



## A ética profissional e o contador: Um estudo sobre a postura ética no exercício da profissão em escritórios de contabilidade

**Chriselen Riberio da Cunha**

**Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC-MG)**

*chriselen182@hotmail.com*

**Ana Carolina Vasconcelos Colares**

**Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC-MG)**

*carolinacolares@pucminas.br*

### Resumo

O presente trabalho tem como objetivo geral analisar a atuação dos profissionais da contabilidade perante as pressões sofridas pelos seus clientes e superiores para efetuarem lançamentos contábeis que não refletem a realidade das empresas, tendo como parâmetro os profissionais contábeis dos escritórios de contabilidade situados em Belo Horizonte. O estudo é classificado como descritivo quanto aos objetivos, utiliza como procedimentos a pesquisa de campo e aplica uma abordagem qualitativa por meio da aplicação de um questionário em 62 profissionais que prestam serviços para escritórios de contabilidade. Como principais conclusões da pesquisa, observou-se que os clientes de escritórios de contabilidade frequentemente questionam os resultados apresentados, e pelo menos 58% dos profissionais da pesquisa informam que existe pelo menos uma frequência média de solicitação de mudança dos resultados por esses clientes. Mesmo que a maioria das respostas aponte que os profissionais seguem os procedimentos de forma ética, vários profissionais fazem em algum momento algo que seja ilegal dentro do cotidiano de suas atividades profissionais, sendo este fato relatado nas questões propostas, pois ao analisando em certos momentos não condizem com as normas, nota-se que há condutas incoerentes com o CEPC. Portanto, são situações que além de ferir a imagem do profissional contábil, também podem responsabilizar aqueles que contribuem na divulgação de informações não fidedignas, mesmo que tenham sido solicitados pelos clientes. Desta forma, é esperado maior orientação das instituições de ensino superior sobre as boas práticas contábeis e maior fiscalização do exercício da profissão contábil a fim de proporcionar maior valorização da imagem do contador na sociedade.

**Palavras-chave:** Ética profissional. Ética do contador. Código de ética.

### 1 INTRODUÇÃO

Segundo o SEBRAE/MS (s.d) na atualidade, o mercado da profissão contábil vem se expandindo cada vez mais, por se tratar de um trabalho bem específico e detalhista, acarretando na demanda de um grande tempo para realizá-lo, por isso a maioria das empresas têm preferência em contratar escritórios especializados no desenvolvimento destas atividades, sendo assim, a demanda de escritórios de contabilidade vem crescendo a cada dia. Fato este que traz consigo a preocupação em manter seus clientes.

Desta forma, muitas são as estratégias para se manter uma carteira de clientes, no entanto, segundo Monteiro e Chacon (2005), muitas vezes o contador acaba acatando algumas solicitações dos donos ou administradores, ferindo desta forma alguns princípios da profissão.

Atendendo às solicitações feitas por seus clientes, incluindo aquelas que não atendam aos preceitos éticos, provavelmente o profissional será indicado para outros empresários por



agir da maneira que lhe foi solicitado. Deixando de atender a solicitação ele correrá o risco de perder o cliente, pois o mesmo procurará um profissional que acate as suas decisões.

Segundo Moreira (2001, p.21) “a ética é o estudo das avaliações do ser humano em relação às suas condutas ou às dos outros. Essas avaliações são feitas sob a ótica do bem e do mal, de acordo com um critério que geralmente é ditado pela moral”. Sendo assim, adotar uma postura ética e deixar de acatar as solicitações feitas pelos executivos torna-se uma questão problemática. Como manter e administrar seu escritório (pagamento dos funcionários e das despesas com água, luz, aluguel, etc.) depende da renda que se tem e da quantidade de clientes que possui, o profissional se vê em uma situação delicada.

O Contador deve ter em mente que se alguma empresa para qual presta serviço acatar solicitações fora dos padrões contábeis, passarem por uma fiscalização, sua integridade e moral serão afetadas, dessa maneira, sua preocupação em manter seus clientes sofrerá consequências no momento em que o nome do profissional estiver envolvido em questões não éticas, sendo o mesmo responsabilizado por seus atos que ferem as leis e os princípios contábeis.

Existem alguns casos em que os contadores são envolvidos em escândalos contábeis através de fraudes nas demonstrações contábeis. Entende-se como fraude segundo Sá (1982) um erro causado de maneira proposital com o intuito de favorecer alguns, sendo assim, consequentemente outros acabam sendo prejudicados.

Por falta de ética, acatando solicitações, fraudes ocorreram em grandes empresas conhecidas internacionalmente, como exemplo, tem-se as citadas por Silva (2006) a empresa Parmalat em 2002 envolveu-se em um escândalo conhecido como caso Parmalat, a empresa não divulgava regularmente seu balanço. Solicitava recursos regularmente com propósitos falsos, sendo utilizados para suprir necessidades da família, quando descoberta a fraude somava US\$ 17,5 bilhões, outra empresa conhecida internacionalmente que teve seu nome envolvido em fraude foi a empresa norte americana de energia elétrica Enron que em 2001, após ser analisada pelo Congresso americano, apresentou uma dívida de US\$ 22 bilhões, a empresa de telecomunicação Worldcom que na década de 90, para tentar esconder sua dívida de US\$ 41 bilhões, sendo desviado US\$ 4 bilhões através da contabilidade. Sendo assim, as fraudes nessas empresas prejudicaram não apenas o mercado, mas também os *stakeholders*, levando em consideração que a postura não condizente com a ética denegriu a imagem dos envolvidos nos escândalos.

Por isso, os profissionais devem considerar todos os tipos de situação antes de aceitar qualquer forma de manipulação na prestação dos serviços contábeis das empresas que são seus clientes. Desta forma, com base nas discussões levantadas anteriormente, tem-se o seguinte questionamento: **Como os profissionais da contabilidade mantêm-se perante as pressões sofridas pelos seus clientes para manipular os resultados?** Para responder o problema de pesquisa, propõem-se os seguintes objetivos específicos: identificar a existência de pressões dos clientes em cima dos profissionais contábeis dos escritórios de contabilidade a fim de manipular dados contábeis; verificar se os profissionais que atuam em escritórios de contabilidade na região de belo horizonte seguem as normas estabelecidas em seu código de ética; e, constatar se os profissionais contábeis dos escritórios de contabilidade ferem os princípios contábeis a fim de atender exigências de seus clientes.

O estudo do tema em questão torna-se importante para o crescimento que será adquirido levando em conta o desenvolvimento de um estudo científico para analisar as tomadas de decisões perante situações que contestam sua conduta ética, com o intuito de levar conhecimento sobre a atual situação vivenciada pelos profissionais contadores atuantes em escritórios de contabilidade.



## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

Assim como a sociedade, o ambiente de negócios também adota normas e condutas que devem ser adotadas na prática de sua profissão, são como regras que devem ser seguidas diariamente, mantendo desta forma a ordem e o respeito entre colegas de trabalho no exercício de suas atividades cotidianas, sendo assim, existem conceitos que definam tal ética, como o de Nash (2001, p. 6):

Ética dos negócios é o estudo da forma pela qual normas morais pessoais se aplicam as atividades e aos objetivos da empresa comercial. Não se trata de um padrão moral separado, mas do estudo de como o contexto dos negócios cria seus problemas próprios e exclusivos à pessoa moral que atua como um gerente desse sistema.

A ética empresarial não se trata de uma moral que deve ser adotada somente dentro da empresa, e sim de uma junção dos valores pessoais (pessoa ética) do indivíduo em sintonia com as perspectiva e objetivos que são adotados em uma determinada empresa.

Todas as profissões possuem sua filosofia moral, que evidenciam a importância deste tema para cada profissão e para o profissional, afirma Naline (2001), sobre o conceito de ética na profissão. De acordo com Srour (2003, p. 59) “a moral organizacional virou chave para a própria sobrevivência das empresas.”

Nash (2001) ressalta que deve-se atentar a pontos como ganância e desonestidade por parte dos executivos, pois estes fatos levantam questões como administração e moralidade, a ética e os negócios. Mesmo aqueles profissionais que defendem o conceito e a integridade ética, em algumas situações podem agir de forma contraditória, o que varia de acordo com a ‘pessoa ética’, o que acentua a idéia de integridade pessoal como característica individual e essencial para a liderança nos negócios.

Segundo Silva (2006) é importante que se tenha um conjunto de valores considerados fundamentais no exercício da profissão, tais como: não realizar nenhum procedimento desleal com a concorrência; nenhum recurso monetário, instalações ou qualquer recurso da empresa para fins pessoais; não adotar nenhuma prática que crie situações artificiais de mercado; não permitir que funcionários mantenham relações pessoais com fornecedores, com os quais a empresa mantenha negócios; nenhum funcionário independente de seu nível hierárquico pode divulgar informações consideradas relevantes com o intuito de favorecer terceiros ou ser beneficiado de alguma forma; todos os funcionários, incluindo gerentes e diretores são responsáveis pelo cumprimento das normas adotadas pela empresa; funcionários devem manter-se firmes perante desvios de conduta por parte de colegas; todos devem manter sigilo sobre dados e procedimentos realizados dentro do ambiente de trabalho; não realizar atividades de cunho religioso, político, ou filantrópico nas dependências da empresa; tratar de forma educada clientes e fornecedores, instruindo-os se assim for necessário.

Os procedimentos acima citados são considerados por Silva (2006) como valores fundamentais para a saúde da empresa, evitando que informações de clientes, fornecedores e até mesmo funcionários da entidade sejam divulgadas, pois estas informações são consideradas de sigilo profissional e devem ser mantidas dentro do ambiente organizacional, evitando assim ocorrências de fraudes e crimes por parte de administradores e funcionários, que através de condutas não éticas colocam em risco o andamento da empresa.

Assim como vários outros países o Brasil tem demonstrado seu interesse em observar a postura ética adotada pelas empresas perante a sociedade, pois empresas que têm sua integridade reconhecida, consequentemente têm credibilidade no mercado. Segundo Silva Filho, Benedicto, Calil (2010) este é um tema bastante discutido pela sociedade brasileira nos últimos anos. Não importando aos *stakeholders* apenas o desenvolvimento econômico da



empresa, mas além disto tem se levado em consideração a postura ética que estas adotam. As práticas antiéticas são consideradas prejudiciais para a empresa, pois a realização das mesmas coloca em risco sua reputação, criando dúvidas sobre a integridade da companhia.

O profissional contador está ligado diretamente com funcionários da empresa, fornecedores, clientes, sócios, acionistas, concorrentes, sendo assim ele ocupa um cargo de liderança, estando a frente da varias situações que podem levantar questionamentos pela sociedade, por isso de acordo com Lisboa (2010) é importante que o profissional tenha uma personalidade de líder, possuindo características como honestidade, simpatia, honestidade e ousadia. Se tratando de ética é necessário que a empresa adote algumas posturas consideradas importantes, para que não provoque nenhum tipo de dúvida sobre a integridade da mesma.

Com relação ao posicionamento do profissional junto aos seus clientes, Alencastro (2010) faz alguns questionamentos a respeito:

Se o cliente é a razão de ser da empresa, então devemos fazer de tudo para tê-lo conosco? Devemos usar todos os meios possíveis para atingir a finalidade de reter nossos clientes? Decididamente não! Vamos utilizar apenas os meios que sejam aceitáveis sob o ponto de vista moral. Nenhum cliente cria vínculos com uma empresa que tenta ludibriá-lo. O cliente, quando descobre que foi enganado, vira as costas para a organização e, para piorar, ainda faz “propaganda negativa contra ela. O que incomoda tanto, sob o ponto de vista ético, os nossos clientes? (ALENCASTRO, 2010, p. 88).

De acordo com o posicionamento de Alencastro (2010) é possível notar que um cliente insatisfeito torna difícil a conquista de mais clientes, pois a propaganda negativa atrai mais atenção de outros consumidores do que a positiva, fazendo com que mais pessoas tenham conhecimento. Assim sendo, quando se tem uma visão negativa, as pessoas prestam mais atenção, o que prolonga a rejeição. Por isso deve-se passar para o consumidor aquilo que de fato a empresa pode oferecer, caso a postura que se adote perante os clientes seja uma postura não condizente com a empresa, tal fato pode acarretar em consequências futuras na receita da entidade.

Com relação aos funcionários e colaboradores, segundo Lisboa (2010):

Quando se trata de administração de pessoas, a regra do ‘faça o que eu digo, mas não faça o que eu faço’ não deve em nenhuma hipótese, ser aplicada. Aquele que lidera precisa, em todos os sentidos e momentos, apresentar um comportamento exatamente igual aquele que espera de seus liderados. Esse é o principal exemplo de ética que um líder deve ter em mente. (LISBOA, 2010, p. 78)

O posicionamento acima reflete um fato que pode ocorrer no cotidiano, não se deve em nenhum momento realizar atividades que não sejam condizentes com a moral adotada, pois se o líder demonstra que não segue as normas estabelecidas seus subordinados em algum momento poderão achar que em certas circunstâncias também podem agir de maneira incoerente com o estabelecido, tendo como referência a atitude de seu superior, o que pode em um certo período de tempo trazer problemas.

Segundo Moreira (2002) é importante que a empresa esteja atenta a alguns pontos que estão ligados às necessidades imateriais dos funcionários, pois como todo ser humano o trabalhador tem direito a adquirir novas informações sobre aquilo que está relacionado a suas atividades, no intuito de desenvolver suas habilidades profissionais, superar suas dificuldades de forma a se concentrar e desenvolver seu conhecimento sobre algo, para que assim possa ser reconhecido profissionalmente e possua satisfação imaterial com o seu trabalho.





## 2.1 A importância da ética nas empresas

Seguindo a linha de raciocínio ditada por Sá (2001) a conduta ética da sociedade trata-se do esforço intelectual que busca conhecer e conduzir os seres humanos a uma sensação de satisfação, entender as questões a seus redor, analisar as situações cotidianas, buscando conhecer as razões pelos quais as pessoas agem de forma conveniente perante as situações.

