



CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA – UNICEUB
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADA - FASA
CURSO: CIÊNCIAS CONTÁBEIS
DISCIPLINA: MONOGRAFIA ACADÊMICA
ÁREA: CONTABILIDADE GERENCIAL
PROFESSOR ORIENTADOR: JOÃO AMARAL DE MEDEIROS

**ÉTICA: FATOR DE CREDIBILIDADE E
DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL E SOCIAL**

MÁRCIO RIBEIRO MRAD

Matrícula 2025189-0

Brasília-DF, maio de 2006



CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA – UNICEUB
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADA - FASA
CURSO: CIÊNCIAS CONTÁBEIS
DISCIPLINA: MONOGRAFIA ACADÊMICA

ÉTICA: FATOR DE CREDIBILIDADE E
DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL E SOCIAL

Trabalho apresentado como requisito para conclusão do curso de bacharelado em Ciências Contábeis no Centro Universitário de Brasília - UniCEUB.
Orientador: João Amaral de Medeiros.

Brasília-DF, maio de 2006

MÁRCIO RIBEIRO MRAD

**ÉTICA: FATOR DE CREDIBILIDADE E
DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL E SOCIAL**

Essa monografia foi apresentada como trabalho de conclusão do curso de Ciências Contábeis do Centro Universitário de Brasília, obtendo a menção de _____ atribuída pela banca constituída pelo orientador e membros abaixo.

MEMBROS DA BANCA EXAMINADORA

Professor: (orientador) João Amaral de Medeiros
Departamento de Ciências Contábeis
Nota atribuída

Professor: (convidado)
Departamento de Ciências Contábeis
Nota atribuída

Professor: (convidado)
Departamento de Ciências Contábeis
Nota atribuída

Brasília-DF, Maio de 2006.

Somente a moralidade das nossas ações
pode nos dar a beleza e a dignidade de
viver.

Albert Einstein

“Agradeço a meus pais que me proporcionaram a chance de concluir o curso de Ciências Contábeis.

Ao meu irmão e amigos que nos momentos difíceis sempre estiveram ao meu lado.

Ao professor João Amaral pela forma como esse trabalho foi desenvolvido.

E sobretudo a Deus que fez com que meus caminhos fossem trilhados com sucesso.”

RESUMO

MRAD, Márcio Ribeiro. **Ética como fator de desenvolvimento social e empresarial**. Brasília, 2006. Pág. 40 Monografia. Curso de Ciências Contábeis. Centro Universitário de Brasília – UniCEUB.

Este trabalho discorre sobre ética como fator desenvolvimento social e empresarial, sendo seu objetivo demonstrar a importância da ética no âmbito profissional e empresarial. A questão da ética nos negócios vem se tornando algo essencial para a sobrevivência das empresas no mercado, pois com o avanço da globalização e um mercado cada vez mais competitivo, as organizações se vêem na necessidade de se criar alternativas eficientes para melhorar a performance no mercado. Uma das alternativas mais eficientes é a adoção de princípios éticos nos seus objetivos, pois passa mais confiança aos clientes, trazendo credibilidade maior para a empresa. É muito importante que a empresa invista na parte social, com projetos ambientais e de melhorias sociais. Assim conseguirá ampliar o seu rol de clientes aumentando o faturamento da empresa, e para que essa postura tenha resultado positivo, o funcionário também deverá ser valorizado, deixando clara a importância dele no desenvolvimento da atividade empresarial. Também deverá ter bem claros os objetivos e a missão da empresa, agindo com profissionalismo e sempre respeitando o código de ética da profissão.

Palavras-chave: Ética profissional, ética empresarial, mercado, transparência para clientes.

SUMÁRIO

Assunto	PÁG.
1 INTRODUÇÃO -----	9
2 REVISÃO DA LITERATURA E DISCUSSÃO DOS DADOS-----	11
2.1 Ética profissional contábil -----	12
2.2 Ética empresarial -----	15
2.3 Responsabilidade social das empresas -----	18
2.4 Riscos da Falta de Ética Empresarial -----	22
2.5 Fatores que influenciam na conduta ética -----	24
2.6 Ética e desenvolvimento -----	27
3 CONSIDERAÇÕES FINAIS -----	29
REFERÊNCIAS -----	30
ANEXOS -----	31

1 INTRODUÇÃO

A prática da ética no mercado pode levar as empresas a obter cada vez mais credibilidade de seus parceiros e da sociedade em geral e, com isso, gerar lucros cada vez maiores e mais seguros. Com a utilização da ética, as empresas afastarão os riscos de se verem envolvidas em escândalos capazes de abalar suas reputações ou de se sujeitarem a condenações judiciais cujos valores se agigantam no mundo inteiro.

Empresas que agem com ética e responsabilidade social estão experimentando maiores oportunidades de aumentar seu valor de mercado e atrair também a atenção do mercado.

Neste trabalho constata-se que a ética interfere no desenvolvimento social e empresarial, trazendo mais credibilidade para a empresa através de conceitos, temas para reflexão aplicáveis aos relacionamentos dessas organizações com seus clientes, riscos envolvidos no mercado, responsabilidade social das empresas, entre outros.

A pesquisa foi elaborada com base no tema ética profissional e empresarial, cuja delimitação ficou estabelecida em ética como fator de credibilidade e desenvolvimento empresarial e social.

A falta de ética empresarial pode acarretar diversos problemas para a empresa, visto que esse fato afeta a sua credibilidade junto ao consumidor, o que pode provocar até falência da mesma. Mesmo que em primeiro momento o lucro aumente, a empresa antiética não conseguirá se manter no mercado por muito tempo. Além disso para atingir alguns mercados como o de exportações, elas devem ter, além da qualidade de seus produtos, responsabilidade ambiental e social, e adotar postura ética com seus fornecedores, investidores, terceiros e todos aqueles que auxiliam no desenvolvimento da empresa.

O objetivo geral do trabalho é demonstrar a importância da ética no âmbito

social e empresarial, para essa demonstração foram utilizados os seguintes objetivos específicos, levantar as características essenciais da ética contábil profissional, apresentar a importância da responsabilidade social, identificar os principais riscos da falta de ética nas empresas, analisar e demonstrar como a ética profissional melhora o crescimento da empresa e promove o desenvolvimento social.

É impossível dissociar o saber do compromisso ético. Dois aspectos pilares que sustentam a prática profissional responsável. O profissional contábil, assim como todo profissional sintonizado com seu tempo, tem que investir no conhecimento técnico e ao mesmo tempo zelar por uma conduta ética.

A profissão contábil e a ética precisam estar sintonizadas em harmonia, pois um profissional que não adota a ética como bússola da profissão corre risco de degradação de sua imagem e de sua classe, prejudicando também a empresa que este presta serviço. Eis que foi formulado o questionamento: qual importância da ética para o desenvolvimento das empresas e para a sociedade? Em torno do qual foi desenvolvida a pesquisa.

A metodologia utilizada para a pesquisa foi a bibliográfica, tendo em vista que foram coletadas várias opiniões de autores, para conseguir o resultado.

