provisão baseada em uma análise das obrigações futuras em se transportar passageiros com a pontuação necessária, que afetava imediatamente o resultado.

O IASB define passivo como uma “obrigação presente da entidade, resultante de eventos passados, cuja liquidação se espera que resulte em um desembolso de recursos pela entidade” (Niyama & Silva, 2009). As milhas oriundas dos programas de fidelidade das companhias aéreas se encaixam na definição de passivo, pois geram uma obrigação no presente decorrente de algo que ocorreu no passado e quando forem realizados acarretará em desembolso ou diferimento de receita.

Como os valores serão levados a resultado apenas quando da utilização das milhas e não mais no momento da venda como era feito anteriormente, espera-se que ocorra um impacto significativo tanto no patrimônio quanto no resultado, o que pode interferir, por exemplo, no cálculo de uma série de indicadores de desempenho que auxiliam o processo de tomada de decisão.

Cabe ressaltar que a interpretação trata a contabilização pela entidade que concede os créditos de prêmio aos seus clientes. Além disso, a norma também faz a diferenciação da contabilização quando é a própria empresa que fornece os prêmios ou quando é um terceiro que o faz.

No primeiro caso, se a própria entidade fornecer os prêmios, ela deve reconhecer a contrapartida alocada aos pontos (milhagem) como receita quando os pontos forem resgatados e ela cumprir suas obrigações de fornecer os prêmios. Ademais, o valor da receita reconhecida é baseado no número de pontos que foram resgatados em troca de prêmios, em relação ao número total que se espera que seja resgatado.

Por sua vez, se um terceiro fornecer os prêmios, a entidade avalia se está cobrando a contrapartida alocada aos pontos por sua própria conta (ou seja, como a contratante em uma transação) ou em nome do terceiro (ou seja, como contratada deste). Para esses dois casos a norma (CPC 30) define que:

- (a) se a entidade estiver cobrando a contrapartida em nome do terceiro:
  - (i) mensura sua receita como o valor líquido retido em conta própria, ou seja, a diferença entre a contrapartida alocada aos créditos de prêmio e o valor a pagar ao terceiro pelo suprimento dos prêmios; e
  - (ii) reconhece esse valor líquido como receita quando o terceiro for obrigado a fornecer os prêmios e tiver direito a receber contrapartida por fazê-lo. Esses eventos podem ocorrer assim que os créditos de prêmio forem concedidos. Alternativamente, se o cliente puder escolher reivindicar os prêmios da entidade ou de terceiro, esses eventos podem ocorrer somente quando o cliente escolher reivindicar os prêmios do terceiro.
- (b) se a entidade estiver cobrando a contrapartida por sua própria conta, ela mensura sua receita como a contrapartida bruta alocada aos créditos de prêmio e reconhece a receita quando cumprir suas obrigações em relação aos prêmios. (grifo nosso)

Quanto a essa diferenciação de contabilização relacionada à forma de se conceder os pontos, as empresas (TAM e GOL) anunciam que utilizam as duas modalidades, pois concedem pontos quando vendem seus produtos e também vendem os pontos ou milhagens para terceiros, como administradoras de cartões de créditos, empresas hoteleiras, etc. Nesse contexto, a TAM, destaca que:

a receita de pontos vendidos para terceiros é reconhecida, inicialmente, como receita diferida e reconhecida no resultado quando os pontos são resgatados por prêmios ou, no caso de pontos que se estima que não serão resgatados são reconhecidos no prazo de validade dos pontos de dois anos.

Outro ponto ressaltado pelas duas empresas é a mensuração ao valor justo. A TAM informa que “a receita decorrente do Multiplus Fidelidade é avaliada pelo seu valor justo no momento inicial, em contrapartida as contas a receber e são reconhecidas ao resultado à medida que os pontos do programa são resgatados”. Ademais, a TAM detalha que:

A receita referente ao programa fidelidade é diferida com base no número de pontos em aberto e a taxa média histórica de pontos não resgatados (breakage) dos últimos 12 meses. O valor justo dos pontos emitidos para participantes quando voam pela TAM ou companhias parceiras é apurado com base na média ponderada do valor dos pontos vendidos a parceiros comerciais e o valor das passagens gratuitas concedidas a passageiros. Adicionalmente, o diferimento da receita depende da estimativa da quantidade de pontos a serem cancelados quando expiram após dois anos da data de emissão.