Nas empresas a situação é semelhante à da sociedade, por este motivo deve-se adotar uma postura ética no ambiente em que se desenvolver:

O Comportamento ético por parte da empresa é esperado e exigido pela sociedade. Ele é a única forma de obtenção de lucro com respaldo da moral. Esta impõe que a empresa aja com ética em todos os seus relacionamentos, especialmente com cliente, fornecedores, competidores e seu mercado, empregados, governo e público em geral. (MOREIRA, 2002, p.31)

Com relação à conduta moral, Moreira (2002) destaca a importância de se adotá-la sem aceitar qualquer tipo de suborno, tendo em vista que esta prática traz para a empresa uma avaliação de desempenho mais precisa. Para alcançar este objetivo as empresas devem estabelecer regras e praticar a conduta ética por meio de um código de ética, desse modo, todos os membros que compõem a entidade incluindo os administradores devem segui-la. Adotando estas práticas, os acionistas não sofrerão contingências futuras.

Para Lisboa (2010), o código de ética nada mais é do que uma forma de encorajar o sentimento de justiça de seus funcionários, coibindo, atitudes consideradas desapropriadas em um ambiente empresarial. Sendo assim, trata-se da adoção de uma postura comportamental única independente da posição hierárquica que o funcionário ocupa dentro da organização, com o objetivo de tentar minimizar a realização de atividades não condizentes com o objetivo da empresa.

Considerando que o Código de ética deve ser adotado por todos os colaboradores, deve-se destacar a questão do conhecimento de todos e a adoção de todos. Desta forma:

A condição prioritária para se ter um código de ética efetivo é a liderança dentro da organização. Isso não significa, entretanto, que esse conjunto de procedimentos deva ser imposto de cima para baixo, da Administração para o funcionário, mas que os administradores se disponham a segui-lo antes de todos. (LISBOA, 2010, p.59)

Não se trata de impor um código, e sim de expor para todos os funcionários o que a empresa considera como sendo essencial para sua existência, devendo este ser de conhecimento e aceitação de todos os membros inseridos neste grupo organizacional, mas é importante que os administradores mostrem seu interesse em desenvolver tal conduta, pois os demais funcionários terão os mesmos como exemplo para desenvolver tal postura.

## 2.2 A ética na profissão contábil e o Código de Ética do Profissional Contador (CEPC)

O Contador é um profissional que não pode perder seus valores, é o que afirma Sá (2001, p. 131) “a Contabilidade destaca-se por seu papel de proteção à vida da riqueza das células sociais e pela capacidade de produzir informes qualificados sobre o comportamento patrimonial”. Sendo assim, o profissional contábil assume uma responsabilidade significativa no mundo dos negócios, já que sua função é a de apresentar demonstrações financeiras que evidenciem, de maneira fidedigna, a situação econômica das empresas. Caso estas informações estejam incorretas, os seus usuários podem ser prejudicados (bancos, acionistas, fisco, entre outros).



Por este motivo, deve manter a transparência dentro das entidades, demonstrações são divulgadas, auditorias são realizadas, com o intuito de reduzir as desconfianças dos usuários sobre a veracidade dos resultados obtidos.

No contexto da ética contábil, Iudícibus, Martins e Carvalho (2005, p. 14), apontam que “no pano de fundo das pesquisas sobre mercado de capitais, o fato de os agentes econômicos sempre procurarem o melhor para si, em termos econômicos, não deixa muita margem para valores como ética, justiça, distribuição social e outros”, ou seja, cada um está buscando o que é melhor para sua situação econômica, sem ponderar os princípios éticos.

Diante disto, é possível verificar que o contador vive em um dilema ético em sua profissão, pois em seu cotidiano ele deve fazer escolhas a todo tempo. Essas situações críticas constam na esfera de deveres, direitos, justiça, responsabilidade, consciência e vocação, diz Lisboa (2010).

Para o profissional contábil a ética é mais que um conceito, é uma peça fundamental que deve ser levada em consideração em todas as suas atividades, pois conforme Silva (2006), o contador é considerado como responsável solidário, considerado preposto ao seu cliente, sendo assim, é considerado responsável pelos atos e fatos juntamente ao preponente, desta forma, qualquer ato que fere o código de ética do profissional, acarreta consequências graves, consideradas como atos dolosos de acordo com o artigo 1.177 do código civil.

Segundo Alves citado por Alves *et al* (2007), não é apenas para não ser punido que o profissional segue o que está no CEPC, e sim pelo impacto que o não cumprimento causará nas pessoas ao seu redor, mas existem outros fatores que podem interferir em suas atitudes, como nível de escolaridade, idade, tempo de profissão, dentre outras. Sendo estes pontos influenciadores perante tomadas de decisões, consequentemente o profissional pode ser levado ao cumprimento ou descumprimento das normas apontadas pelo CEPC.

O profissional Contador tem um código de ética específico de sua profissão que como observado pelos autores citados anteriormente, tem como objetivo tentar reduzir a prática de atividades que não condizem com a postura que deve ser adotada pelo profissional. Estabelecendo um rumo pelo qual deve ser direcionado suas atividades.

De acordo com o Código de Ética Profissional do Contador (CEPC):

Art 1º “Este Código de Ética Profissional tem por objetivo fixar a forma pela qual se devem conduzir os contabilistas, quando no exercício profissional e nos assuntos relacionados à profissão e à classe”.

O CEPC, assim como os demais códigos de ética serve para guiar as ações morais, possibilita que o profissional esteja de acordo com os princípios éticos aplicáveis à profissão, conhecidos e aceitos pela sociedade. No CEPC, destaca-se a lealdade, responsabilidade, responsabilidade com o exercício de sua profissão e a preservação de sua imagem, enfatiza Lisboa (2010).

O Código de Ética específico para a profissão foi criado para tentar minimizar a ocorrência de situações que não deveriam ocorrer. De acordo com o descrito no texto o profissional deve atender à diversos deveres destacando-se:

- I – exercer a profissão com zelo, diligência, honestidade e capacidade técnica, observada toda a legislação vigente, em especial aos Princípios de Contabilidade e as Normas Brasileiras de Contabilidade, e resguardados os interesses de seus clientes e/ou empregadores, sem prejuízo da dignidade e independência profissionais;
- II – guardar sigilo sobre o que souber em razão do exercício profissional lícito, inclusive no âmbito do serviço público, ressalvados os casos previstos em lei ou



quando solicitado por autoridades competentes, entre estas os Conselhos Regionais de Contabilidade;

III – zelar pela sua competência exclusiva na orientação técnica dos serviços a seu cargo;

IV – comunicar, desde logo, ao cliente ou empregador, em documento reservado, eventual circunstância adversa que possa influir na decisão daquele que lhe formular consulta ou lhe confiar trabalho, estendendo-se a obrigação a sócios e executores; [...]

(CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE, 2010).

