

Financial Signaling and Earnings Forecasts*

Iuliia Brushko[†]

November 2013

CERGE-EI¹

Abstract

This paper examines the extent to which financial signaling affects the analysts' and managers' forecast releases. The findings give evidence of heterogeneity of analysts' forecast errors between firms with strong financial indicators (high signal group), weak financial indicators (low signal group), and those with both positive and negative signals (mixed signal group). The paper further indicates that managers' forecast releases also depend on the type of the firm and that managers may try to use the heterogeneity in analysts' treatment. The findings also suggest that the analysts sometimes fail to adjust for managers' forecast biases and that is why they may be misled by managers' forecasts. This provides evidence of inaccuracy on the part of analysts and potential gaming on information disclosures between analysts and managers.

Keywords: analysts' underreaction, earnings per share, analysts' forecast revisions, managers' forecast practices, earnings announcements

JEL classification: D84, G14, G17, G32, M40

*The work was supported by the grant SVV-2012-265 801 and by the GAUK grant #341211. All errors remaining in this text are the responsibility of the author.

[†]E-mail: ibrushko@cerge-ei.cz

¹Center for Economic Research and Graduate Education - Economic Institute, a joint workplace of the Charles University in Prague and the Academy of Sciences of the Czech Republic. Address: Politických vězňů 7, Prague 1, 110 00, Czech Republic

Abstrakt

Tato práce zkoumá, do jaké míry finanční signalizace ovlivňuje předpovědi analytiků a manažerů. Nálezy svědčí o různorodosti chybovosti prognóz analytiků mezi firmami se silnými finančními ukazateli (skupina s vysokým signálem), firmami se slabými finančními ukazateli (skupina s nízkým signálem), a těmi s pozitivními i negativními signály (skupina se smíšenými signály). Článek dále indikuje, že předpovědi manažerů také závisí na typu podniku a že se manažeři mohou snažit využít heterogenity v chování analytiků. Výsledky také naznačují, že analytici někdy nepřizpůsobí své předpovědi chování manažerů a že toto je důvodem, proč mohou být uvedeni v omyl manažerskými prognózami. To je důkazem nepřesnosti na straně analytiků a případného strategického chování analytiků a manažerů ve zveřejňování informační.