



Universidade Norte do Paraná

SISTEMA DE ENSINO PRESENCIAL CONECTADO
CIÊNCIAS CONTÁBEIS

RAFAEL SANTANA MIRANDA

ÉTICA NOS NEGÓCIOS

Manhuaçu
2014

RAFAEL SANTANA MIRANDA

ÉTICA NOS NEGÓCIOS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Universidade Norte do Paraná - UNOPAR, como requisito parcial para a obtenção do título de Graduado em Ciências Contábeis.

Professores: Prof^ª. Elisete A. Z. de Oliveira
Prof^ª. Regiane A. B. Moraes
Prof^ª. Márcia B. de Almeida
Prof^ª. Joenice L. Diniz

Manhuaçu
2014

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	3
2 DESENVOLVIMENTO	4
2.1 Código de Ética do Contador	4
2.2 Caso Schincariol	5
2.2.1 A descoberta das Fraudes.	7
2.3 O Comportamento do contador diante das fraudes efetuadas pela Schincariol....	9
2.4 Penalidades que o contador poderá sofrer por não ter seguido o código de ética.....	10
2.4.1 Crimes de natureza tributária.....	12
2.5 Comportamento organizacional.....	12
2.6 Análise da organização comportamental do caso apresentado	13
2.7 A Situação econômica da organização.	14
CONCLUSÃO.....	16
REFERÊNCIAS.....	18

1 INTRODUÇÃO

O objetivo deste trabalho de pesquisa foi demonstrar a grande responsabilidade do profissional contábil e a intensa relação existente entre ele e aqueles que utilizam de seu trabalho, especialmente as empresas. Além disso, pretendeu apresentar alguns motivos que podem levá-lo a adotar uma postura antiética, citando como exemplo, o Caso Schincariol.

A ética empresarial surgiu juntamente com a evolução do sistema econômico e tais transformações trouxeram inúmeros questionamentos por ser uma das principais razões a urgência de recuperar a confiança na empresa e é por isso que muito interesse desperta entre os estudiosos da área. Pode-se dizer que a ética empresarial é uma necessidade social. Hoje, a empresa que não pensar em suas atitudes éticas, inclusive agir na transparência, não conseguirá sobreviver em tempos de muita competitividade, neste mundo globalizado, em que a responsabilidade é uma garantia de sobrevivência. A responsabilidade das empresas justifica também o nascimento da ética empresarial, pois a empresa é uma instituição sócio-econômica que tem uma séria responsabilidade moral com a sociedade, isto quer dizer, com os consumidores, acionistas, empregados, fornecedores e comunidade em geral.

A contabilidade é uma atividade fundamental na vida econômica. Mesmo nas economias mais simples, é necessário manter a documentação dos ativos, das dívidas e das negociações com terceiro. O papel da contabilidade se torna ainda mais importante nas complexas economias modernas. Uma vez que os recursos são escassos, temos de escolher entre as melhores alternativas, e para identificá-los são necessários os dados contábeis.

A ética supõe que todos os cidadãos possuem capacidade autônoma de tomar suas decisões de um modo moral, sem a necessidade de recorrer aos projetos de autoridades impostas.

Segundo Mota (1984) e Vásques (1970) podemos citar vários conceitos sobre Ética:

como conjunto sistemático de conhecimentos racionais e objetivos a respeito do comportamento moral dos homens; ciência que determina a retidão dos atos humanos, tendo em vista um "ideal" que dá o sentido global da vida humana, ou ainda, conjunto de valores que orientam o comportamento do

homem em relação aos outros homens na sociedade em que vive, garantindo, outrossim, o bem-estar social.

Todos os códigos de ética profissional trazem princípios como honestidade no trabalho, lealdade na empresa, alto nível de rendimento, respeito à dignidade humana, sigilo profissional, observação das normas administrativas da empresa dentre outros.

2 DESENVOLVIMENTO

2.1. CÓDIGO DE ÉTICA DO CONTADOR

No Capítulo II do Código de Ética Profissional do Contadorem seu **Art. 2º**, sobre os deveres do Profissional da Contabilidade que teve sua *Redação alterada pela Resolução CFC nº 1.307/10, de 09/12/2010*), *relata que o profissional deve:*

- 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 resguardar 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.

Estes incisos definem o direcionamento dos profissionais da contabilidade.

Exercer a profissão com zelo significa antes de qualquer coisa, estar regularizado para o exercício da profissão.