Conforme descrito anteriormente, o código de ética traça basicamente como deve ser o comportamento dos profissionais que escolherem esta profissão, sendo claro no que se pode ou não realizar. Se todos os profissionais desempenharem suas atividades conforme descritas acima, o profissional não terá nenhum problema no desempenho de suas atividades.

Por tratar diretamente com *stakeholders* e manusear informações sigilosas que podem colocar em risco a empresa, é necessário que o profissional mantenha uma postura condizente com o Código de Ética, pois se trata de informações sigilosas que precisam ser resguardadas e condizentes com a realidade da empresa, pois caso haja alguma distorção nas informações, pode acarretar consequências para a empresa em questão. O próprio CEPC aborda sobre a questão do sigilo profissional:

XVI – emitir referência que identifique o cliente ou empregador, com quebra de sigilo profissional, em publicação em que haja menção a trabalho que tenha realizado ou orientado, salvo quando autorizado por eles; (CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE, 2010).

Os profissionais devem ponderar cautelosamente sobre estas diretrizes, pois o descumprimento do código não prejudica apenas a imagem e a carreira profissional de quem infringe as normas, mas também a imagem de toda a classe contábil, em maior ou menor grau, dependendo da gravidade da infração. Deve-se levar em consideração a imagem dos clientes que também será afetada no descumprimento das normas, prejudicando assim a imagem da empresa no mercado.

De acordo com o CEPC o descumprimento das normas por ele estabelecidas, dependendo da gravidade pode ocasionar nas seguintes penalidades:

- Advertência reservada – trata-se de um comunicado feito de forma reservada pelo conselho responsável, advertindo o profissional sobre o descumprimento de algo estabelecido no CEPC.
- Censura reservada – trata-se de uma censura feita pelo conselho, advertindo o profissional sobre o descumprimento de alguma norma do CEPC.
- Censura pública – Trata-se de uma punição, dos quais podem sofrê-las apenas as profissões que possuem um órgão regulador, trata-se de uma punição que é divulgada em algum meio de comunicação, onde consta o nome da pessoa que esta sofrendo a censura e o motivo pela qual sofrendo a punição.

As penalidades descritas anteriormente cabem aos profissionais que descumprem o CEPC, mas além delas têm-se as penalidades descritas no Decreto Lei nº 9.295/1946 que sofreu alterações pela Lei nº 12.249/2010, podendo variar de multas até 20 (vinte vezes) o valor da anuidade do exercício, a interrupção do exercício de sua profissão caso seja comprovada a incapacidade para o exercício da mesma (BRASIL, 2010).

Sendo importante o destaque de que as leis e o código citados regem as penalidades cabíveis ao descumprimento das questões éticas ligadas a profissão, caso o profissional infrinja outras leis, caberá à aplicação das penalidades apontadas por essas legislações.



### 3. METODOLOGIA DA PESQUISA

Com relação à classificação da pesquisa quanto aos fins, o trabalho possui características de pesquisa descritiva, pois de acordo com Cervo e Bervian (2004) este tipo de pesquisa consiste em analisar os fatos sem manipulá-los, procurando constatar com que frequência um fenômeno ocorre, sua relação com o meio, suas características e natureza.

Quanto aos meios, a pesquisa é bibliográfica, baseando-se em livros, artigos científicos e periódicos para construção do referencial teórico. Para verificar como o objeto de estudo da presente pesquisa é aplicado no mercado de trabalho, foi utilizada a pesquisa de campo por meio da aplicação de questionário, que para Ruiz (2012, p. 50) “consiste na observação dos fatos tal como ocorrem espontaneamente, na coleta de dados e no registro de variáveis presumivelmente relevantes para ulteriores analíticos”.

A abordagem do problema é qualitativa, pois foi aplicado questionário com funcionários de escritórios contábeis, para que as informações fossem apresentadas por meio de tabelas e gráficos, no intuito de obter algum resultado que aponte a realidade do mercado de trabalho sobre a ética nas práticas contábeis, não utilizando modelos estatísticos para responder o problema de pesquisa. Na presente pesquisa foi utilizado o universo de profissionais que atuam em escritórios de contabilidade, sendo a amostra do estudo representada por 62 profissionais de diferentes gêneros, faixa etária e cargos de atuação dentro dos escritórios de contabilidade em Belo Horizonte-MG.

A coleta de dados “é a fase da pesquisa em que se indaga a realidade e se obtêm dados pela aplicação de técnicas. Em pesquisas de campo, é comum o uso de questionários e entrevistas” (BARROS e LEHFELD, 2007, p. 105). O questionário utilizado no estudo foi desenvolvido para ser aplicado aos funcionários de escritório de contabilidade, sendo composto por 20 questões que abordam o cotidiano dos funcionários e suas práticas contábeis.

A pesquisa foi aplicada virtualmente e elaborada através da ferramenta *Google Docs*, ferramenta do *site Google* que permite a criação de enquetes e entrevistas. A pesquisa ficou disponível para resposta no período entre outubro e novembro de 2013. Para convocar os respondentes foram encaminhados *e-mails* aos profissionais de contabilidade que atuam em escritórios com o *link* para resolução do questionário, através desse método foram obtidas 62 respostas para se chegar aos resultados aqui presentes.

### 4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

O presente capítulo tem como objetivo apresentar os resultados obtidos através da pesquisa elaborada com o intuito de analisar a atuação dos profissionais da contabilidade perante as pressões sofridas pelos seus clientes e superiores para efetuarem lançamentos contábeis que não refletem a realidade das empresas, tendo como parâmetro os profissionais contábeis dos escritórios de contabilidade situados em Belo Horizonte, além de averiguar qual é o nível de interferência que o cliente exerce sobre os resultados obtidos através das atividades contábeis.

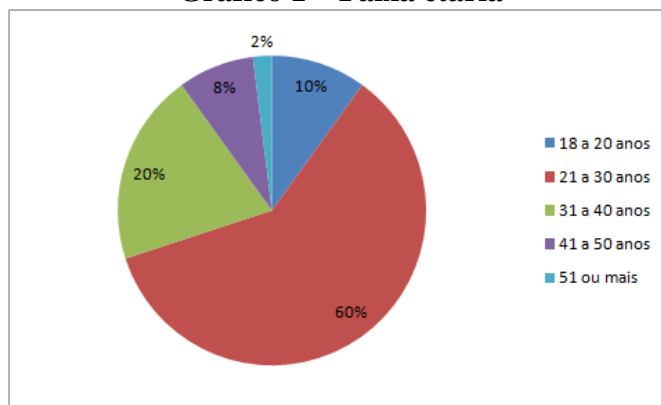
Inicialmente são apresentadas informações sobre o perfil dos respondentes, destacando gênero, faixa etária, nível de formação e experiência na área. Com relação ao gênero dos entrevistados, observou-se que 59% são mulheres. Através do Gráfico 1, é possível observar que a faixa etária que teve participação mais presente nas respostas do questionário foi aquela cuja idade estava entre 21 e 30 anos, totalizando em 60% dos profissionais entrevistados, sendo a segunda maior parcela de pessoas, com faixa etária entre 31 e 40 anos.