2 REVISÃO DA LITERATURA E DISCUSSÃO DOS DADOS

Pode-se definir a ética como ramo da filosofia que lida com o que é moralmente bom ou mal, certo ou errado, ou como o princípio de costumes de um indivíduo ou grupo de indivíduos. Em sentido amplo Sá (2004, p. 15), diz que “a ética tem sido entendida como a ciência da conduta humana perante o ser e seus semelhantes”, ou seja, a ética estuda o comportamento do ser humano e suas considerações de valores.

Segundo Srour (1998, p. 271) “a ética avalia os costumes, aceita-os ou reprova-os, diz quais ações sociais são moralmente válidas e quais não são”, já para Moreira (1999, p. 21) “ética é o rol dos conceitos aplicáveis as ações humanas, que fazem delas atitudes compatíveis com a concepção geral do bem e da moral”.

A ética procura estudar todo o comportamento humano mostrando o que é certo ou errado, de acordo com os costumes da população.

O que parece ser uma definição simples e de fácil aplicação, acaba sendo um conceito complexo, pois engloba juízos de valor, os quais não são tão fáceis de serem aplicados, pois a ética estuda o comportamento humano mostrando o que é certo ou errado, mas que varia de país para país, haja visto que o que é certo no Brasil pode não ser na Arábia, porque os costumes da população são diferentes.

A ética das pessoas ou dos grupos não está apenas no que elas fazem costumeiramente, mas também, no que elas pensam que é correto fazer, ou no que se obrigam a fazer.

No plano da reflexão ou das indagações, a ética opera e estuda os costumes da coletividade visando à sabedoria e o conhecimento, sempre se importando com os efeitos que suas atividades produzem nas pessoas.

A ética profissional é elemento importante para a credibilidade do

profissional e da empresa no mercado, pois é impossível se separar o saber do compromisso ético. Esses aspectos são pilares que sustentam a prática profissional responsável. O profissional contábil, assim como todo profissional sintonizado com seu tempo, tem que investir no conhecimento técnico e ao mesmo tempo zelar por uma conduta ética.

2.1 Ética Profissional Contábil

Cada profissão é regida por normas de conduta que conduzem os profissionais de uma classe a exercer suas atividades com honestidade. Ética profissional então seria as normas que regem o relacionamento do profissional com os colegas de profissão e clientes, além da sociedade, pois cada profissional possui responsabilidades individuais e responsabilidades sociais, visto que envolvem pessoas que se beneficiam delas.

A profissão contábil é uma das profissões mais antigas do mundo, e seu mercado vem crescendo cada vez mais, pois toda empresa precisa de um contabilista. Sá (2004, p. 136) define a profissão contábil da seguinte maneira:

A profissão contábil consiste em um trabalho exercido habitualmente nas células sociais, com o objetivo de prestar informações e orientações baseadas na explicação dos fenômenos patrimonial, ensejando o cumprimento de deveres sociais, legais, econômicos, tão como a tomada de decisões administrativas, além de servir de instrumentação histórica da vida da riqueza.

A profissão contábil e a ética precisam estar sintonizadas em perfeita harmonia, pois um profissional que não adota a ética como bússola da sua profissão corre risco de degradação de sua imagem e da imagem de sua classe.

A contabilidade é tida como a ciência que tem por objetivo o registro e análise dos atos e fatos de uma empresa, a fim de demonstrar o patrimônio, suas

variações, o resultado, a eficácia, bem como a economia de uma gestão ou período administrado.

Partindo desse ponto de vista conceitual, o papel do contador se acresce de ética e de outras responsabilidades, inclusive da necessidade de participação social mais integrada ao novo contexto administrativo e gerencial das organizações.

O contador não é somente um operacional de informações, mas também é quem possui as informações para a tomada de decisão, ou seja, ele é o médico da empresa, e tem a seu dispor um dos maiores mercados, pois nenhuma empresa e nenhuma instituição pode dispensar sua assistência constante, aumentando assim suas responsabilidades e deveres.

O profissional contábil, seja ele contador, perito, auditor, sempre trabalha buscando a confiança dos clientes. Por esse motivo, a falta de ética pode acabar com qualquer profissional contábil e ainda prejudicar a classe perante a sociedade. O contabilista deve seguir seu código de ética profissional que segundo Lisboa (1997, p. 61) em resumo diz o seguinte:

- Deve ter responsabilidade, perante a sociedade, de atuar com esmero e qualidade, adotando critério livre e imparcial;
- Lealdade, perante o contratante de seus serviços, guardando sigilo profissional e recusando tarefas que contrariem a moral;
- Responsabilidade para com os deveres da profissão;
- Preservação da imagem profissional, mantendo-se atualizado em relação às novas técnicas de trabalho, adotando, igualmente, as mais altas normas profissionais de conduta.

Entretanto a ética profissional contábil gera algumas questões complicadas, como, um contador deve comunicar inexatidões descobertas em um trabalho de auditoria feito na firma de um cliente, sabendo que poderá perder o emprego se fizer isso? Questões como essa são complexas e fazem com que a postura ética dos profissionais seja testada, diferenciando os verdadeiros profissionais que procuram fazer o trabalho de maneira correta, e aqueles que pensam apenas em manter o emprego, mesmo que para isso tenham que fazer algo que não deveria.

Um contador, para ter sucesso na sua profissão deverá não apenas possuir

o conhecimento técnico da profissão, mas também deverá conduta ética com responsabilidade e lealdade, preservando sua imagem de bom profissional, pois uma fraude ou um erro pode acarretar o fim de um profissional ou de uma empresa, porque os mesmos ficarão sem credibilidade no mercado.

Um exemplo de grandes proporções foi o caso da ENRON, uma grande empresa do ramo de energia elétrica que faliu por causa de fraudes da Arthur Andersen, conforme informações disponíveis no site da folha, acessado em 22 de Abril de 2006.

A Enron, gigante americana do setor de energia, pediu concordata em dezembro de 2001, após ter sido alvo de uma série denúncias de fraudes contábeis e fiscais. Com uma dívida de US\$ 13 bilhões, o grupo arrastou consigo a Arthur Andersen, que fazia a sua auditoria.

Segundo investigadores federais, a Enron criara parcerias com empresas e bancos que permitiram manipular o balanço financeiro e esconder débitos de até US\$ 25 bilhões nos últimos dois anos.

O lucro e os contratos da Enron foram inflados artificialmente. A investigação indicou que ex-executivos, contadores, instituições financeiras e escritórios de advocacia foram responsáveis direta ou indiretamente pelo colapso da empresa.

O governo americano abriu dezenas de investigações criminais contra executivos da Enron e da Andersen. Além disso, pessoas lesadas pela Enron também moveram processos.

O escândalo da ENRON foi um exemplo de que não adianta uma empresa seguir conduta antiética, pois ela tende à falência quando a fraude for descoberta, e nesse caso a Arthur Andersen, que estava entre as maiores empresas de auditoria do mundo, também faliu pois era quem fazia a auditoria da ENRON quando a fraude dos balanços foi descoberta.

No caso da Arthur Andersen, fica claro a importância da ética para o contabilista, pois ele trabalha com a credibilidade que possui diante do mercado, e com a falência da ENRON a credibilidade ficou totalmente abalada, prejudicando ambas empresas.