O profissional deve adotar uma atitude individual, de acordo com os princípios éticos expostos e aceitos pela sociedade. Sua profissão exige um comportamento qualitativo. Responsabilidade, atenção, capacidade, conduta, competência, zelo, sigilo; são alguns dos quesitos fundamentais para um bom contabilista. Além do conhecimento da lei, ele deve atender ao interesse de seus clientes, mostrando-se sempre apto em suas ações, e, nunca, deve sujeitar-se a

influências de quem quer que seja para não comprometer a sua independência. O profissional contábil tem que ter um comportamento ético inquestionável, saber manter sigilo, ter conduta pessoal, dignidade, honra competência e serenidade para proporcionar ao usuário informações com segurança e confiabilidade e, ao mesmo tempo, ter uma conduta individual de forma a não se sentir corrompido em fraudar informações. Por essas razões, a ética, é um assunto com enorme importância no contexto atual do mercado empresarial capitalista.

Para poder executar sua atividade, o contador, o responsável que tem acesso a diversos dados e informações de seu cliente ou empresa para a qual trabalha, deve manter o mais absoluto sigilo profissional, especialmente no que diz respeito às informações sobre o patrimônio, as finanças, operações externas e segredos de fábrica, o que consistiria não só numa leviandade, como também num crime que infringe a lei.

As informações contábeis trazem consigo dados extremamente valiosos para a empresa, sendo que jamais devem ser revelados à concorrência, é uma relação direta com a lealdade profissional, ou seja, o profissional precisa manter um relacionamento discreto com seus clientes e patrocinadores.

O novo perfil do contador moderno é de um profissional que precisa acumular conhecimentos, ou seja, que tenha consciência de que a maior remuneração exige qualidade de trabalho e para conseguir tal conhecimento necessita de estudo, com aplicação, tem que ser tecnicamente inteligente e ter capacidade criativa; ter alta integridade, e ter iniciativa; ter coragem, ética, visão de futuro, habilidade de negociação, agilidade, segurança para resolver os problemas que surgem, capacidade de aprender a lidar com mudanças, ideias de melhoria, flexibilidade, capacidade de inovar e criar, sobretudo na sua área de atuação, interagir e estudar as realidades políticas, sociais e financeiras, saber orientar as empresas para o melhor caminho de forma que elas sobrevivam aos fortes abalos gerados pela globalização da economia, o poder de manipular conhecimentos é o ponto chave das grandes decisões. (SOUZA, 2009).

2.2 CASO SCHINCARIOL

A Primo Schincariol Indústria de Cervejas e Refrigerantes S/A, fundada em 1939, nascida paulista de Itu, foi criada por Primo Schincariol. No início, produzia apenas refrigerantes, como a famosa Itubaina sabor tutti-frutti.

Apenas em 1989, a empresa começou a produzir a sua primeira cerveja pilsen.

Com o passar dos anos ampliou suas atividades e fundou filiais em Alagoinhas (BA),Cachoeira de Macacu (RJ), Caxias (MA), Alexânia (GO), Recife (PE), Igrejinha (RS) e uma oitava está sendo construída em Benevides (PA).

O Grupo Schincariol firmou-se no mercado consumidor a partir de 1993, quando apresentou um forte crescimento, pois, segundo o Sindicato Nacional da Indústria de Cerveja(SINDICERV), o brasileiro aumentou o consumo médio de cerveja anual para 47 litros por pessoa, o que acendeu a disputa entre os fabricantes. A melhor personificação dessa guerra no mercado foi detonada em setembro de 2003 com o lançamento da Nova Schin, do grupo ituano Schincariol.

A marca Schincariol, que era dona de uma participação de modestos 6% do mercado de cerveja e que possuía, ainda, os produtos Primus e Glacial, chegou a 9% com o lançamento da Nova Schin, e elevou assim para 11,5% a participação do grupo com apenas um mês de campanha. Em dezembro, números da pesquisa realizada pelo instituto de pesquisas de mercado A. Nielsen incendiaram a disputa, pois, naquele momento, o grupo já havia abocanhado a fatia de 15,2% das vendas; a Kaiser voltava a exibir os 12,4% que tinha em setembro e a Ambev (fusão da Brahma e da Antártica) havia caído 3,5 pontos percentuais e chegou à participação mais baixa desde a sua criação em 2000, 62,6%. Cada ponto percentual do mercado valia, na época, R\$ 80 milhões.