Com relação ao nível de formação acadêmica, do total dos entrevistados, 58% ainda estão cursando o ensino superior e 31% já concluíram esse ciclo, além de 6% de técnicos e 5% de pós-graduados, ou seja, a pesquisa foi respondida por pessoas de diversas faixas etárias, gêneros e níveis de formação, sendo assim, o grau de conhecimento é bastante variado.

**Gráfico 1 – Faixa etária**



**Fonte: Dados da pesquisa (2013)**

Sobre o tempo de atuação que os profissionais possuem dentro de escritórios de contabilidade, observaram-se 27% dos respondentes entre 1 e 2 anos de profissão exercida, o mesmo percentual para aqueles que já atuam há mais de 6 anos dentro das empresas contábeis. Observa-se conforme os dados que 61% da amostra tem mais de três anos de experiência, o que permite que os resultados desta pesquisa sejam validados em uma realidade profissional baseada em um tempo considerável de experiência dos respondentes.

Sobre o cargo exercido no escritório, verificou-se que 44% dos respondentes encontram-se alocados no cargo de auxiliar, 34% no cargo de analista, 11% como líderes de equipe, 1% como coordenadores e 10% como diretores. Levando em consideração que 78% dos entrevistados não possuem um cargo hierárquico alto, nota-se que mesmo funcionários com experiência superior a seis anos, se mantêm em cargos de analista ou auxiliar.

Apesar de a maior parte dos entrevistados possuírem o cargo de analista ou auxiliar, acredita-se que seus superiores depositam confiança em seus subordinados para solucionar eventuais questionamentos realizados pelos clientes, tendo em vista que 77% dos respondentes afirmaram que mantêm contato direto com clientes. Dentro desse percentual representado por 48 pessoas, os respondentes informaram de forma mais detalhada sobre essa relação com os clientes indicando que mesmo que tenham esse contato, para 48% deles isso vai depender do grau de informação que está sendo abordado, enquanto que os demais (25 profissionais) mantêm contato em quaisquer situações, como responder os eventuais questionamentos e esclarecer dúvidas sobre a escrituração (valores dos impostos, receita, lucro ou prejuízo, etc).

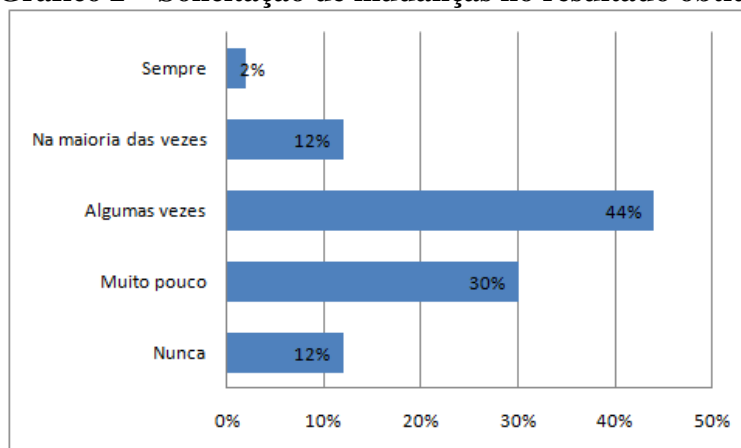
Ao perguntar se existem clientes no escritório onde atuam que questionam os resultados apurados no mês/exercício (valor dos impostos, receita, lucro ou prejuízo), observou-se que os clientes frequentemente questionam os resultados apresentados, sendo isso observado na opinião de 82% dos respondentes.

Os clientes de um escritório de contabilidade, muitas das vezes, como apontado no Gráfico 2, solicitam mudanças no resultado apresentado pela contabilidade, escriturada de acordo com a documentação encaminhada para a mesma. Isso ocorre muitas vezes no sentido de adquirir um resultado vantajoso para sua empresa, sem se preocupar em observar se é legal



ou não o procedimento. Isso ocorre, por falta de conhecimento dos clientes acerca das demonstrações contábeis, cabendo ao contador analisá-las, para não ferir o código de ética e as leis vigentes.

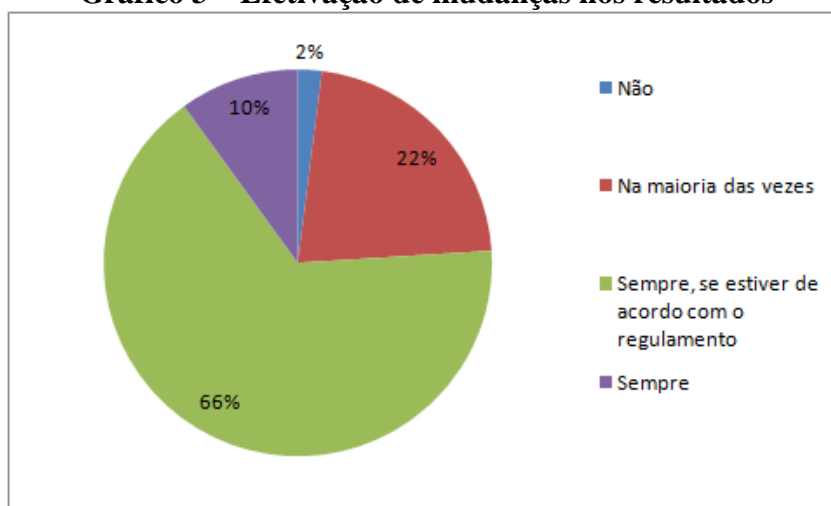
**Gráfico 2 – Solicitação de mudanças no resultado obtido**



Fonte: Dados da pesquisa (2013)

Outro momento relevante da pesquisa foi o questionamento a respeito de quando as mudanças solicitadas pelos clientes são atendidas pelos contadores colaboradores da pesquisa (Gráfico 3). Com o levantamento dos dados é possível concluir que 66% dos profissionais realizam pesquisas para verificar se o que está sendo solicitado é viável de ser realizado conforme os princípios éticos da profissão. Por outro lado, constatou-se ainda que 32% dos profissionais indicam que sempre ou na maioria das vezes, efetivam as solicitações de resultados, sem necessariamente observar as normas correspondentes.

**Gráfico 3 – Efetivação de mudanças nos resultados**



Fonte: Dados da pesquisa (2013)

As solicitações dos clientes devem ser analisadas de forma minuciosa e deve-se sempre levar em consideração o zelo profissional conforme observa Alencastro (2010) que afirma que o profissional não deve fazer de tudo para reter um cliente, pois se devem utilizar apenas os meios que sejam aceitáveis sob o ponto de vista moral. Nenhum cliente cria vínculos com uma empresa que tenta ludibriá-lo.



Considerando a partir deste momento toda a amostra estudada de 62 profissionais, ao questioná-los sobre o Código de Ética do Profissional Contador (CEPC), observou-se que 90% afirmaram que o conhece, o que ressalta a sua importância para os profissionais da área. Por outro lado, é preocupante saber que 10% da amostra não conhece o CEPC, indo de encontro com os resultados da questão seguinte que pergunta sobre a importância da sua existência, indicando que, embora 87% acha que seja importante, o restante nem sempre está de acordo com essa questão. Dentre os 13% restantes, observou-se que 57% não leram o CEPC, o que justifica parcialmente o desconhecimento ou a pouca importância do objeto em estudo.