O contabilista, pelo fato de ter acesso às informações da empresa, pode tentar se beneficiar dessas informações, o que não seria profissionalismo, que segundo Lisboa (1997, p. 111) significa “a maneira íntegra e honesta de exercer uma profissão. E está fundamentalmente ligado à ética, à moral dos bons

costumes”, ou seja, o profissional contábil para ser respeitado deverá seguir o código de ética profissional do contabilista, que em seu artigo segundo diz:

Art. 2º São deveres do contabilista:

I - exercer a profissão com zelo, diligência e honestidade, observada a legislação a vigente 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;

Para o profissional contábil, a falta de ética no exercício da profissão pode gerar inúmeros transtornos inclusive a perda do registro do Conselho Regional de Contabilidade. Portanto, o contador deve obedecer a ética de sua profissão, não aceitando subornos para modificar balanços, sendo independente nas suas demonstrações pois para um bom contador sempre há espaço no mercado, mas para aqueles que não pensam na qualidade, a carreira pode ser curta.

As instituições de ensino têm um papel fundamental na busca pela ética profissional em todas as profissões, mostrando para o futuro profissional exigências do mercado, de modo que o futuro profissional possa estar preparado com conhecimentos e habilidades, e conhecendo as regras de conduta, deveres e obrigações que regem a classe profissional escolhida. Ao completar a formação em nível superior, o novo profissional faz um juramento, que significa sua adesão e comprometimento com a categoria profissional onde formalmente está ingressando.

Apesar do juramento e de todo o trabalho que a instituição faz para que o estudante se torne um profissional responsável, alguns acabam agindo contra esses princípios, e conseqüentemente tendo uma carreira curta.

2.2 Ética Empresarial

A ética empresarial pode ter várias definições. Para Ferrel (2001, p. 7) “a ética empresarial compreende princípios e padrões que orientam o comportamento

no mundo dos negócios”, ou seja, ela avalia a postura que a empresa tem na busca do seu objetivo principal, o lucro.

Enquanto a ética profissional está voltada para as profissões, os profissionais, associações e entidades de classe do setor correspondente, a ética empresarial atinge as empresas e organizações em geral. A empresa necessita desenvolver-se de tal forma que a ética e a conduta ética de seus empregados, bem como os valores e convicções primários da organização se tornem parte de sua cultura.

Com o avanço da globalização e conseqüentemente aumento da concorrência, os líderes empresariais começaram a investir na qualidade ética empresarial, pois esse é um fator que agrega valor à imagem da empresa.

Eis a razão da crescente preocupação, entre os empresários, com a adoção de padrões éticos para suas organizações. Os integrantes dessas organizações serão analisados através do comportamento e das ações por eles praticadas, tendo como base um conjunto de princípios e valores.

A empresa que segue conduta ética obtém diversas vantagens sobre as antiéticas, conseguindo menores custos, pois não precisará fazer pagamentos irregulares em forma de subornos. Tem avaliação mais precisa de sua área operacional, visto que as demonstrações mostram realmente o que a empresa é, têm respeito dos profissionais que para ela trabalham, maior credibilidade no mercado, e o lucro gerado não fica sujeito a contingências futuras.

Além de ter todas essas vantagens, a empresa que trabalha com ética pode exigir essa mesma postura de seus empregados, fornecedores e administradores, uma vez que terá credibilidade para isso, solidificando os laços de parceria empresarial, quer com clientes, quer com fornecedores ou sócios.

Os custos também podem ser muito pesados para empresas despreocupadas com a ética, pois elas enfrentam situações que muitas vezes, em

apenas um dia, destroem uma imagem que demorou anos para ser conquistada, quebra da rotina normal, empregados desmotivados, fraude interna, perda da confiança na reputação da empresa, são alguns exemplos de problemas causados pela falta de ética.

Assim alguns instrumentos foram criados para a melhoria da postura ética da empresa. Segundo Lisboa (1997, p. 63), os mais comuns são:

- Elaboração e distribuição de um código de ética para todos os funcionários da empresa;
- Seminários freqüentes sobre ética;
- Instituição de uma linha direta de comunicação entre a administração e o funcionário;
- Formação de comitês de ética;
- Inclusão do item 'Auditoria Ética' nas rotinas de trabalho de Auditoria Interna;
- Colaboração dos sindicatos e associações de classes para debates e seminários sobre ética.

O código de ética empresarial é um instrumento, que vem sendo utilizado com grande freqüência, visando à realização dos princípios de visão e missão da empresa, e orientando as ações dos colaboradores e explicando a postura social da empresa.

Para que esse código de ética tenha resultado positivo, ele deve ser concebido pela própria empresa e repassado para todos funcionários, desde a alta administração até aos últimos contratados, deve ser de fácil compreensão, e deverão constar assuntos como relações e lealdade com os funcionários, desenvolvimento profissional, respeito entre chefes e subordinados, saúde e segurança, comportamento da empresa nas demissões.

A criação de código de ética empresarial pode trazer inúmeros benefícios para a empresa como o aumento da integração entre os funcionários, o estímulo e o comprometimento, e servem de parâmetro para a solução dos conflitos, protegendo tanto o trabalhador que se apóia na cultura da empresa, refletida nas disposições do código, quanto a empresa, por ocasião da solução de problemas de desvio de conduta de algum colaborador, acionista, fornecedor, ou outros.

2.3 Responsabilidade Social das Empresas

A ética e a responsabilidade social das empresas estão se tornando, cada vez mais, assuntos de muita evidência na literatura especializada em gestão de negócios. Para Ferrel (2001, p. 7), a responsabilidade social das empresas “é a obrigação que a empresa assume com a sociedade”. Essa obrigação poderá ser legal, ou seja, seguindo as normas da sociedade ou apenas ajudando o desenvolvimento da população através de projetos sociais e ambientais.

A empresa deve seguir comportamento ético para obter lucro com respaldo da moral e ser bem vista na sociedade, pois assim passará confiança maior, tanto para o cliente quanto para seus acionistas e fornecedores, nas negociações efetuadas.

A credibilidade de uma instituição é o reflexo da prática efetiva de valores como a integridade, honestidade, transparência, qualidade do produto, eficiência do serviço, respeito ao consumidor, entre outros.

Para atingir alguns, mercados a empresa precisa ser ética e ter responsabilidade social, como no caso da exportação de café do Brasil, que as empresas devem investir também na parte social conforme reportagem disponível no site do globo rural, acessado em 18 de março de 2006 diz o seguinte:

As empresas lá fora querem saber que você tem preocupação com o social, com o ambiental e querem comprar um café de qualidade e, por isso, escolhem empresas que tenha um diferencial, tudo conta ponto na certificação internacional, que não dispensa outra exigência fundamental além do cuidado com a natureza: o respeito às pessoas.

Essas regras internacionais contribuem tanto para os empresários como para os funcionários, para que eles tenham consciência ética e respeito a outras pessoas.

Com o mercado exigindo, além do padrão de qualidade a responsabilidade

social das empresas, estas se vêem na obrigação de se adequar às normas internacionais para não ficar fora do mercado e perder seus clientes, pois os consumidores estão atentando cada vez mais para os investimentos da empresa, e se ela investe em seus funcionários e em projetos sociais.