O Grupo Schincariol tornou-se a segunda maior produtora de cerveja do país com 7(sete) fábricas em plena atividade e angariou respeito e admiração de toda a sociedade brasileira. O Grupo era constituído por 7.000 operários diretos e 25.000 indiretos (entre distribuidores, fornecedores e prestadores de serviço).

O Grupo Schincariol, após ter registrado um prejuízo de R\$ 12 milhões em 2003,fechou 2004 com um lucro operacional de R\$ 83 milhões. O faturamento bruto da empresa totalizou R\$ 2,4 bilhões em 2004, quase R\$ 1 bilhão a mais do que em 2003, quando lançou a cerveja Nova Schin. As cervejas do Grupo Schincariol responderam por 80% das vendas, e área dos não-alcoólicos por 20%, isto em 2004.

Os superintendentes do Grupo afirmaram que “fizemos a aposta certa ao reposicionar nossos produtos no mercado”. Outro fator que influenciou o crescimento do grupo, que chegou a 58% em relação a 2003, foi a reformulação da rede de distribuidores-parceiros “o crescimento do número de pontos-de-venda fez

com que procurássemos uma saída mais rápida para atender a demanda de venda e distribuição dos nossos produtos”.

Com o intuito de expandir suas unidades industriais de olho no crescimento do poder aquisitivo do consumidor, o Grupo Schincariol teve um investimento previsto de R\$ 600 milhões para 2005 nas áreas industrial e de Marketing, e, pelo menos 50% foram direcionados para a ampliação da capacidade de produção. Em 2004, o investimento para aumentar a capacidade ficou em R\$ 294 milhões. O objetivo em 2005 era ampliar a capacidade instalada de 2,1 bilhões de litros de cerveja para 3 bilhões de litros. Além disso, o grupo visava ampliar o volume de exportação para os países da América do Sul.

Nos últimos 3 anos o Grupo Schincariol multiplicou por quatro seu tamanho e tornou-se uma pedra no sapato de seus concorrentes. Devido esse crescimento, o Grupo passou a ser alvo da acusação de que a sua expansão era decorrente de fraudes e sonegação de impostos.

Diante dessas acusações, o analista do setor de bebidas do Banco Fator, Eduardo Pfister disse: “Se esse crescimento veio de sonegação, será difícil que ela volte a ser competitiva”. A prioridade da Schin não será mais ganhar mercado, sua batalha vai ser pela sobrevivência.

2.2.1. A descoberta das fraudes

Através de uma mega operação iniciada em silêncio em 2004, uma força-tarefa, formada por agentes da Polícia Federal e da Inteligência da Receita Federal descobriu um grande esquema de sonegação de impostos. A operação ficou conhecida como “Operação Cevada”.

A Primo Schincariol Indústria de Cerveja e Refrigerantes S/A já possuía uma acusação feita pelo Ministério Público Federal de São Paulo por crimes contra a ordem tributária e fraudes contábeis.

As investigações vinham ocorrendo desde 1996, ano em que a empresa realizou uma operação de venda de sua participação na Schincariol Patrimonial Ltda. para a PrimoSchincariol International, sediada no paraíso fiscal do Caribe. Com essa transação, a PrimoSchincariol ficou com o usufruto da empresa até 2011 e lançou, como quantia paga, um valor superestimado, causando, assim, um prejuízo e, conseqüentemente, crédito tributário.

Com o extraordinário crescimento do grupo Schincariol em um curto espaço de tempo, as concorrentes começaram a fazer denúncias, elaboraram dossiês em que acusavam a Cervejaria de Itu de montar operações criminosas para enganar o Fisco. Com isso, as investigações tiveram maior ênfase, pois, os dossiês eram minuciosos. Um deles descrevia exportações fictícias de pequenas cervejarias do Porto de Paranaguá, outros continham notas fiscais, grampos telefônicos, indicações de empresas fantasmas, entre outras. Firmou-se, assim, uma denúncia da Receita Federal sobre irregularidades nas notas fiscais que acompanhavam o transporte de cervejas.

A Operação realizada pela Polícia Federal e a Receita Federal visava dismantelar uma rede de sonegação de impostos como PIS, ICMS, IPI, COFINS e IR, e foi apurado, além do envolvimento da Schincariol e de suas distribuidoras, que o esquema também beneficiava empresas ligadas ao Grupo. As ações concentraram-se nas indústrias de cerveja de Itu (SP) e Cachoeiras de Macacu (RJ). Os documentos apontaram um sofisticado esquema de fraudes, que envolviam de caminhoneiros a empresas em paraísos fiscais.