Deve-se levar em consideração que ter lido completamente o CEPC não quer dizer que foi interpretado de maneira correta ou entendido por inteiro ou ainda que aqueles que não efetuaram tal leitura não possuem conhecimento suficiente para aplicar as regras ditadas pelo código de ética no exercício de sua profissão, mesmo sendo raros esses últimos casos, que através da convivência com o mercado de trabalho adquirem essa noção de ser ético.

Tabela 1 – Principais objetivos do CEPC

Objetivos do CEPC	%
Apontar o que deve ou não ser realizado no exercício da profissão.	8,1%
Estabelecer o que é correto e o que não é correto.	3,2%
Fixar como os profissionais devem conduzir suas atividades, mantendo-se de forma homogênea a postura e conduta dos profissionais.	80,6%
Mostrar o que pode ser feito, o que não pode e as consequências do descumprimento das normas.	8,1%

Fonte: Dados da pesquisa (2013)

A Tabela 1 apresenta os principais objetivos do CEPC de acordo com a percepção dos profissionais, sendo eleito como principal objetivo na opinião de 80,6% dos respondentes, fixar como os profissionais devem conduzir suas atividades, mantendo-se de forma homogênea a postura e conduta dos profissionais. A ética na profissão não trata apenas das realizações das atividades cotidianas, de atender ou não as solicitações dos clientes considerando a legislação pertinente. Ela está ligada a todas as ações dos profissionais, pois é necessário que ela incorpore a profissão, para que seja exercida seguindo todas as regulamentações indicadas para o pleno exercício.

As próximas questões estão relacionadas às situações específicas que exemplificam o comportamento do profissional contador perante os costumes morais e éticos. A seguinte situação foi colocada: Durante o horário do almoço conversando com um colega de trabalho, você descobre que ele conhece o gerente de uma empresa que você faz a contabilidade, por curiosidade seu colega pergunta qual o valor do salário do conhecido, qual a sua percepção diante disso?

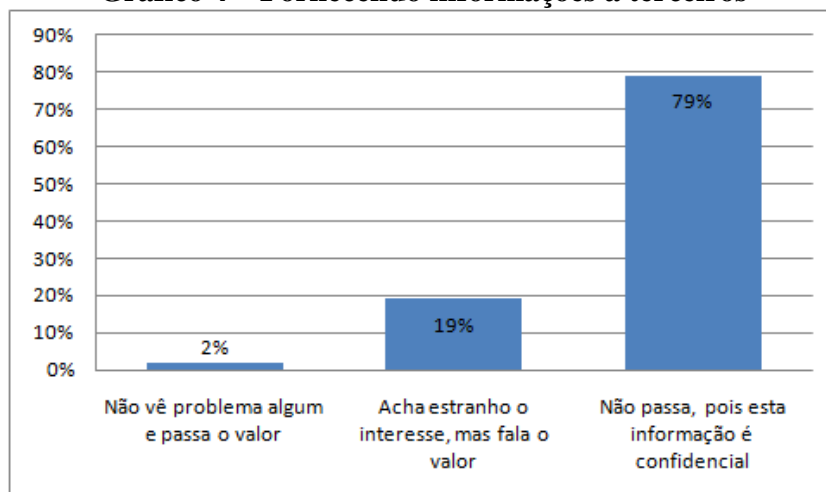
O Gráfico 4 mostra que uma considerável parcela, totalizando em 21%, fornece informações confidenciais das empresas para terceiros, ignorando totalmente a ética que cerca a profissão. De acordo com o CEPC é proibido:

XVI – emitir referência que identifique o cliente ou empregador, com quebra de sigilo profissional, em publicação em que haja menção a trabalho que tenha realizado ou orientado, salvo quando autorizado por eles (CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE, 2010).



Na visão do CEPC, o fornecimento de informações de uma entidade cliente a terceiros fere os princípios éticos e morais da profissão contábil e esse tipo de comportamento deve sempre ser evitado para não desvalorizar a imagem na profissão.

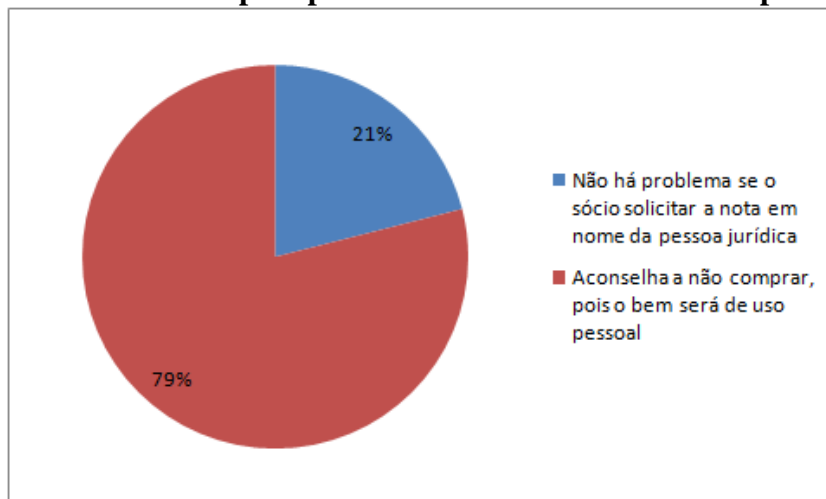
**Gráfico 4 – Fornecendo informações a terceiros**



Fonte: Dados da pesquisa (2013)

A próxima questão abordou a seguinte situação: O sócio da empresa deseja comprar um imobilizado de valor elevado, o crédito em nome da pessoa física não foi aprovado, então ele perguntou ao contador se o mesmo aconselhava comprar em nome da empresa, qual seria a sua opinião sobre isso? O Gráfico 5 aborda os resultados dessa questão.

**Gráfico 5 – Compras pessoais utilizando o nome da empresa**



Fonte: Dados da pesquisa (2013)

De acordo com Marion (2008) a contabilidade possui princípios básicos que regem a contabilidade, um deles é denominado princípio da entidade, que consiste basicamente em os bens da empresa não se confundirem com os bens das pessoas físicas que à ela estão interligados (sócios).

