



Análise das demonstrações contábeis

Nos dias de hoje, independente do tipo de negócio que se gerencie, a informação é o principal combustível que alimenta uma organização, fornecendo dados que podem posicionar a empresa de maneira a obter uma vantagem competitiva diante de um mundo globalizado. Sem a informação correta e, conseqüentemente, sem acesso correto a essas informações, compromete-se a competitividade de uma empresa, tornando-a menos ágil em relação aos concorrentes. Graças aos sistemas eletrônicos, as empresas vêm minimizando tais problemas no que se refere à armazenagem das informações, sendo possível alocar dados de várias maneiras diferentes, desde uma simples entrada de dados no servidor até uma atualização remota, simplificando muito o trabalho de armazenamento.

Mas é justamente nesse ponto que os problemas aparecem, pois existem muitos dados relativos às corporações que são alimentados a todo instante e as vezes não existe nenhum guia orientando como encontrá-los. Neste caso, têm que ser disponibilizadas ferramentas que possam ajudar na realização dessa tarefa, colaborando com a produtividade das empresas.

A época atual precisa de boas técnicas para se analisar os relatórios financeiros, checar as receitas, a margem de lucro e o endividamento, comparar ações da empresa com a média do setor, calcular o fluxo de caixa descontado e o índice de liquidez corrente, etc. Em verdade essa rotina já está virando coisa do passado. Os estudos atuais, lidos nos textos de especialistas em análise das demonstrações financeiras, mostram que nos relatórios anuais de uma empresa o enfoque principal não são os números, mas o texto, em que uma empresa fala de seus planos e de sua estratégia. Os números continuam importantes, é claro. "Eles servem para dar o aval de seriedade à empresa, porque permitem avaliar se os executivos conseguiram cumprir as suas metas." Mas o importante é olhar o futuro. Para os economistas, de um modo geral, os relatórios das empresas brasileiras ainda são muito pouco explicativos. Eles deveriam dizer mais claramente quais são os projetos da empresa e como ela pretende concretizá-los. Uma pesquisa realizada nos Estados Unidos há dois anos mostrou que cerca de 40% das decisões de investimento são baseadas em informações não financeiras, tendendo crescimento nos anos seguintes¹.

¹ Association for Investment Management and Research - AIMIR, entidade que congrega 40.000 profissionais da área de investimentos no mundo.



Muitas empresas já perceberam isso e estão produzindo verdadeiras peças de marketing, adicionando textos curtos, cores fortes e uma abundância de fotos e efeitos visuais às demonstrações financeiras. Em verdade, os pequenos investidores começam a se multiplicar no mercado e para conquistar esse público as empresas precisam de transparência e de relatórios mais palatáveis. O acionista quer um relatório que possa ler em cinco minutos e entender como está o negócio². É evidente que relatórios assim são mais elaborados - uso da voz ativa, frases curtas e títulos claros - mas custam muito caro e representam uma despesa para a empresa, enquanto os demonstrativos elaborados sem nenhuma preocupação de marketing não impactam ao resultado a redução nos dividendos distribuídos a cada ano³.

Concluindo, ressalto que textos explicativos são um grande avanço em relação ao grande número de algarismos e à quantidade de relatórios; todavia, se a saúde financeira de hoje não garante os resultados de amanhã, muito menos garantias há em promessas bem embaladas num texto vendedor, sendo fundamental a avaliação se as pessoas que tocam a empresa serão capazes de mantê-la à frente da competição. No final das contas, o que vale são as pessoas.

² Ana Couto Design e Casa da Criação, empresas especializadas na confecção de relatórios.

³ DOUT4, consultoria paulista especializada em comércio eletrônico e telecomunicações.