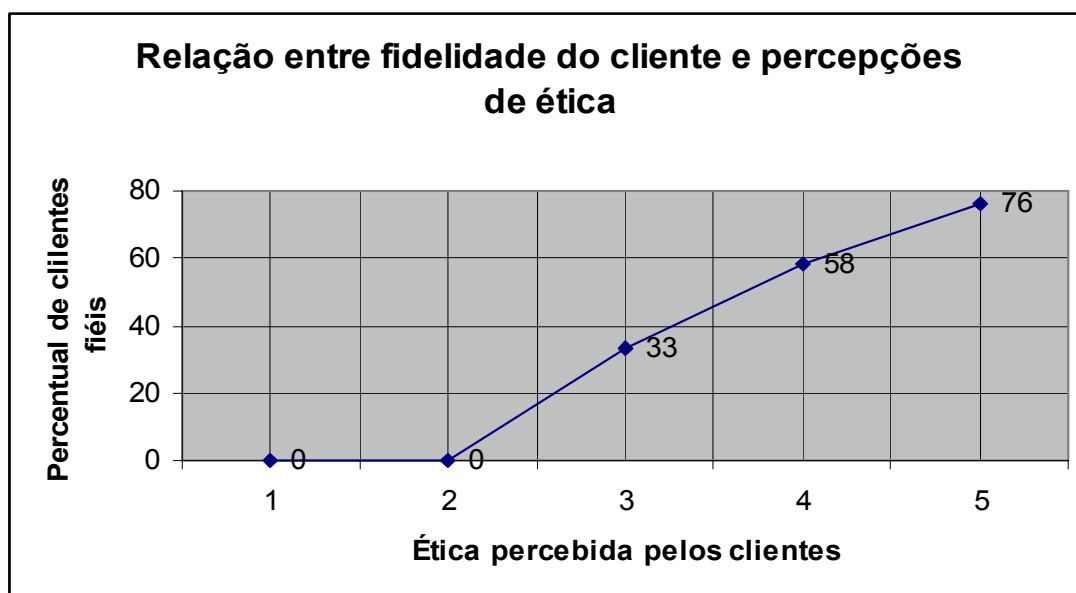
Para que a empresa se enquadre nessas regras, os empresários devem olhá-la por dois ângulos diferentes. De um lado, em termos de projeção de seus valores para o exterior, fala-se em empresa cidadã, no sentido de respeito ao meio ambiente, incentivo ao trabalho voluntário, realização de algum benefício para a comunidade e responsabilidade social. Do outro lado, sob a perspectiva de seu público mais próximo, como executivos, empregados, colaboradores, fornecedores, acionistas, criando um sistema que assegure modo ético de operar, sempre respeitando a filosofia da organização.

Além da conquista de novos mercados, as empresas que obtêm seus lucros por meio de má conduta, costumam ter uma vida curta, haja vista que num primeiro momento a omissão de algum problema no produto pode até aumentar os lucros, mas com o passar do tempo esses problemas acabam sendo descobertos e a credibilidade da empresa fica prejudicada.

Em época onde a concorrência se dá também em busca da fidelidade de clientes, cada vez mais vulneráveis aos apelos dos diversos produtos e marcas que são lançadas diariamente, as empresas descobrem uma forma de tornar seus produtos bem vistos aos olhos dos clientes, obtendo a preferência dos consumidores e usuários, pois os clientes estão dando preferência aos produtos que têm além de qualidade, também prezam pela conduta ética.

O cliente, quando confia na qualidade da empresa, se torna um consumidor fiel desses produtos, conforme Ferrel (2001, p. 220) mostra como a ética influencia na fidelidade do cliente:

Gráfico 1: representa a relação entre fidelidade do cliente e percepções de ética no Estados Unidos.



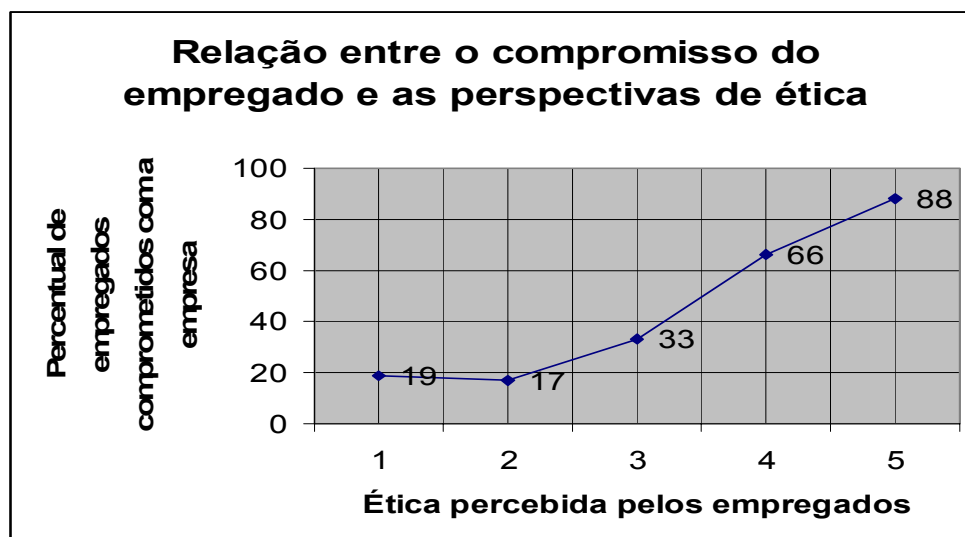
Fonte : Ferrel (2001, p. 220)

A pesquisa feita por Ferrel demonstrada no gráfico 1, mostra a importância da ética na busca por novos clientes fiéis, pois quanto mais clara for a postura ética da empresa, maior lealdade ela vai obter de seus clientes, e com o tempo a quantidade de clientes tende a aumentar.

Pode-se observar, que quando a empresa executa suas atividades baseada na postura ética, a conquista do cliente pode ser mais demorada, visto que um concorrente antiético, pode oferecer um preço ou uma condição melhor a curto prazo, mas não oferece a mesma qualidade no produto, portanto a longo prazo as empresas éticas levam vantagem pois os clientes se tornam fiéis.

Para que a empresa consiga sucesso em suas atividades, ela deverá implantar sua visão, missão e objetivos baseando-se em condutas éticas, assim ela também estará influenciando seus funcionários a trabalharem com tal postura, conforme Ferrel (2001, p. 222) mostra na pesquisa, cujos dados resultantes estão representados no gráfico 2:

Gráfico 2: Relação entre o compromisso do empregado e as perspectivas éticas nos Estados Unidos.



Fonte: Ferrel (2001, p. 222)

O gráfico mostra que quando a empresa adota visão ética nas suas transações, além da fidelidade do cliente, os empregados também passam a trabalhar com mais compromisso com a empresa. Esse compromisso está ligado às condições de trabalho, cumprimento do contrato de trabalho, salário competitivo e todas as garantias estabelecidas na contratação. Com isso o funcionário fica mais motivado a trabalhar e presta um serviço melhor ao consumidor.

Esta estratégia, que consiste em fornecer serviços e produtos éticos, pode se constituir em importante caminho para a empresa se destacar diante da sociedade. As empresas que agem com ética e responsabilidade social, também chamadas empresas cidadãs, estão experimentando maiores oportunidades de aumentar seu valor de mercado, pois atraem mais clientes e conquistam mercados que exigem tal postura.