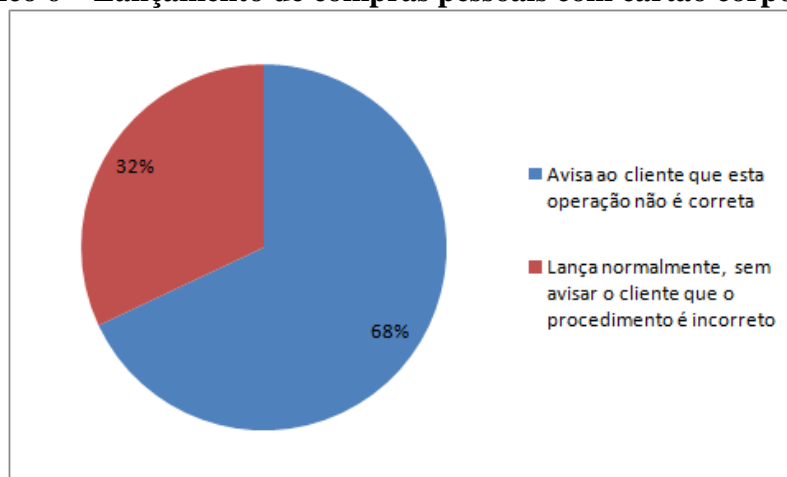
Analisando o questionamento realizado no Gráfico 5, e tendo como base o princípio da entidade descrito anteriormente, essa ação fere o Código de Ética do Profissional Contador





(CEPC), tendo em vista que 21% dos entrevistados afirmam que não veem nenhum problema se o sócio solicitar a nota em nome da pessoa jurídica, confundindo desta forma, o patrimônio do sócio com o da empresa. De acordo com o CEPC, o profissional contador deve exercer a profissão com zelo, diligência, honestidade e capacidade técnica, observados Princípios de Contabilidade e as Normas Brasileiras de Contabilidade (CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE, 2010).

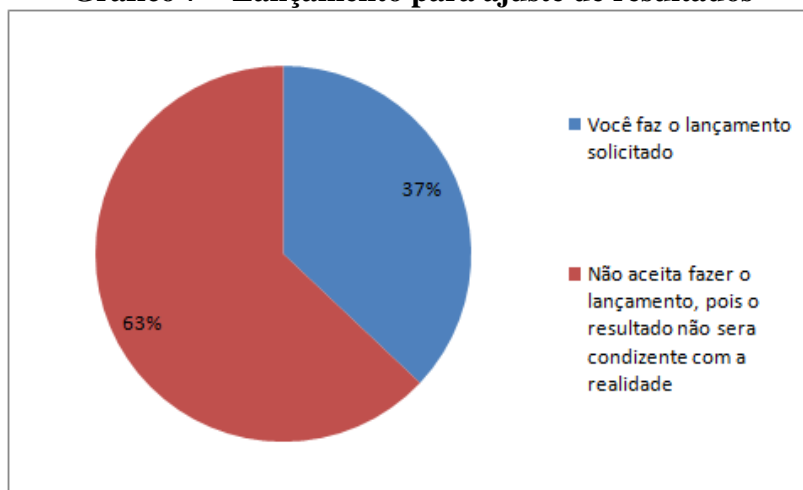
**Gráfico 6 – Lançamento de compras pessoais com cartão corporativo**



Fonte: Dados da pesquisa (2013)

De forma similar com a questão anterior, a questão abordada no Gráfico 6 também envolve uma situação sobre o princípio da entidade. Como é de conhecimentos de todos contadores, os cartões corporativos devem ser utilizados apenas para efetuar compras para a empresa, porém é bastante comum encontrar débitos que pertencem aos sócios em nome das empresas. Como este procedimento é incorreto o cliente deve ser informado pelo contador responsável que este tipo de atividade não é permitido e nesse quesito, a maior parte dos respondentes do questionário se mostrou ética, no entanto, 32% dos entrevistados admitiram que fazem o lançamento normalmente sem avisar o cliente que o procedimento é incorreto, ignorando o risco de alteração do resultado real da empresa. Isso vai de encontro à percepção de Silva (2006) que afirma que não se deve adotar nenhuma prática que crie situações artificiais de mercado, tal como o exemplo abordado nesta questão.

**Gráfico 7 – Lançamento para ajuste de resultados**

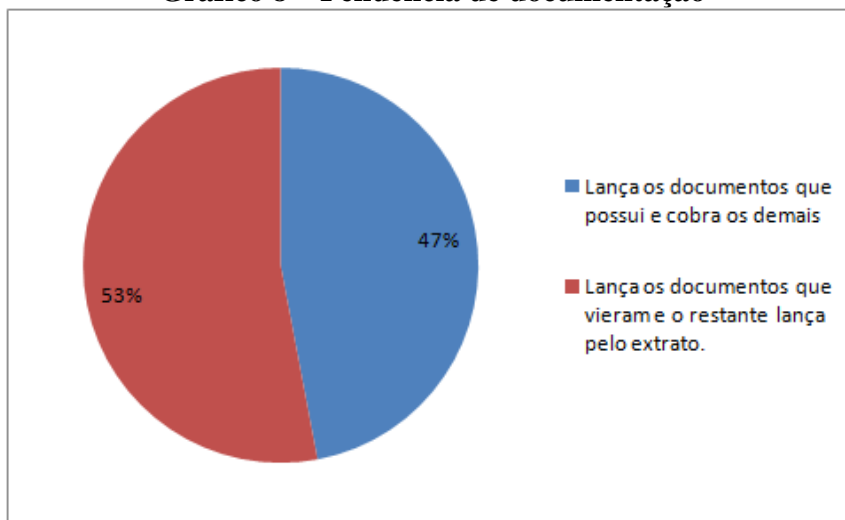


Fonte: Dados da pesquisa (2013)



Diante da problemática proposta: “a empresa está precisando de um empréstimo, porém com o resultado que a empresa tem o empréstimo não será aprovado, por este motivo o sócio solicitou a você que fizesse um lançamento para alterar o resultado, para a aprovação de empréstimo”, observou-se conforme apresentado pelo Gráfico 7 que mesmo com a maioria dos profissionais (63%) afirmem que efetuam os lançamentos da forma correta, 37% dos respondentes declararam que abrem mão da conduta correta para lançar os dados de acordo com os ajustes solicitados pelos clientes, sem verificar se o procedimento é ou não correto de acordo com as normas regulamentadores.

**Gráfico 8 – Pendência de documentação**



Fonte: Dados da pesquisa (2013)

Na questão subsequente diz respeito aos lançamentos realizados sem as devidas documentações comprobatórias, na qual exibe a seguinte situação: O cliente não encaminhou todos os documentos do mês para a contabilização, porém o extrato foi encaminhado. O que você faz? Observou-se que 53% das respostas confirmam que praticam esse ato sem solicitar os documentos pendentes, sendo assim, os números mostram que na amostra utilizada para a realização da pesquisa, a maior parte desfruta do procedimento tido como antiético.

## 5. CONCLUSÃO

A presente pesquisa teve como objetivo analisar a atuação dos profissionais da contabilidade perante as pressões sofridas pelos seus clientes e superiores para efetuarem lançamentos contábeis que não refletem a realidade das empresas, tendo como parâmetro os profissionais contábeis dos escritórios de contabilidade situados em Belo Horizonte.

Como principais conclusões da pesquisa, observou-se que os clientes de escritórios de contabilidade frequentemente questionam os resultados apresentados, e pelo menos 58% dos profissionais da pesquisa informam que existe pelo menos uma frequência média de solicitação de mudança dos resultados por esses clientes.