Semelhante a TAM, a GOL detalha como é feita essa mensuração:

O valor justo dos créditos de milhas, líquido de estimativa de não utilização de milhas (breakage) é determinado pela média ponderada de acordo com (i) o valor médio cobrado por assento pela VRG as companhias aéreas parceiras que participam do programa de fidelidade Smiles dividido pela quantidade de milhas necessárias para emissão de um bilhete com a utilização de milhas e; (ii) o valor médio de venda de milhas para as companhias aéreas que participam do programa de fidelidade Smiles. Esse valor justo é atualizado semestralmente.

As milhas concedidas são valorizadas pelo valor justo descrito anteriormente e as milhas resgatadas são baixadas com base no valor médio ponderado do saldo das milhas que haviam sido diferidas. A parcela da

receita referente à venda de milhas acima do valor justo das milhas é reconhecida como receita de marketing (na rubrica de outras receitas) quando o transporte é executado.

A política da Companhia é cancelar todas as milhas contidas nas contas dos consumidores após 36 meses. O valor associado aos créditos de milhagem que são estimados para que sejam cancelados é reconhecido como receita. A Companhia calcula a estimativa de expiração e não utilização com base em dados históricos. Oportunidades futuras podem alterar significativamente o perfil dos clientes e o padrão histórico. Tais alterações podem resultar em mudanças significativas no saldo de receita diferida, assim como no reconhecimento da receita a partir deste programa.

Por fim, a TAM acrescentou nos relatórios de 2010, que a partir do referido ano, com a criação da empresa Multiplus a empresa passou a ter dois segmentos de atuação: aeroviário e programa de fidelidade.

#### 4.3 Análise Quantitativa da Adoção da IFRIC 13

Essa Seção tem a finalidade de comparar o patrimônio e o resultado das companhias antes e após a adoção da IFRIC 13. A análise abrangerá o ano de 2009, ajustado de acordo com a IFRIC 13, apresentado no relatório anual de 2010. Inicialmente serão apresentadas as informações da companhia TAM (4.3.1) e, em seguida, os dados da empresa GOL (4.3.2).

##### 4.3.1 TAM

No relatório anual de 2010, com vistas a evidenciar as alterações decorrentes das novas normas, a TAM apresentou um tópico intitulado “Conciliação entre BRGAAP antigo e CPCs”. Um ponto retratou especificamente o “Programa Fidelidade – CPC 30 (equivalente ao IFRIC 13)”.

A empresa informa que, para fins dos antigos padrões de contabilidade,

a controlada TAM Linha Aéreas S.A. reconhecia a receita do Programa de Fidelidade com base no conceito de custo incremental. Com a aplicação do Pronunciamento Técnico CPC 30 – Receitas, a TAM passou a mensurar o passivo do Programa pelo conceito de Receita Diferida. Por esse conceito os pontos concedidos no Programa são reconhecidos como um componente separado e identificável da receita, com base no seu valor justo estimado. Esta receita é diferida na controlada na data em que o bilhete é vendido, sendo esta reconhecida no resultado do exercício, líquida dos pontos que considera que não serão resgatados, quando os pontos são resgatados e os passageiros transportados. Considerando essa mudança de prática contábil, a Companhia ajustou o montante de R\$ 354.924, líquido de imposto de renda e contribuição social, em 31 de dezembro de 2009 e R\$ 273.433 em 1º de janeiro de 2009 através de equivalência patrimonial no grupo de investimentos para lucros acumulados. (grifos nossos).

A Tabela 1 apresenta o Balanço Patrimonial com base no padrão antigo, os ajustes segundo a IFRIC 13 e, por fim, os dados ajustados para os períodos de 1º de janeiro de 2009 e de 31 de dezembro de 2009. Cabe esclarecer que a empresa divulgou outros ajustes não pertinentes ao objetivo da presente pesquisa.

Tabela 1 – Balanço Patrimonial com os padrões antigos, os ajustes da IFRIC 13 e o valor após ajustes (valores expressos em milhares de reais – R\$ mil).