O Grupo Schincariol e seus distribuidores foram responsabilizados por um sofisticado esquema de fraudes, no qual compreendiam práticas como:- a utilização de notas fiscais “frias” ou “viajadas”, aquelas que são apresentadas mais de uma vez, tendo sido uma mesma nota utilizada até 90 vezes;- notas fiscais subfaturadas, ou seja, registravam valores menores do que os reais e a diferença eram pagos por fora;- o uso de caminhões “dublê”, os quais tinham as placas clonadas para driblar eventuais fiscalizações. Assim, uma única nota fiscal, com um único pagamento de imposto, era suficiente para vários carregamentos;- a aquisição de matéria-prima utilizada nas fábricas sem a devida documentação fiscal e que envolvia operações simuladas com empresas fantasmas ou de capacidade financeira insignificante, localizadas em Estados do Nordeste, como se fossem estas as adquirentes;- a realização de exportações fictícias e com declarações falsas de conteúdo e classificação incorreta de mercadoria;- a utilização do artifício da triangulação das notas fiscais, ou seja, entrega em lugar diferente do indicado na nota fiscal, visando o recolhimento do imposto com valor menor.

As investigações revelaram, também, que o Grupo Schincariol cooptava funcionários públicos, como policiais e fiscais de receitas estaduais para fazer “vista grossa” na fiscalização das notas fiscais dos caminhoneiros. Estes

funcionários facilitavam a entrada e saída de mercadoria da Schincariol nas fronteiras dos estados, já que as mercadorias não tinham nota ou estavam aparentemente legalizados por notas fiscais frias.

Ainda, gravações feitas pela Receita Federal, com autorização judicial, captaram conversas suspeitas de políticos ligados ao grupo e um eventual esquema de liminares na Justiça.

2.3. O COMPORTAMENTO DO CONTADOR, DIANTE DAS FRAUDES EFETUADAS PELA SCHINCARIOL

A credibilidade do profissional contábil muito vem caindo nas últimas décadas, devido inúmeros casos ocorridos, acompanhados de muito escândalo, como foi o do caso em estudo. Embora esse profissional deva ser ético, guardião da confiança e transparência, ao contrário, ele tem colaborado indiretamente para as fraudes. O contador além de trabalhar para a empresa, ele tem o dever de cooperar com fisco, passar as informações fidedignas da empresa e não ser cúmplice da empresa no ato de crime contra a ordem tributária. Conforme Lovatto (2003):

Relevante é a análise da conduta de quem tem o dever jurídico de evitar o resultado, especialmente em razão da situação concreta do contador da empresa. Sua situação jurídica é de um garantidor ou é de partícipe? Qual a razão de sua existência? Se ele se omite, quando tem o dever de bem fazer a contabilidade da empresa, não estaria agindo como cúmplice? Ora, sua contratação tem por finalidade que aja dentro da lei, respeitando todas as normas. A contratação dele, como especialista, é a de garantidor de o serviço se realizar em conformidade com a lei. Se, contudo, ele se omite ao constatar a existência de sonegação, quando tem o dever de evitar o resultado, torna-se ele cúmplice por omissão, respondendo como partícipe. Neste caso, produz-se independente da conduta do contador, porquanto outro é quem detém o domínio do fato, sendo que ele, ao ver a existência do crime, omitindo-se, infringe seu dever de evitar o resultado. Mas, se ele foi contratado com a finalidade de, pelo seu conhecimento, dificultar a descoberta do fato delituoso (sonegação do tributo) ou de realizá-lo de forma mais proveitosa, sua situação passa a configurar a co-autoria. Não é mais garantidor, mas, co-autor.

O Código de Ética Profissional do Contabilista enumera uma série

de infrações que podem ser cometidas pelo profissional, quando este não observa os princípios éticos da sua profissão.

