

A releitura do termômetro de Kanitz

O objetivo da análise de balanços é municiar seus usuários com informações úteis para o processo decisório, sendo alcançado por meio do cálculo e compreensão de inúmeros indicadores, os quais refletem a real situação econômico-financeira da entidade e permitem, ao mesmo tempo, a identificação de tendências. Entretanto, efetuar a análise com este quantitativo enorme de indicadores é uma tarefa árdua, cansativa e desnecessária. Pensando nisso, muitos estudiosos criaram modelos com capacidade preditiva a partir da combinação estatisticamente ponderada de um número razoável de indicadores, como é o caso dos modelos de Previsão de Insolvência de Altman (1968), Kanitz (1974), Elizabetsky (1976), Matias (1978) e Pereira (1983). Todavia, acredita-se que estes modelos são obsoletos, o que já foi confirmado, inclusive, por alguns de seus próprios autores, seja por meio de declarações formais, ou pela adaptação ou reconstrução dos modelos (KANITZ, 1980; ALTMAN, BAIDYA E DIAS, 1979; KRAUTER, SOUSA & LUPORINI, 2005). Diante desse cenário, o objetivo deste trabalho acadêmico é verificar se é possível efetuar a releitura do termômetro de Kanitz, de forma que seja aplicável a companhias de capital aberto e que tenha um nível de confiança mínimo de 90%. Para tanto, a metodologia utilizada consistiu na coleta de demonstrativos contábeis de uma amostra de 20 empresas, metade solvente e metade insolvente, os quais foram submetidos a cálculos de análise discriminante no programa *Microsoft Office Excel*. O resultado foi a obtenção de um modelo cujo nível de confiança está um pouco acima de 90%.

Anderson Fontinele de Souza

Graduado em Ciências Contábeis pela Universidade de Ensino Superior Dom Bosco (UNDB) e pós-graduando em programa de Especialização em Gestão nas Organizações, com acesso ao Mestrado em Gestão nas Organizações, pelo Centro de Formação, Estudos e Pesquisas (Forum) (PI), atua como consultor e auditor certificado pelo CNAI.

João Conrado de Amorim Carvalho

Mestre em Administração de Empresas pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) – Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, é especialista em Marketing e em Gestão de Empresas pela Escola Superior de Propaganda e Marketing; bacharel em Ciências Contábeis pelo Centro de Ensino Unificado do Maranhão; professor; auditor certificado pelo CNAI; e consultor.