TAM	1º de janeiro de 2009			31 de dezembro de 2009		
	Padrão Antigo	Ajustes da IFRIC 13	Ajustado	Padrão Antigo	Ajustes da IFRIC 13	Ajustado
Ativo Circulante	498.421		498.421	683.811		683.811
Ativo não Circulante	574.635	(273.433)	301.202	1.711.627	(354.924)	1.356.703
<b>Ativo Total</b>	<b>1.073.056</b>	<b>(273.433)</b>	<b>799.623</b>	<b>2.395.438</b>	<b>(354.924)</b>	<b>2.040.514</b>
Passivo Circulante	35.190		35.190	428.181		428.181
Passivo não Circulante	500.536		500.536	332.804		332.804
Passivo Total	535.726		535.726	760.985		760.985
Patrimônio Líquido (PL)	537.330	(273.433)	263.897	1.634.453	(354.924)	1.279.529
<b>Passivo Total + PL</b>	<b>1.073.056</b>	<b>(273.433)</b>	<b>799.623</b>	<b>2.395.438</b>	<b>(354.924)</b>	<b>2.040.514</b>

Ao analisar o Balanço de 1º de janeiro de 2009, percebe-se que os ajustes decorrentes da IFRIC 13 provocam uma redução de 25% no ativo e uma redução de 51% no patrimônio líquido. Para os dados ajustados de 31 de dezembro de 2009, nota-se que os ajustes ocasionam uma redução de 21% no ativo e de 22% no patrimônio líquido. Os ajustes apresentaram impactos significativos na estrutura patrimonial da empresa, o que demonstra o efeito da IFRIC 13 na contabilização de programas de fidelidade.

Tabela 2 – Resultados do Exercício com os padrões antigos, os ajustes da IFRIC 13 e o valor após ajustes (valores expressos em milhares de reais – R\$ mil).

TAM	31 de dezembro de 2009		
	Padrão Antigo	Ajustes da IFRIC 13	Ajustado
Lucro Operacional	1.362.875	(95.761)	1.267.114
Lucro antes do IR	1.342.926	(95.761)	1.247.165
Lucro do exercício	1.342.539	(95.761)	1.246.778

A Tabela 2 apresenta os valores presentes na Demonstração do Resultado do Exercício em 2009. Em seguida, com os ajustes da IFRIC 13, há uma diminuição de R\$ 95.761 mil no lucro do período, o que representa uma redução de 7%.

Como já anunciado na Seção 3, foram calculados sete indicadores financeiros para auxiliar a análise do desempenho das empresas, assim como informação adicional relacionada ao impacto da vigência da IFRIC 13. Os índices foram calculados com os dados no padrão antigo e com os ajustes da IFRIC 13 e são apresentados na Tabela 3, com dados referentes a 31 de dezembro de 2009.

Tabela 3 – Indicadores calculados para a TAM com e sem ajustes da IFRIC 13.

TAM	Padrão Antigo	Ajustado	Diferença %
Liquidez geral	3,1478	2,6814	-15%
Relação capital de terceiros/capital próprio	0,4656	0,5947	28%
Composição do endividamento	0,5627	0,5627	0%
Imobilização do patrimônio líquido	1,0472	1,0603	1%
ROA*	0,7859	0,8923	14%
ROE*	1,2363	1,6156	31%
Grau de alavancagem financeira	1,5732	1,8106	15%

\* O Ativo médio e Patrimônio Líquido médio foram calculados com os dados de 1º de janeiro de 2009 e de 31 de dezembro de 2009.

Dos sete indicadores analisados, dois não apresentaram mudanças significativas: Composição do endividamento e Imobilização do patrimônio líquido. Isso decorre da ausência de ajustes no passivo da entidade. Portanto não houve interferência na composição do endividamento. Adicionalmente, não houve alteração considerável na imobilização do patrimônio líquido, pois tanto o ativo não circulante quanto o patrimônio líquido foram ajustados pelo mesmo montante.

Observa-se que houve uma redução de 15% na liquidez geral, o que demonstra que a empresa diminuiu a sua capacidade de saldar seus compromissos no longo prazo. Neste diapasão a relação entre capital de terceiros e capital próprio aumentou significativamente, o que se pode inferir que a composição do capital da empresa está privilegiando obrigações com terceiros.