A lei nº 4.729, de 14 de julho de 1965, em seu art. 1º define como crime de sonegação: I - prestar declaração falsa ou omitir, total ou parcialmente, informação que deva ser produzida a agentes das pessoas jurídicas de direito público interno, com a intenção de eximir-se, total ou parcialmente, do pagamento de tributos, taxas e quaisquer adicionais devidos por lei; II - inserir elementos inexatos ou omitir rendimentos ou operações de qualquer natureza em documentos ou livros exigidos pelas leis fiscais, com a intenção de exonerar-se do pagamento de tributos devidos à Fazenda Pública; III - alterar faturas e quaisquer documentos relativos a operações mercantis com o propósito de fraudar a Fazenda Pública; IV - fornecer ou emitir documentos gratuitos ou alterar despesas, majorando-as, com o objetivo de obter dedução de tributos devidos à Fazenda Pública, sem prejuízo das sanções administrativas cabíveis; V - exigir, pagar ou receber, para si ou para o contribuinte beneficiário da paga, qualquer porcentagem sobre a parcela dedutível ou deduzida do Imposto sobre a Renda como incentivo fiscal.

A sonegação fiscal procura ocultar o conhecimento ao fisco da realização do fato gerador, sua natureza ou circunstâncias materiais ou condições pessoais do contribuinte.

Segundo Rizelo (1996) “a sonegação fiscal absorve a falsidade, quando esta é o meio fraudulento empregado para prática do delito tributário”.

2.4. PENALIDADES QUE O CONTADOR PODERÁ SOFRER POR NÃO TER SEGUIDO O CÓDIGO DE ÉTICA

Segundo Sanz (2008):

O CFC através dos Conselhos Regionais de Contabilidade, com o propósito de conscientizar permanentemente os profissionais da contabilidade quanto ao cumprimento dos deveres profissionais, e minimizar o número de autuações emitidas pelo Regional, busca em primeira instância, desenvolver uma Fiscalização Preventiva aos profissionais nunca visitados.

Após a orientação da Fiscalização, os profissionais que vierem a desenvolver suas atividades em desacordo com as normas vigentes pelo Conselho

Federal de Contabilidade (CFC), quando alcançados pela Fiscalização mediante diligência externa ou denúncias protocoladas no Regional, sem que ocorra regularização do fato gerador ou comprovação da inexistência do mesmo, deverá ser penalizado.

As penas variam conforme a tipo de infração: Infrações Disciplinares – tendo como base legal o Decreto-Lei 9295/46 c/c a Resolução CFC 960/03, enquadram-se as seguintes penalidades: penalidade pecuniária – multa no valor de 01 (uma) a 05 (cinco) vezes o valor da anuidade, ou suspensão do Exercício Profissional de 90 (noventa) dias a 05 (cinco) anos.

Infrações Éticas – tendo como base legal a Resolução CFC 803/96 c/c a Resolução CFC 960/03, enquadram-se as seguintes penalidades: Advertência Reservada, Censura Reservada, Censura Pública.

Com o advento da Resolução CFC 949/02, que a partir de sua revogação unificou os processos Éticos e Disciplinares, em seu artigo 58 é discriminado as penas previstas ao profissional da contabilidade que descumprir com seus deveres profissionais.

Segundo Sanz (2008), os critérios para o agravamento das penas, variam de acordo com o tipo de reincidência do autuado. Tratando-se de reincidência específica, é observado os seguintes critérios para definição da pena “[...]se a infração tiver sido cometida em até 2 (dois) anos, a penalidade será aumentada ao dobro da anterior; se a infração tiver sido cometida há mais de 2 (dois) e em até 5 (cinco) anos, a penalidade será aumentada em 1/3 (um terço) da anterior.”

O Código Penal trouxe inovação em 28/08/2001, quando alterou o artigo 342 dizendo:

“Art. 342 – Fazer afirmações falsa, ou negar ou calar a verdade como testemunha, perito, contador, tradutor ou intérprete em processo judicial, ou administrativo, inquérito policial, ou em juízo arbitral (Lei n. 10268 de 28/08/2001). Pena – reclusão, de 1 (um) a 3 (três) anos, e multa. § 1º - As penas aumentam-se de um sexto a um terço, se o crime é praticado mediante suborno ou se cometido com o fim de obter prova destinada a produzir efeito em processo penal, ou em processo civil em que for parte entidade da administração pública direta ou indireta. Pena – reclusão, de 2 (dois) a 6 (seis) anos, e multa.

2.4.1 Crimes de Natureza Tributária

A Lei 8.137 de 27/12/90 define os crimes contra a ordem tributária, econômica e contra as relações de consumo, como alvo direto o contribuinte e, sem nenhuma dúvida, dirigida aos contabilistas pois a maioria das definições do tipo penal, tido como ilícito, incide sobre o descumprimento de obrigações derivadas de trabalho contábil e conexo.