As empresas estão destinando fatia do orçamento para ações de responsabilidade social, objetivando tornar-se referencial na acirrada disputa pelos consumidores, diferenciando-se de seus concorrentes e rotulando seus produtos com uma dose de filantropia.

Empresas que investem no social obtêm vantagens em competitividade, ao estabelecer diferenciais que objetivam manter boa imagem institucional, ao mesmo tempo em que proporcionam benefícios sociais que assegurem a conquista de novos clientes potenciais.

E isto realmente acaba ocorrendo porque, atraídos pela possibilidade de destinar recursos a entidades filantrópicas com a compra de determinado produto, sem que isto represente custo adicional para seu bolso, a maioria dos consumidores opta por fazê-lo.

Observa-se crescente interesse sobre a responsabilidade social das Empresas, pois se trata do papel que as corporações podem ter na promoção da saúde e segurança de seus funcionários, proteção do meio ambiente, luta contra a corrupção, apoio em casos de desastres naturais e respeito aos direitos humanos nas comunidades em que operam.

Esse interesse em grande parte é devido à importância do comércio internacional e dos investimentos na concepção das prioridades de instituições e de governos nacionais.

Companhias que adquirirem reputação positiva junto aos consumidores, graças a um sólido desempenho social e ambiental, acumulam diversos benefícios. Atraem indivíduos de boa qualificação que buscam companhias com responsabilidade social. Uma vez nelas empregados, tendem a permanecer ao longo de suas carreiras profissionais. Essas empresas formam clientela fiel, têm menor volatilidade no valor de suas ações, reduzem os custos jurídicos e ambientais.

2.4 Riscos da Falta de Ética Empresarial

O risco é algo que está ligado ao futuro, não existe risco passado. Ou seja, só existe risco em decisões futuras, pois nas decisões já tomadas o risco virou

histórico.

As empresas que na busca de seus objetivos utilizam conduta antiética, correm sérios riscos de ficar fora do mercado, haja vista que quando os consumidores descobrirem que o produto não tem qualidade, cessa o consumo desse produto, como no caso de uma concessionária vender veículos que não tem segurança, para obter um lucro maior. Num primeiro momento o consumo até poderá aumentar, mas com a descoberta dessa falha os consumidores não irão continuar consumindo esse produto, e a empresa ainda correrá o risco de sofrer multas altíssimas. Além disso consumidor insatisfeito não consome o produto novamente e ainda faz propaganda negativa, como cita Lisboa (2001, pág 113).

A maioria dos clientes não satisfeitos não reclama. Para cada reclamante, há 26 outros clientes insatisfeitos, sendo que desses, pelo menos seis têm problemas bastante sérios. Os fatos mostram que de 65 a 90% dos clientes que não reclamam não voltam mais a comprar o produto ou serviço que não os satisfazem. Além disso, em geral as empresas não ficam sabendo que perderam o cliente.

Com isso pode-se ter uma noção dos prejuízos causados à empresa, por ocorrência de falhas ou de má conduta dos profissionais da empresa. Um cliente insatisfeito pode causar um prejuízo maior do que o lucro que ele deu à empresa na compra do produto.

Os riscos são ainda maiores nas áreas que trabalham com prestação de serviços, pois essas áreas lidam com a confiança dos clientes em seus serviços, como na contabilidade que um simples balanço modificado para ajudar alguém pode causar o fim da empresa, por exemplo o caso da Arthur Andersen, já citado, que um balanço fraudado da ENRON ao ser descoberto acabou com as duas empresas.

O Banco Santos também é outro exemplo, visto que fraudava seus balanços, mostrando para os investidores que o Banco estava em boas condições, enquanto na verdade estava em processo de falência. Com isso atraiu vários investidores inclusive diversas empresas públicas.

Outro caso de fraude em grandes empresas, foi o que aconteceu com a Parmalat, em que o contador Alessandro Bassi, acabou se suicidando, pois não

resistiu à pressão de ver seu nome divulgado em jornais do mundo todo, responsabilizando-o por ser uma das pessoas que ajudaram a falir a Parmalat, conforme informado no site <http://www.imovelnaweb.com.br/> acessado em 23 de Abril de 2006.

Um Contador da Parmalat se suicidou na Itália. Assessor Contábil da multinacional falida, Alessandro Bassi, 32 anos não estava sendo investigado, mas mesmo assim, não resistiu às pressões da descoberta de um rombo de mais de 14 bilhões de Euros e deu cabo da vida. Segundo o promotor-geral do Tribunal de Contas, Vincenzo Apicella, "a quebra da Parmalat era um desastre anunciado, porque a palavra controle há 20 anos era impronunciável e quem o fazia se arriscava a ser acusado de retrógrado".

Casos como esse servem de exemplo para mostrar como é importante seguir sempre uma conduta ética, pois o retorno a curto prazo pode até ser mais vantajoso mas se for descoberta alguma fraude o prejuízo será muito maior, pois pode acabar com fim de uma empresa, de um profissional ou até com a vida de uma pessoa como no caso da Parmalat.

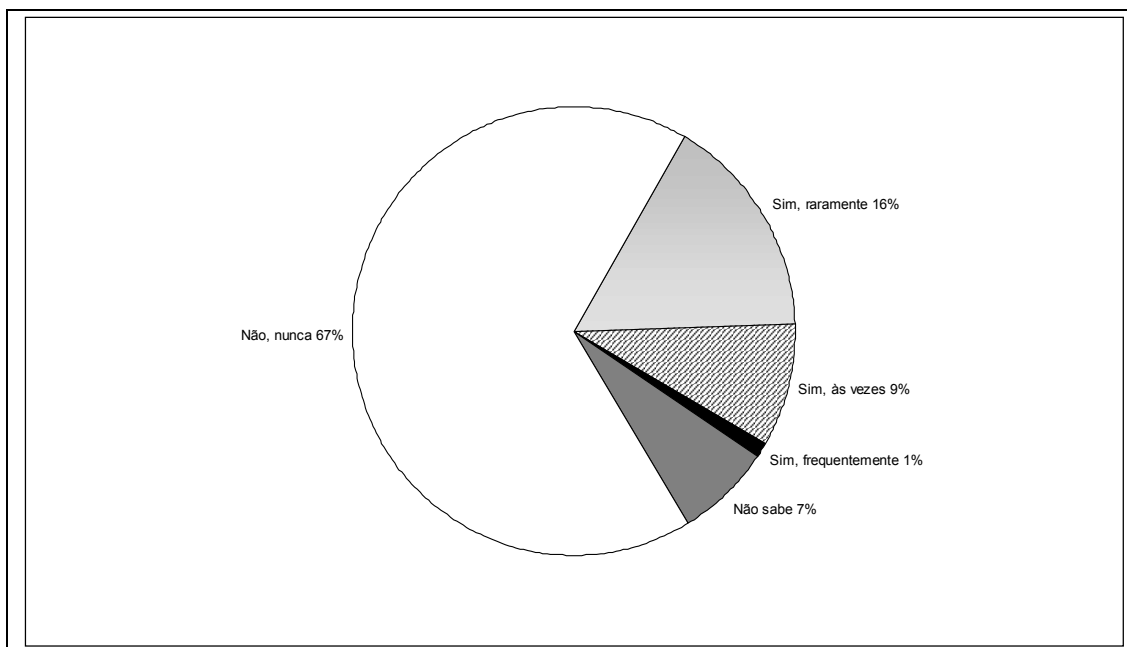
2.5 Fatores que Influenciam na Conduta Ética

Com o aumento da concorrência as empresas estão exigindo cada vez mais de seus funcionários, mas ao pressioná-los, estes podem utilizar de meios antiéticos para obter o resultado esperado afetando a credibilidade da empresa, como aconteceu na empresa Beech-Nut segundo Ferrel (2001, p.29):

Quando os gerentes da Beech-Nut, por exemplo, disseram aos empregados que eles tinham que melhorar a rentabilidade da empresa ou perder o emprego, eles passaram a utilizar o serviço de fornecedores que não vendiam ingredientes 100% naturais. Os rótulos, por conseguinte, não descreviam corretamente os ingredientes do produto. Portanto, a qualidade foi comprometida para atender a metas de lucro a curto prazo e manter o emprego.