Além disso, tanto o retorno sobre o ativo quanto o sobre o patrimônio líquido aumentaram, demonstrando dados positivos, pois a companhia passou a apresentar um retorno maior em suas operações em relação aos ativos e, da mesma forma, aumentou o retorno para os seus proprietários. Por fim, como o

indicador do grau de alavancagem financeira é oriundo da razão entre ROE e ROA, também houve um consequente aumento.

#### 4.3.2 GOL

A GOL apresentou no relatório de 2010 uma conciliação entre os antigos padrões de contabilidade e os novos interpostos para o período, entre eles a IFRIC 13. Nesse contexto a companhia apresenta a seguinte nota sobre a conciliação:

A parcela de receita relativa às milhas é diferida, a fim de que o seu reconhecimento no resultado seja somente no momento da utilização das milhas e quando o serviço é prestado. Para fins de IFRS, a receita diferida é registrada ao valor justo com base em uma estimativa do valor médio do preço de venda de todas as milhas que foram diferidas. Enquanto que, nas demonstrações financeiras preparadas conforme as práticas contábeis adotadas no Brasil até 31 de dezembro de 2009, as obrigações eram reconhecidas com base no custo incremental que consistia no custo adicional da prestação de serviços.

Os impactos contábeis deste ajuste no patrimônio líquido de 1º de janeiro e 31 de dezembro de 2009, foram de R\$ (29.663) e R\$ 3.034, respectivamente e de R\$ 32.366 no resultado para o exercício findo em 31 de dezembro de 2009 (grifos nossos).

A Tabela 4 apresenta o Balanço Patrimonial com base no padrão antigo, os ajustes segundo a IFRIC 13 e, por fim, os dados ajustados para os períodos de 1º de janeiro de 2009 e de 31 de dezembro de 2009. Cabe esclarecer que a empresa apresentou outros ajustes, mas para atingir o objetivo do estudo serão considerados apenas os oriundos da IFRIC 13.

Tabela 4 – Balanço Patrimonial com os padrões antigos, os ajustes da IFRIC 13 e o valor após ajustes (valores expressos em milhares de reais – R\$ mil).

Gol	1º de janeiro de 2009			31 de dezembro de 2009		
	Padrão Antigo	Ajustes da IFRIC 13	Ajustado	Padrão Antigo	Ajustes da IFRIC 13	Ajustado
Ativo Circulante	1.652.471		1.652.471	2.406.109		2.406.109
Ativo não Circulante	5.082.183		5.082.183	5.994.801		5.994.801
<b>Ativo Total</b>	<b>6.734.654</b>	<b>-</b>	<b>6.734.654</b>	<b>8.400.910</b>	<b>-</b>	<b>8.400.910</b>
Passivo Circulante	2.502.684	71.644	2.574.328	2.359.099	80.159	2.439.258
Passivo não Circulante	2.897.577	262.626	3.160.203	3.201.406	221.271	3.422.677
Passivo Total	5.400.261	334.270	5.734.531	5.560.505	301.430	5.861.935
Patrimônio Líquido (PL)	1.334.393	(29.663)	1.304.730	2.840.405	3.034	2.843.439
<b>Passivo + PL</b>	<b>6.734.654</b>	<b>304.607</b>	<b>7.039.261</b>	<b>8.400.910</b>	<b>304.464</b>	<b>8.705.374</b>

Diferentemente do observado anteriormente na empresa TAM, na qual os ajustes foram feitos no ativo não circulante e no patrimônio líquido, a GOL efetuou ajustes no passivo circulante, no não circulante e no patrimônio líquido. Os impactos referentes a 31 de dezembro de 2009 (1º de janeiro de 2009) foram os seguintes: no passivo circulante houve um aumento de 3% (3%), no passivo não circulante houve um aumento de 7% (9%) e, por fim, um aumento de 0,11% no patrimônio líquido (redução de 2%). Os impactos na composição patrimonial da Gol, não foram tão expressivos como na TAM.

Tabela 5 – Resultados do Exercício com os padrões antigos, os ajustes da IFRIC 13 e o valor após ajustes (valores expressos em milhares de reais – R\$ mil).