O seu art. 1º. diz: “Constitui crime contra a ordem tributária suprimir ou reduzir tributo, ou contribuição social e qualquer acessório, mediante as seguintes condutas: I - omitir informação, ou prestar declaração falsa; as autoridades fazendárias; II - fraudar a fiscalização tributária, inserindo elementos inexatos, ou omitindo operação de qualquer natureza, em documento ou livro exigido pela lei fiscal; III - falsificar ou alterar nota fiscal, fatura, duplicata, nota de venda, ou qualquer outro documento relativo a operação tributável; IV - elaborar, distribuir, fornecer emitir ou utilizar documento que saiba ou deva saber falso ou inexato. Pena - reclusão, de 2 (dois) a 5 (cinco) anos, e multa.”

Reza no Art. 2º: Constitui crime da mesma natureza: I - fazer declaração falsa ou emitir declaração sobre rendas, bens ou fatos, ou empregar outra fraude, para eximir-se total ou parcialmente, de pagamento de tributos; V - utilizar ou divulgar programa de processamento de dados que permita ao sujeito passivo da obrigação tributária possuir informação contábil diversa daquela que é, por lei, fornecida a Fazenda Pública. Pena - detenção, de 6 (seis) meses a 2 (dois) anos, e multa.

O Decreto Federal 2.730 de 10/08/1998, incumbe aos Auditores Fiscais do Tesouro Nacional, a comunicação ao Ministério Público Federal, quando no exercício de suas atribuições da fiscalização de tributos e contribuições federais, apurarem ilícitos de sonegação fiscal, falsificação de papéis públicos, crimes contra a ordem tributária, dentre outros.

2.5. COMPORTAMENTO ORGANIZACIONAL

O comportamento organizacional é de suma importância no dia a dia empresarial. Em análise feita nas diversas correntes da administração, Chanlat et al (1996), nos diz que:

o comportamento organizacional apresenta-se hoje como uma imensa colcha de retalhos, um campo aberto a quase todos os

ventos teóricos. Porque, além do ecumenismo aparente, completamente relativo sem sombra de dúvida, observa-se no interior desse conjunto teórico heterogêneo, mesmo heteróclito, a ocultação ou ausência de certas dimensões humanas [...]. Como as ciências administrativas, o campo do comportamento organizacional parece ter se desenvolvido até o presente isoladamente, negligenciando em larga medida os conhecimentos mais recentes [...].

Toda empresa tem a sua cultura e estrutura organizacional. Algumas influenciam o mundo inteiro por sua ousadia e inovação, criam tendências no modo de gerir pessoas, buscar resultados e se transformaram em referências. Toda essa influência tem diretamente seus impactos nos comportamentos do Capital Humano, que inserido numa sociedade, também é um influenciador dos comportamentos desta.

2.6. ANÁLISE DA ORGANIZAÇÃO COMPORTAMENTAL DO CASO APRESENTADO

Em entrevista dada ao *Carreira e Sucesso*, o diretor de Desenvolvimento Humano e Organizacional da Schincariol: Américo Garbuio Júnior, disse que na referida empresa são utilizadas duas das ferramentas mundiais de avaliação de última geração: o *Balanced Scorecard* e o *feedback de 360 graus* e explica: a primeira desdobra a estratégia, a visão do que a empresa quer alcançar. “Essa avaliação determina o que nós precisamos focar, objetivos e indicadores e o que nos leva a alcançar esses objetivos”. A segunda, por sua vez, “traduz a cultura do grupo, determina a competência essencial que todos devem ter”.

O método de 360 graus avalia especificamente os profissionais de nível gerencial – e em quatro competências: liderança, orientação de serviços, resultados e estratégia. “Os resultados descrevem o comportamento nesse sentido. Todo mundo deve estar norteado pelas competências essenciais”, afirma Garbuio. Essas avaliações geralmente são realizadas uma vez por ano e os 360 graus incluem a opinião do gestor, da equipe e dos clientes internos.

Cada funcionário faz ainda uma auto-avaliação, mas esta não é contabilizada no resultado final. Sua função é outra: contribuir para gerar um plano de desenvolvimento individual. “Esse processo é desenvolvido junto com o gestor e também pelo auto desenvolvimento incentivado por leituras, participação em

congressos e pesquisas, além de um direcionamento para uma especialização ou MBA, por exemplo”.

O instrumento da auto-avaliação pode servir ao desenvolvimento de um grupo também. Segundo Garbuio, se há, por exemplo, um problema de comunicação comum a 300 gerentes, é preciso gerar uma linha de desenvolvimento para aquele grupo.