Esse fato mostra que empresas ao pressionarem seus funcionários, poderão influenciar negativamente as decisões finais, prejudicando a qualidade de seus produtos e sua credibilidade. Ferrel (2001, p. 28) mostra o quanto as empresas influenciam nas decisões de seus funcionários:

Gráfico 3: Convicções dos empregados de que as empresas que eles trabalham estimulam a conduta antiética.



Fonte: Ferrel (2001, p. 28)

Esse gráfico mostra que 26% dos funcionários afirmam já ter utilizado meios antiéticos para manter o emprego.

Para a empresa evitar essa conduta, os administradores deverão orientar os procedimentos a serem adotados e deixar bem claros os valores, a missão e a visão da empresa, procurando motivar o empregado oferecendo condições melhores do que as outras empresas oferecem.

Para que a empresa melhore a qualidade de seu produto, a fidelidade do consumidor, e aumente a clientela, não basta apenas investir na qualidade do produto, mas também no funcionário, haja vista que quem vai atender aos clientes, prestar serviços ou fabricar produtos são os empregados e se eles não estiverem bem motivados, o atendimento poderá ser precário. Além disso, o funcionário que não está motivado na empresa pode sair a qualquer momento e o rodízio freqüente de funcionários não é bom, pois a empresa gasta muito tempo e dinheiro com o treinamento de novos funcionários.

Existem vários fatores que influenciam a conduta antiética como os valores pessoais, ambição para crescer dentro da empresa, amigos, nenhuma ameaça de punição, conduta dos outros funcionários, pressão do chefe, ou até mesmo em alguns casos os donos das empresas obrigam os funcionários a exercerem sua função com base em conduta antiética, conforme informação do site <<http://www.cosif.com.br>> que diz o seguinte:

Os contadores alegam que são obrigados a fazer a contabilização dos documentos que lhes são apresentados, mesmo que estes possam ser falsos ou falsificados, o que não lhes cabe apurar, sob pena de perderem o emprego e não mais conseguirem emprego em outras empresas, o que é verdade em razão do corporativismo ou máfia formada pelos controladores das empresas e por seus executivos. Principalmente nas grandes empresas os documentos que servem de base aos lançamentos contábeis já vêm rubricados por seus responsáveis diretos e são confeccionados nos departamentos ou seções, longe do contador geral

Esses fatores podem ser minimizados com políticas empresariais mais rígidas, deixando bem claro para os empregados quais são os valores da empresa, a importância da ética na estrutura empresarial e implantar medidas de punição rígidas e incentivar os funcionários a denunciar qualquer desvio de conduta que irá prejudicar a empresa em algum momento

A profissão contábil, por ser uma profissão que lida com a confiança de seus clientes e beneficiários, deve seguir alguns princípios básicos, como:

- Não adulterar ou manipular documentos;
- Não deixar de cumprir os serviços para que foi contratado;
- Não divulgar informações da empresa sem autorização;
- Obedecer os princípios fundamentais de contabilidade;
- Manter uma conduta imparcial nas demonstrações;
- Evitar serviços que não atendam a moral, como trabalhar em empresas com atividades ilícitas, como o tráfico de drogas por exemplo.

A desobediência desses princípios ou das regras estabelecidas pelo código de ética profissional do contabilista implicará em punições que segundo o código de

ética são julgadas de acordo com a gravidade, e podem ser de advertência reservada, de censura reservada ou de censura pública, podendo levar desde multas até a perda do registro do registro profissional, ficando assim impossibilitado de exercer a atividade profissional de contador.

2.6 Ética e Desenvolvimento

A ênfase do modelo econômico está na figura do cliente. A preferência e a fidelidade do mercado consumidor são disputadas diariamente por diversas empresas concorrentes. A ética possui papel importante nesse contexto, contribuindo para que os atos dos indivíduos ou de uma empresa se desenvolvam de maneira vantajosa para toda a sociedade.

Todo o esforço de melhoria ético-qualitativo efetivado por qualquer empresa busca a preferência de determinado segmento de mercado, ou seja, desenvolver seu relacionamento com seus clientes, visando reforçar a fidelidade dos mesmos. Para que isso ocorra, o cliente precisa ter confiança na empresa, e a conduta empresarial é que fará com que o cliente adquira essa confiança.

Para que se obtenha desenvolvimento empresarial favorável é necessário que se tenha política ética não apenas com seus clientes, mas também com fornecedores, empregados, governantes, com a sociedade em geral e também com a concorrência, pois não adianta tratar bem os clientes e não tratar bem os empregados ou não seguir a legislação ou até mesmo ter uma postura antiética com seus concorrentes. Esses fatores influenciam negativamente a imagem da empresa no mercado.

Para que a empresa prossiga com suas atividades sem que tenha problemas no futuro, deve observar o que suas decisões vão causar na sociedade, pois uma decisão tomada erroneamente pode causar a falência da empresa, por exemplo o desmatamento de uma área de reserva ambiental, a empresa sofrerá

multas pesadas e ficará mal vista perante a sociedade.

Antes de qualquer decisão, a empresa deve avaliar os riscos no negócio, observando a legislação vigente, os impactos na sociedade e no meio ambiente, e a relação com os fornecedores, empregados e clientes, para que se possa tomar uma decisão que seja viável e justa.

É do interesse das empresas agir sempre de maneira ética. Todos os melhores funcionários e fornecedores, as melhores fontes de financiamento tenderão a preferir aquelas que costumam tratá-los bem. E os clientes que têm critério, que sabem escolher, dificilmente serão leais a um produto de menor qualidade, ou um serviço que seja pouco eficiente.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A respeito da Ética Empresarial percebe-se o quanto a falta desta prejudica a imagem da empresa e a leva a perder clientes. Acredita-se que bons resultados profissionais e empresariais devem resultar de decisões éticas, e ter padrões éticos pode significar bons negócios a longo prazo.

O empresário que obtém rápido ganho financeiro, tirando vantagens de clientes, fornecedores ou funcionários e até mesmo da sociedade, pode conquistar lucro a curto prazo, mas a confiança que perde dos consumidores ao longo do tempo não será restaurada em suas relações de negócios, pois o cliente desapontado passará a consumir os produtos da concorrência assim que aparecer uma oportunidade, o que poderá ocasionar na falência da empresa.

A pesquisa proporcionou evidenciar que a ética é fator primordial, frente à patente globalização, para o desenvolvimento empresarial e conseqüentemente social.