Gol	31 de dezembro de 2009		
	Padrão Antigo	Ajustes da IFRIC 13	Ajustado
<b>Lucro Operacional</b>	380.595	32.697	413.292
<b>Lucro antes do IR</b>	723.439	32.697	756.136
<b>Lucro do exercício</b>	858.466	32.697	891.163

Da mesma forma, a Tabela 5 apresentou o Resultado do Exercício de 2009 com os ajustes da IFRIC 13. Nota-se que houve um aumento de R\$ 32.697 mil no lucro do período, o que representou um acréscimo de 4%.

Como exposto na metodologia do estudo, calcularam-se sete indicadores financeiros que auxiliam a análise do desempenho de uma empresa. Os índices foram computados com base nos dados no padrão antigo e com base nos ajustes da IFRIC 13, conforme a Tabela 6, a seguir. Os dados são referentes a 31 de dezembro de 2009 (sem e com ajuste).

Tabela 6 – Indicadores calculados para a GOL com e sem ajustes da IFRIC 13.

Gol	Padrão Antigo	Ajustado	Diferença %
Liquidez geral	1,5108	1,4331	-5%
Relação capital de terceiros/capital próprio	1,9576	2,0616	5%
Composição do endividamento	0,4243	0,4161	-2%
Imobilização do patrimônio líquido	2,1105	2,1083	0%
ROA*	0,0503	0,0546	9%
ROE*	0,4113	0,4297	4%
Grau de alavancagem financeira	8,1775	7,8676	-4%

\* O Ativo médio e Patrimônio Líquido médio foram calculados com os dados de 1º de janeiro de 2009 e de 31 de dezembro de 2009.

O indicador referente à imobilização do patrimônio líquido, assim como na TAM, não sofreu alteração considerável, pois não houve ajuste no ativo não circulante. O ajuste no patrimônio líquido foi de 0,11%. Ademais, a companhia apresentou uma redução na liquidez geral da empresa, o que demonstra que a empresa reduziu a capacidade de saldar seus compromissos no longo prazo.

Além disso, houve um aumento na relação capital de terceiros/capital próprio, o que indica que a composição do capital da empresa está favorecendo obrigações com terceiros. Ademais, houve uma diminuição na composição do endividamento, pois a empresa passou a ter mais passivos não circulantes em relação aos circulantes.

O retorno sobre o ativo e o retorno sobre o patrimônio líquido apresentaram aumento, porém o acréscimo no ROA foi maior, o que aponta que o retorno de suas operações sobre os ativos foi mais significativo que o retorno para os seus proprietários. Dessa maneira, houve uma redução no grau de alavancagem financeira, já que este índice representa a razão entre o ROE e o ROA.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As pesquisas sobre contabilidade internacional têm sido as mais discutidas entre os acadêmicos em consequência as mudanças que estão ocorrendo nessa ciência. A interpretação IFRIC 13, fruto da convergência dos padrões contábeis, discorre sobre a contabilização dos programas de fidelidade e teve sua aplicação obrigatória a partir de 2010. Isso representa um marco para as empresas com programas de fidelidade, pois anteriormente o Brasil não se norteara por regras claras sobre a o assunto.

As companhias aéreas, que exercem grande influência na economia nacional, já utilizam a vários anos programas que incentivam a premiação de passageiros fiéis, seja com base em tíquetes por eles comprados ou por meio de créditos de outros serviços conveniados (como o realizado com corporações de cartões de créditos), que são transferidos para as empresas de transporte aéreo e convertidos em bônus que os clientes podem utilizar futuramente. Essas transações podem ser objeto de decisões subjetivas, portanto é oportuno estudar os efeitos ocasionados pela adoção da norma no Brasil.

Nesse ambiente, o presente estudo teve como objetivo analisar o impacto no reconhecimento dos programas de fidelidade das companhias aéreas brasileiras em seus relatórios financeiros por meio da adoção IFRIC 13. Utilizou-se como base empresas de transporte aéreo de capital aberto que negociam suas ações na Bolsa de Valores de São Paulo, resultando nas empresas GOL e TAM. Não foi possível realizar uma análise mais abrangente já que as empresas da amostra não disponibilizaram informações adicionais às publicamente disponíveis. De tal modo, essa pesquisa não pode ser metodologicamente classificada como estudo de caso.

Com base na análise dos dados foi possível concluir que o impacto da IFRIC 13 nas demonstrações contábeis do setor de transporte aéreo brasileiro é significativo, pois se alterou a composição patrimonial, o resultado e vários indicadores financeiros das companhias. Contudo, o impacto foi maior na TAM, que apresentou impactos percentuais acima dos visualizados na GOL.