Todos os anos, a síntese das avaliações do ano anterior é utilizada para que se entenda a evolução daquela liderança. O diretor explica ainda que as duas avaliações –*Balanced Scorecard* e *360 graus*– caminham juntas e compõem o ideal da alta performance. “ Um eixo traz a atitude e o outro o desempenho efetivo, a entrega de resultados”.

Um das principais preocupações da área de desenvolvimento humano e organizacional, segundo Garbuio, é a qualidade de vida do profissional. São várias frentes voltadas para oferecer mais saúde, por exemplo. Isso passa por um plano de metas de saúde com exames periódicos, clínica odontológica, nutricionista, além de terapias alternativas como acupuntura e shiatsu. Também há acompanhamento mais específico para quem tem algum tipo de problema crônico.

A prática esportiva também é estimulada dentro da empresa, que têm em sua sede uma área de lazer com quadra e piscina

De acordo com Garbuio, quem quer trabalhar na Schincariol, além da formação técnica específica para a área em que atuará, precisa ter aderência com os valores da empresa, se identificar com o ambiente dinâmico e comportamento ético. “Além disso, é preciso compartilhar ideias para manter um ambiente de trabalho colaborativo para todos”.

2.7. A SITUAÇÃO ECONÔMICA DA ORGANIZAÇÃO

A performance que levou a Schincariol a altos índices, ao mais alto patamar, se tornou um problema para quem sempre se acostumou à grandiosidade dos números. A redução drástica no ritmo de crescimento das vendas influenciou negativamente na contabilidade da empresa, que tinha feito investimentos maciços em infra estrutura. Foi então que a empresa contratou uma agência de publicidade que já tinha experiência no ramo, a Fischer. A primeira providência da agência foi encomendar uma pesquisa de mercado. O estudo revelou que as dificuldades de

expansão estavam vinculadas a um grave problema de imagem da marca. Grande parte do público-alvo considerava a SCHINCARIOL uma cerveja para pessoas de baixa renda e com qualidade inferior á outras do mercado, o que gerava um alto índice de rejeição.

Diversos fatores contribuíram para o sucesso da Nova Schin, primeiramente o aprendizado que o grupo Schincariol teve no passado, com o fracasso de outros itens. Após esta experiência, ela adquiriu diversos conhecimentos, entre eles, que para “participar” deste mercado, era necessário, um investimento pesado em publicidade.

Para reverter essa rejeição era preciso criar uma NOVA cerveja. Construir uma NOVA marca. Produzida por uma NOVA empresa. Os anúncios da campanha, veiculados de forma maciça em todas as mídias, surpreenderam o mercado publicitário e coroaram toda uma estratégia traçada para reinventar uma cerveja e uma marca. Além da nova fórmula, o rótulo e o logotipo também foram alterados. Houve uma revitalização nas vendas com um trabalho para recuperar a autoestima das equipes responsáveis pela comercialização e distribuição do produto. Afinal, a rejeição da antiga marca era tão forte que essas equipes estavam desmotivadas e acomodadas, acabando, por muitas vezes, utilizar apenas o preço como argumento de venda. Convenções, eventos e programas especiais foram desenvolvidos para valorizar a marca e reforçar o conceito da NOVA cerveja e do NOVO sabor.

As metas de crescimento projetadas para dois anos foram atingidas em apenas quatro meses. A NOVA SCHIN conquistou rapidamente importantes pontos em participação de mercado e trouxe aos cofres da empresa milhões de reais.

CONCLUSÃO

Nas últimas décadas, muito se tem discutido sobre o papel do profissional contador, onde foi preciso então, uma mudança radical em seu perfil, quando ele deixa de ser simplesmente um ser com pequenas atividades numa empresa e passa então a um ser ativo no gerenciamento e nas tomadas de decisão da empresa, isto é, ele passa a ser a peça chave à frente desta, o responsável pelo seu destino, uma vez que o sucesso ou o fracasso está em suas mãos.