Assim como as empresas os profissionais contábeis que não possuem a ética como bússola de sua profissão, costumam ter carreira curta, visto que o contabilista trabalha com a confiança dos clientes em seu trabalho, e ao perder essa credibilidade, o fim do profissional é questão de tempo.

Quanto a Responsabilidade Social é importante que a empresa retorne parte de sua remuneração à comunidade, para conquistar diferencial e obter credibilidade e aceitação da sociedade e das diversas partes interessadas dentro do universo empresarial.

A empresa precisa ter seus objetivos, missão e visão, baseados na conduta ética, e os funcionários para obter sucesso na carreira, necessitam ser profissionais éticos, responsáveis, comprometidos com sua organização e com os parceiros do negócio, agindo assim o sucesso virá com o tempo.

REFERÊNCIAS

FERREL, O. C.; FRAEDRICH, John; FERREL, Linda. **Ética empresarial**. 4. ed. Rio de Janeiro: Reichmann & affonso, 2001.

LISBOA, Lásaro Plácido. **Ética geral e profissional em contabilidade**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1997.

MOREIRA, Joaquim Manhães. **A ética empresarial no Brasil**. São Paulo: Pioneira, 2002.

SÁ, Antônio Lopes de. **Ética profissional**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2004.

SOUZA, Willian. **Metacad**. Versão 1.2. www.metacad.cjb.net.

SROUR, Robert Henry. **Poder, cultura, e ética nas organizações**. 7 ed. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

SROUR, Robert Henry. **Ética empresarial**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

BRESSANI, Edgar. A exportação de café no Brasil. Disponível em: <http://globo.ruraltv.globo.com/GRural/0,27062,LTO0-4370-156085,00.html>> Acessado em 18/03/2006.

O caso ENRON. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/sinapse/ult1063u416.shtml>>. Acessado em: 22/04/2006.

BIZARRO, Carlos; COTRIM, Claudete. Suicídio na Parmalat. Disponível em: <<http://www.imovelnaweb.com.br/artigos.php?codart=56>>. Acessado em: 23/04/06.

As grandes empresas e suas fraudes contábeis. Disponível em: <<http://www.cosif.com.br/publica.asp?arquivo=20040122fraudecontabil>>. Acessado em: 28/04/2006.

ANEXOS**CÓDIGO DE ÉTICA PROFISSIONAL DO CONTABILISTA CEPC**

Resolução CFC nº 803/93, de 10/10/1996

O Conselho Federal De Contabilidade, no exercício de suas atribuições legais e regimentais,

Considerando que o Código de Ética do Profissional do Contabilista aprovado em 1970 representou o alcance de uma meta que se tornou marcante no campo do exercício profissional;

Considerando que decorridos 26 (vinte e seis) anos de vigência do Código de Ética Profissional do Contabilista, a intensificação do relacionamento do profissional da Contabilidade com a sociedade e com o próprio grupo profissional exige uma atualização dos conceitos éticos na área da atividade contábil;

Considerando que nos últimos 05 (cinco) anos o Conselho Federal de Contabilidade vem colhendo sugestões dos diversos segmentos da comunidade contábil a fim de aprimorar os princípios de Código de Ética do Contabilista - CEPC;

Considerando que os integrantes da Câmara de Ética do Conselho Federal de Contabilidade após um profundo estudo de todas as sugestões remetidas ao órgão federal, apresentou uma redação final, resolve:

Art. 1º - Fica aprovado o anexo Código de Ética Profissional do Contabilista.

Art. 2º - Fica revogada a Resolução CFC nº 290/70 (DOU, 29/10/70, seção 2, pág. 2937).

Art. 3º - A presente Resolução entra em vigor na data de sua aprovação.

Contador José Maria Martins Mendes

Presidente do Conselho

Ata CFC nº 757

(PUBL. DOU, 20/11/96, SEÇÃO 1, PÁG. 24417)

CÓDIGO DE ÉTICA PROFISSIONAL DO CONTABILISTA

CAPÍTULO I

Do Objetivo

Art. 1º - Este Código de Ética Profissional tem por objetivo fixar a forma pela qual se devem conduzir os contabilistas, quando no exercício profissional.

CAPÍTULO II

Dos Deveres e das Proibições

Art. 2º - São deveres do contabilista:

I. exercer a profissão com zelo, diligência e honestidade, observada a legislação vigente 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 formular salário ou lhe confiar trabalho, estendendo-se a obrigação a sócios e executores;

V. inteirar-se de todas as circunstâncias, antes de emitir opinião sobre qualquer caso;

VI. renunciar às funções que exerce, logo que se positive falta de confiança por parte do cliente ou empregador, a quem deverá notificar com 30 dias de

antecedência, zelando, contudo, para que os interesses dos mesmos não sejam prejudicados, evitando declarações públicas sobre os motivos da renúncia;

VII. se substituído em suas funções, informar ao substituto sobre fatos que devam chegar ao conhecimento desse, a fim de habilitá-lo para o bom desempenho das funções a serem exercidas;

VIII. manifestar, a qualquer tempo, a existência de impedimento para o exercício da profissão;

IX. ser solidário com movimentos de defesa da dignidade profissional seja propugnado por remuneração condigna, seja zelando por condições de trabalho compatíveis com o exercício ético-profissional da Contabilidade e seu aprimoramento técnico.

Art. 3º - No desempenho de suas funções, é vedado ao contabilista:

I. anunciar, em qualquer modalidade ou veículo de comunicação, conteúdo que resulte na diminuição do colega, da Organização Contábil ou da classe, sendo sempre admitida a indicação de títulos, especializações, serviços oferecidos, trabalhos realizados e relação de clientes;

II. assumir, direta ou indiretamente, serviços de qualquer natureza, com prejuízo moral ou desprestígio para a classe;

III. auferir qualquer provento em função do exercício profissional que não decorra exclusivamente de sua prática lícita;

IV. assinar documentos ou peças contábeis elaborados por outrem, alheio a sua orientação, supervisão e fiscalização;

V. exercer a profissão, quando impedido, ou facilitar, por qualquer meio, o seu exercício aos não habilitados ou impedidos;

VI. manter Organização Contábil sob forma não autorizada pela legislação pertinente;

VII. valer-se de agenciador de serviços, mediante participação desse nos honorários a receber;

VIII. concorrer para a realização de ato contrário à legislação ou destinado a fraudá-la ou praticar, no exercício da profissão, ato definido como crime ou contravenção;

IX. solicitar ou receber do cliente ou empregador qualquer vantagem que saiba para aplicação ilícita;

X. prejudicar, culposa ou dolosamente, interesse confiado a sua responsabilidade profissional;

XI. recusar-se a prestar contas de quantias que lhe forem, comprovadamente, confiadas;

XII. reter abusivamente livros, papéis ou documentos, comprovadamente confiados à sua guarda;

XIII. aconselhar o cliente ou empregador contra disposições expressas em lei ou contra os Princípios Fundamentais de Contabilidade editados pelo Conselho Federal de Contabilidade;

XIV. exercer atividade ou ligar o seu nome a empreendimentos com finalidades ilícitas;

XV. revelar negociações confidenciais pelo cliente ou empregador para acordo ou transação que, comprovadamente, tenha tido conhecimento;

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;

XVII. iludir ou tentar iludir a boa-fé do cliente, empregador ou de terceiros, alterando ou deturpando o exato teor de documentos, bem como fornecendo falsas informações ou elaborando peças contábeis idôneas;

XVIII. não cumprir, no prazo estabelecido, determinação dos Conselhos Regionais de Contabilidade, depois de regularmente notificado;

XIX. intitular-se com categoria profissional que não possua, na profissão contábil;

XX. elaborar demonstrações contábeis sem observância dos Princípios Fundamentais de Contabilidade e das Normas Brasileiras de Contabilidade editadas pelo Conselho Federal de Contabilidade;

XXI. renunciar à liberdade profissional, devendo evitar quaisquer restrições ou imposições que possam prejudicar a eficácia e correção de seu trabalho.