Quanto à contabilização de pontos de milhagem como componente separadamente identificável da transação de venda em que eles são concedidos, até 2009 as empresas analisadas utilizavam a metodologia do custo incremental, que não apresenta dificuldade considerável em sua aplicação. Todavia, atualmente, com a IFRIC 13, os contadores terão um papel mais crítico e ativo tendo em vista a subjetividade inserida pela norma de reconhecimento das receitas, ao se considerar que essa seja mensurada pelo valor justo da contraprestação a receber ou já recebida. Conseqüentemente, o valor da receita dos programas de fidelidade deve ser contabilizado com base no valor justo de sua contraprestação.

Apesar de a interpretação IFRIC 13 destacar a utilização do reconhecimento com base na receita diferida, faz-se necessário destacar que o guia inicialmente publicado pela IATA em 2005, que auxiliava as companhias aéreas em temas críticos relacionados a contabilidade, sugeria a utilização do custo incremental.

A antecipação da aplicação das normas conseqüentes à internacionalização da contabilidade não é obrigatória, mas pode ser adotada. Por fim, observou-se que tal atitude não foi adotada por nenhuma das companhias presentes na amostra.

Como conclusão adicional, destaca-se que a pesquisa elucida que as mudanças nas normas contábeis, em razão da aderência aos padrões internacionais, trarão impactos na representação patrimonial das companhias aéreas. Esses impactos, como os nos indicadores financeiros, influenciam diretamente a relação das empresas com diversos públicos, como investidores, empregados, clientes, governo, etc.

Para trabalhos posteriores sugere-se a utilização de companhias aéreas internacionais com o objetivo de analisar comparativamente e mundialmente o impacto da IFRIC 13 entre os diversos países com companhias aéreas que adotam programas de fidelidade.

## Referências

- Assaf Neto, A. (1998). *Estrutura e análise de balanços: um enfoque econômico-financeiro* (4ª ed.). São Paulo: Atlas.
- Assaf Neto, A. (2003). *Finanças corporativas e valor*. São Paulo: Atlas.
- Beuren, I. M. (2004). Trajetória da construção de um trabalho monográfico em contabilidade. In I. M. Beuren (Ed.), *Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade* (2ª ed.). São Paulo: Atlas.
- Bowman, L. (1995). Going the distance. *Airfinance Journal*, 170, 23-25.
- Chapple, S., Moerman, L., & Rudkin, K. (2008). Customer loyalty programmes: IFRIC13 and the ambiguities of revenue recognition. *Papers*. Retrieved from <http://ro.uow.edu.au/commpapers/493/>
- Comitê de Pronunciamentos Contábeis. (2009). *Pronunciamento Técnico CPC 30 - Receitas*. Retrieved from [http://www.cpc.org.br/mostraAudiencia.php?id\\_audiencia=26](http://www.cpc.org.br/mostraAudiencia.php?id_audiencia=26).
- Ernst&Young. (2009). Customer loyalty programmes: implementation guidance.
- Ernst&Young, & Fipecafi. (2010). *Manual de normas internacionais de contabilidade: IFRS versus normas Brasileiras* (2ª ed.). São Paulo: Atlas.
- Godfrey, J., Hodgson, A., Holmes, S., & Tarca, A. (2006). *Accounting theory*. Austrália: Wiley.