Com o processo de globalização, o crescimento econômico e as transações de capital a importância do profissional contábil dentro contexto econômico do país ficou mais evidente. Essa evidência também é responsável por trazer ao profissional um maior grau de responsabilidade no exercício de sua atividade, visto que, tornou-se também um gestor de informação. Na evolução da civilização, a contabilidade foi adquirindo aos poucos um papel importante na sociedade, e, conseqüentemente, esse profissional foi incumbido de novas responsabilidades. Nessa perspectiva, obediência a padrões de conduta ética, como sigilo, transparência, responsabilidade, dentre outros, é fundamental para o exercício correto da profissão. Para o contabilista que está inserido numa conjuntura onde suas informações são vitais para o processo burocrático das empresas, o conflito entre o correto e o exigido se torna ainda mais presente. A ética deve ser encarada como ferramenta fundamental para distinção das atitudes.

Todo profissional e, principalmente, o contabilista, experimenta situações diferenciadas e provocadoras em seu dia a dia, ocasionando dilemas morais e colocando à prova seus valores éticos exigindo, assim sólida formação moral e preparo psicológico, embora a conduta esperada, ou seja, a atitude que deve adotar, esteja formalizada no Código de Ética da Profissão.

A ética profissional tem relação direta com a confiança que a sociedade deposita no especialista que executa determinado trabalho. Essa confiança decorre da diferença entre profissão e ocupação.

Em oposição ao Código de Ética, os casos de escândalos contábeis vêm abalando a credibilidade profissional dos responsáveis pela gestão dos sistemas de informação contábil, os contadores. Embora, como foi citado acima, a atividade do contador seja como guardião da confiança e transparência dos balanços

contábeis, ele é colaborador indireto para as fraudes.

Em estudos realizados, verificou-se que além da fiscalização, seria preciso um comportamento preventivo em relação ao profissional contábil, para mudar a visão da sociedade em relação a este. Para isso, seria preciso investir em campanhas educativas, além da divulgação da legislação vigente, como o próprio Código de Ética, para o maior número possível de profissionais, e futuros contabilistas, uma vez que muitos ainda não conhecem as penalidades às quais estão sujeitos os infratores, como foi o do caso em estudo. Por outro lado, o contabilista não deve esquecer de que exerce uma atividade profissional e, portanto, sujeito ao Código de Ética de sua profissão e, também que, deve guardar sigilo sobre o que souber em razão de suas funções, como diz o art. 2º, inciso II do Código de Ética, reforçado pelo art. 144 do Código Civil e 207 do Código de Processo Penal.

O contabilista não deve esquecer de que exerce uma atividade profissional e, portanto, sujeito ao Código de Ética de sua profissão e, também que, deve guardar sigilo sobre o que souber em razão de suas funções, como diz o art. 2º, inciso II do Código de Ética, reforçado pelo art. 144 do Código Civil e 207 do Código de Processo Penal. Tendo conhecimento, é possível promover oportunidades únicas para o desenvolvimento pessoal e organizacional.

Como se vê a responsabilidade profissional do contabilista é bastante cobrado por ditames legais de toda ordem.

REFERÊNCIAS

AMARAL, A. L. Schincariol e Operação Cevada. Disponível em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp>. Acesso em: 14 abr. 2014 às 14hs.

AMÉRICO GARBUIO JUNIOR: Diretor de DHO da Schincariol. Américo Garbuio Junior: Diretor de DHO da Schincariol | Portal Carreira & Sucesso. Disponível em: <http://www.catho.com.br/carreira-sucesso/entrevistas/americo-garbuio-junior-diretor-de-dho-da-schincariol>. Acesso em: 06 mai.2014 às 13:00

BERTRAND, R. *Ética e Política na Sociedade Humana*. Rio de Janeiro: Zahar, 1954.

COMPORTAMENTO ORGANIZACIONAL: um estudo de caso em um escritório de contabilidade. Disponível em: http://acasadomarcelo.blogspot.com.br/2010/07/comportamento_organizacional-um-estudo.html. Acesso em: 02 mai. 2014 às 15:20hs

FACULDADES INTEGRADAS “ANTÔNIO EUFRÁSIO DE TOLEDO”. Coordenação de pesquisas. Normalização para apresentação de monografias e trabalhos de conclusão de curso da Toledo de Presidente Prudente. 5. ed. Presidente Prudente, 2005.

LEI Nº 4.726, DE 14 DE JULHO DE 1965. Crime de Sonegação Fiscal. Disponível em: http://www.dji.com.br/leis_ordinarias/1965-004729-csf/4729-65-csf.htm. Acesso em: 3 mai. 2014 as 19:36hs.

MOTA, N. de S. *Ética e Vida Profissional*. Rio de Janeiro: Âmbito Cultural, 1984

VÁSQUES, A. S. *Ética*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1970.