Art. 4º - O Contabilista poderá publicar relatório, parecer ou trabalho técnico-profissional, assinado e sob sua responsabilidade.

Art. 5º - O Contador, quando perito, assistente técnico, auditor ou árbitro, deverá:

I. recusar sua indicação quando reconheça não se achar capacitado em face da especialização requerida;

II. abster-se de interpretações tendenciosas sobre a matéria que constitui objeto de perícia, mantendo absoluta independência moral e técnica na elaboração do respectivo laudo;

III. abster-se de expender argumentos ou dar a conhecer sua convicção pessoal sobre os direitos de quaisquer das partes interessadas, ou da justiça da causa em que estiver servindo, mantendo seu laudo no âmbito técnico e limitado aos quesitos propostos;

IV. considerar com imparcialidade o pensamento exposto em laudo submetido a sua apreciação;

V. mencionar obrigatoriamente fatos que conheça e repute em condições de exercer efeito sobre peças contábeis objeto de seu trabalho, respeitando o disposto no inciso II do Art. 2º;

VI. abster-se de dar parecer ou emitir opinião sem estar suficientemente informado e munido de documentos;

VII. assinalar equívocos ou divergências que encontrar no que concerne à aplicação dos Princípios Fundamentais e Normas Brasileiras de Contabilidade editadas pelo Conselho Federal de Contabilidade;

VIII. considerar-se impedido para emitir parecer ou elaborar laudos sobre peças contábeis observando as restrições contidas nas Normas Brasileiras de Contabilidade editadas pelo Conselho Federal de Contabilidade;

IX. atender à Fiscalização dos Conselhos Regionais de Contabilidade e Conselho Federal de Contabilidade no sentido de colocar à disposição desses, sempre que solicitado, papéis de trabalho, relativos e outros documentos que deram origem e orientaram a execução do seu trabalho.

CAPÍTULO III

Do valor dos serviços profissionais

Art. 6º - O Contabilista deve fixar previamente o valor dos serviços, de preferência por contrato escrito, considerando os elementos seguintes:

- I. a relevância, o vulto, a complexidade e a dificuldade do serviço a executar;
- II. o tempo que será consumido para a realização do trabalho;
- III. a possibilidade de ficar impedido da realização de outros serviços;
- IV. o resultado lícito favorável que para o contratante advirá com o serviço prestado;
- V. a peculiaridade de tratar-se de cliente eventual, habitual ou permanente;
- VI. o local em que o serviço será prestado.

Art. 7º - O Contabilista poderá transferir o contrato de serviços a seu cargo a outro Contabilista, com a anuência do cliente, preferencialmente por escrito.

Parágrafo Único - O Contabilista poderá transferir parcialmente a execução dos

serviços a seu cargo a outro Contabilista, mantendo sempre como sua a responsabilidade técnica.

Art. 8º - É vedado ao Contabilista oferecer ou disputar serviços profissionais mediante aviltamento de honorários ou em concorrência desleal.

CAPÍTULO IV

Dos deveres em relação aos colegas e à classe

Art. 9º - A conduta do Contabilista com relação aos colegas deve ser pautada nos princípios de consideração, respeito, apreço e solidariedade, em consonância com os postulados de harmonia da classe.

Parágrafo Único - O espírito de solidariedade, mesmo na condição de empregado, não induz nem justifica a participação ou conivência com erro ou com atos infringentes de normas técnicas ou legais que regem o exercício da profissão.

Art. 10 - O Contabilista deve, em relação aos colegas, observar as seguintes normas de conduta:

I. abster-se de fazer referências prejudiciais ou de qualquer modo desabonadoras;

II. abster-se da aceitação de encargo profissional em substituição a colega que dele tenha desistido para preservar a dignidade ou os interesses da profissão ou da classe, desde que permaneçam as mesmas condições que ditaram o referido procedimento;

III. jamais apropriar-se de trabalho, iniciativas ou de soluções encontradas por colegas, que deles não tenha participado, apresentando-os como próprio;

IV. evitar desentendimentos com o colega que vier a substituir no exercício profissional

Art. 11 - O Contabilista deve, com relação à classe, observar as seguintes normas de conduta:

I. prestar seu concurso moral, intelectual e material, salvo circunstâncias especiais que justifiquem a sua recusa;

II. zelar pelo prestígio da classe, pela dignidade profissional e pelo aperfeiçoamento de suas instituições;

III. aceitar o desempenho de cargo de dirigente nas entidades de classe, admitindo-se a justa recusa;

IV. acatar as resoluções votadas pela classe contábil, inclusive quanto a honorários profissionais;

V. zelar pelo cumprimento deste Código;

VI. não formular juízos depreciativos sobre a classe contábil;

VII. jamais utilizar-se de posição ocupada na direção de entidades de classe em benefício próprio ou para proveito pessoal.

CAPÍTULO V

Das penalidades

Art. 12 - A transgressão de preceito desse Código constitui infração ética, sancionada, segundo a gravidade, com a aplicação de uma das seguintes penalidades:

I. Advertência Reservada;

II. Censura Reservada;

III. Censura Pública;

Parágrafo Único - Na aplicação das sanções éticas são consideradas como atenuantes:

I. falta cometida em defesa de prerrogativa profissional;

II. ausência de punição ética anterior;

III. prestação de relevantes serviços à Contabilidade.

Art. 13 - O julgamento das questões relacionadas à transgressão de preceitos do Código de Ética incumbe, originariamente, aos Conselhos Regionais de Contabilidade, que funcionarão como Tribunais Regionais de Ética, facultado recurso dotado de efeito suspensivo, interposto no prazo de trinta dias para o Conselho Federal de Contabilidade em sua condição de Tribunal Superior de Ética.

Parágrafo Primeiro - O recurso voluntário somente será encaminhado ao Tribunal Superior de Ética se o Tribunal Regional de Ética respectivo mantiver ou reformar parcialmente a decisão.

Parágrafo Segundo - Na hipótese do inciso III, do art. 12, o Tribunal Regional de Ética Profissional deverá recorrer "ex officio" de sua própria decisão (aplicação de pena de Censura Pública).

Parágrafo Terceiro - Quando se tratar de denúncia, O Conselho Regional de Contabilidade comunicará ao denunciante a instauração do processo até trinta dias após esgotado o prazo de defesa.

Art. 14 - O Contabilista poderá requerer desagravo público ao Conselho Regional de Contabilidade, quando atingido, pública e injustamente, no exercício de sua profissão.