Sobre as situações colocadas aos respondentes, as quais eram disponibilizadas opções de respostas que iam de encontro a algumas normas e princípios éticos e contábeis, observou-se que a maioria dos profissionais optou por atender às normas e princípios. No entanto, mesmo que fosse uma minoria, foram constatados percentuais significativos de profissionais que não atendem a algumas normas e princípios abordados no instrumento de coleta de dados. Embora o estudo tenha como limitação o tamanho de sua amostra, que por



sua vez não permite que sejam generalizados os resultados aqui encontrados, entende-se que são evidências suficientes para concluir que uma parcela dos profissionais contábeis ignoram as normas de conduta profissionais de contabilidade e fazem de tudo para manter o cliente satisfeito, mesmo que isso implique em práticas de contabilidade inadequadas.

Mesmo que a maioria das respostas aponte que os profissionais seguem os procedimentos de forma ética, vários profissionais fazem em algum momento algo que seja ilegal dentro do cotidiano de suas atividades profissionais, sendo este fato relatado nas questões propostas, pois as analisando em certos momentos não condizem com as normas, nota-se que há condutas incoerentes com o CEPC. Nesse sentido, cabe ressaltar a visão de Silva (2006), que afirma que o contador é considerado como responsável solidário, considerado preposto ao seu cliente, sendo assim, é considerado responsável pelos atos e fatos juntamente ao preponente. Portanto, são situações que além de ferir a imagem do profissional contábil, também podem responsabilizar aqueles que contribuem na divulgação de informações não fidedignas, mesmo que tenham sido solicitados pelos clientes. De acordo com o CEPC, o descumprimento das normas por ele estabelecidas, dependendo da gravidade pode ocasionar nas seguintes penalidades: advertência reservada, censura reservada, censura pública e multas até 20 (vinte vezes) o valor da anuidade do exercício (BRASIL, 2010).

Todavia, é esperada maior orientação das instituições de ensino superior sobre as boas práticas contábeis e maior fiscalização do exercício da profissão contábil a fim de proporcionar maior valorização da imagem do contador na sociedade. Além disso, os resultados desta pesquisa proporcionam uma reflexão aos profissionais dessa classe, bem como o Conselho Profissional de Contabilidade que devem promover ações contínuas sobre a valorização do serviço da contabilidade na sociedade, como, por exemplo, o projeto intitulado '2013: ano da Contabilidade no Brasil'.

Devido à carência de pesquisas a cerca deste assunto e de campanhas que retratam a realidade vivenciada pelos contadores que atuam neste segmento, é necessário que sejam desenvolvidas mais pesquisas a respeito do comportamento dos mesmos, pois para manter uma boa imagem destes profissionais é essencial que se mantenham atualizados a respeito do tema, para que assim, possa tornar o assunto mais conhecido, o que acarretará consequentemente na conscientização dos profissionais sobre a adoção de uma postura mais condizente com a estabelecida.

## REFERÊNCIAS

ALENCASTRO, Mario Sergio Cunha. **Ética empresarial na prática: liderança, gestão e responsabilidade corporativa**. 1 ed. Curitiba: Ibpx, 2010. 179 p.

ALVES, Francisco José dos Santos, LISBOA, Nahor Plácido, WEFORT, Elionor Farah Jreige, ANTUNES, Maria Thereza Pompa. **Um estudo empírico sobre a importância do código de ética profissional para o contabilista**. São Paulo: Revista de Contabilidade Financeira. Junho 2007.

BARROS, Aidil Jesus da Silveira; LEHFELD, Neide Aparecida de Souza. **Fundamentos de metodologia científica**. 3. ed. São Paulo: Pearson/Prentice Hall, 2007. 158 p.

BRASIL. **Decreto Lei 9.295-1946**. Disponível em: [http://www.dji.com.br/decretos\\_leis/1946-009295/1946-009295-27-35.htm](http://www.dji.com.br/decretos_leis/1946-009295/1946-009295-27-35.htm). Rio de Janeiro, 1946.



BRASIL. Lei nº 12.249, de 11 de junho de 2010. Disponível em: <http://www.cfc.org.br/uparq/lei12249.pdf>. Brasília, 2010.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino; SILVA, Roberto da. **Metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2004. 242 p.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. **Resolução CFC nº803/96**. Disponível em: [http://www.crcmg.org.br/arquivos/servicos/codigo\\_de\\_etican.pdf](http://www.crcmg.org.br/arquivos/servicos/codigo_de_etican.pdf). Brasília, 1996.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. **Resolução CFC nº 1.307/10**. Disponível em: [http://www.crcmg.org.br/arquivos/servicos/codigo\\_de\\_etican.pdf](http://www.crcmg.org.br/arquivos/servicos/codigo_de_etican.pdf). Brasília, 2010.

IUDÍCIBUS, Sérgio de, MARTINS, Eliseu, CARVALHO, L. Nelson Contabilidade: aspectos relevantes da epopéia de sua evolução. **Revista Contabilidade e Finanças**. – USP, São Paulo, n. 38, p. 7 – 19, Maio/Ago. 2005.

LISBOA, Lázaro Plácido. **Ética geral e profissional em contabilidade**. 2 ed. São Paulo: Atlas S/A, 2010. 174 p.

MARION, José Carlos. **Contabilidade básica**. 8 ed. São Paulo: Atlas, 2008. 257 p.

MONTEIRO, Teresa Murcia Leite; CHACON, Márcia Josienne Monteiro. **Um caso de ética profissional**: a relação das empresas com o conselho de contabilidade. In: SEACON – Seminário Acadêmico de Contabilidade, 2005.

MOREIRA, Joaquim Manhães. **A ética empresarial no Brasil**. 1 ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002. 246 p.

NALINI, José Renato. **Ética geral e profissional**. 3 ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2001. 360 p.

NASH, Laura L.. **Ética nas empresas**: Guia pratico para soluções de problemas éticos nas empresas. Ed. São Paulo: Markron Books, 2001. 240 p.

RUIZ, João Álvaro. **Metodologia científica**: guia para eficiência nos estudos. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2002. 181p.

SÁ, Antonio Lopes de. **Ética profissional**. 4ed. São Paulo: Atlas S/A, 2001. 254 p.

SEBRAE, **Idéia de Negócios**; Escritório de Contabilidade. Disponível em: <http://www2.ms.sebrae.com.br/uploads/UAI/fichastecnicas/contabilidade.pdf>. Acesso em: 11 jul. 2013.

SILVA, Edson Cordeiro da. **Governança corporativa nas empresas**: guia pratico de orientação para acionistas e conselho de administração: novo modelo de gestão para redução de custos e feração de valor ao negocio. São Paulo: Atlas 2006. 181 p.

SILVA FILHO, Cândido Ferreira da; BENEDICTO, Gideon Carvalho de; CALIL, José Francisco (Org.). **Ética, responsabilidade social e governança corporativa**. Campinas: Alínea, 2010. 218 p.

SROUR, RobertHenry. **Ética Empresarial**: O Ciclo Virtuoso dos Negócios. 3 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.