- GOL. (2010a). Demonstrações Financeiras Consolidadas referentes aos Exercícios Findos em 31 de Dezembro de 2009, 2008 e de 2007 e Parecer dos Auditores Independentes. Retrieved from [http://www.mzweb.com.br/gol2009/web/arquivos/Gol\\_DF\\_IFRS\\_4Q09\\_port.pdf](http://www.mzweb.com.br/gol2009/web/arquivos/Gol_DF_IFRS_4Q09_port.pdf)
- GOL. (2010b). Demonstrações Financeiras Individuais e Consolidadas referentes aos Exercícios Findos em 31 de Dezembro de 2010 e de 2009 e Relatório dos Auditores Independentes. Retrieved from [http://www.mzweb.com.br/gol2009/web/arquivos/DF\\_04.04.11\\_small.pdf](http://www.mzweb.com.br/gol2009/web/arquivos/DF_04.04.11_small.pdf)
- IASB. (2007). *IFRIC 13 – Customer Loyalty Programmes*: International Accounting Standards Board.
- IASB. (2009). *IAS 18 – Revenue*: International Accounting Standards Board.
- IATA. (2005). Retrieved from [http://www.iata.org/Whip/Public/frmMain\\_Public.aspx?Wgld=105&FileSortField=Description&FileSortOrder=Desc](http://www.iata.org/Whip/Public/frmMain_Public.aspx?Wgld=105&FileSortField=Description&FileSortOrder=Desc)
- Jin-Woo, P. (2010). The effect of frequent flyer programs: A case study of the Korean airline industry. *Journal of Air Transport Management*, 16(5), 287-288. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jairtraman.2010.02.007>
- Leenheer, J., & Bijmolt, T. H. A. (2008). Witch retailers adopt a loyalty program? An empirical study. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 15, 429-442. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jretconser.2007.11.005>
- Lustosa, P. R. B. (2010). *A (in?)justiça do valor justo: SFAS 157, Irving Fisher e Gecon*. Paper presented at the Congresso Usp de Contabilidade e Controladoria, São Paulo.
- Marconi, M. A., & Lakatos, E. M. (2009). *Técnicas de pesquisa*. São Paulo: Atlas.
- Martin, J. C., Román, C., & Espino, R. (2011). Evaluating frequent flyer programs from the air passengers' perspective. *Journal of Air Transport Management*, 16(6), 364-368.
- Martins, G. A., & Theóphilo, C. R. (2009). *Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas* (2ª ed.). São Paulo: Atlas.
- Moreira, B. (2010). Mercado doméstico de aviação cresce 16,8% em outubro, *O Estado de São Paulo*. Retrieved from [http://economia.estadao.com.br/noticias/not\\_43103.htm](http://economia.estadao.com.br/noticias/not_43103.htm)
- Morrell, P. S. (2007). *Airline finance* (3ª ed.). Londres: Ashgate.
- Niyama, J. K., & Silva, C. A. T. (2009). *Teoria da contabilidade*. São Paulo: Atlas.
- Nsakanda, A., Diaby, M., & Cao, Y. (2011). An aggregate inventory-based model for predicting redemption and liability in loyalty reward programs industry. *Information Systems Frontiers*, 13(5), 707-719. <http://dx.doi.org/10.1007/s10796-010-9247-z>
- Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jaffe, J. F. (2002). *Administração financeira*. São Paulo: Atlas.
- Schroeder, R. G., Clark, M. W., & Cathey, J. M. (2009). *Financial accounting theory and analysis: text and cases*. Estados Unidos: Wiley.
- Shearman, P. (1992). *Air transport: strategic issues in planning and development*. Londres: Pitman.
- Silva, J. P. (1999). *Análise financeira das empresas* (4ª ed.). São Paulo: Atlas.
- Suzuki, Y. (2003). Airline frequent flyer programs: equity and attractiveness. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 39(4), 289-304. [http://dx.doi.org/10.1016/S1366-5545\(03\)00003-6](http://dx.doi.org/10.1016/S1366-5545(03)00003-6)
- Suzuki, Y., & Walter, C. K. (2001). Potential cost savings of frequent flyer miles for business travel. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 37(6), 397-410. [http://dx.doi.org/10.1016/S1366-5545\(00\)00021-1](http://dx.doi.org/10.1016/S1366-5545(00)00021-1)
- TAM. (2010a). Demonstrações financeiras consolidadas em 31 de dezembro de 2009, 2008 e 2007 e parecer dos auditores independentes. Retrieved from <http://tam.riweb.com.br>
- TAM. (2010b). Demonstrações financeiras em 31 de dezembro de 2010 e Relatório dos Auditores Independentes. Retrieved from <http://tam.riweb.com.br>
- Tan, C. W., Tower, G., Hancock, P., & Taplin, R. (2000). Flights of fancy. *Journal of Financial Reporting*, 1(2), 1-10.
- Yalkin, Y. K., & Demir, V. International Financial Reporting Standards (IFRS) and the Development of Financial Reporting Standards in Turkey. *Research in Accounting Regulations*, Vol. 20, 2007.