

Sistema CFC - Uma Abordagem Baseada Na Governança Corporativa

Bruna Faccin Camargo¹

Resumo

Esse artigo buscou, por meio de um levantamento bibliográfico, documental e entrevista, identificar as ferramentas utilizadas pelo Conselho Federal de Contabilidade nos últimos cinco anos, principalmente no que tange a prestação de contas para a classe contábil, identificando assim os mecanismos de Governança Corporativa presentes no sistema CFC que contribuíram para a melhoria da sua relação com seus *stakeholders*. Visou ainda evidenciar como os usuários dessa informação qualificam o modo como ela é prestada, na premissa de igualdade no acesso sendo esse um usuário interno ou externo ao sistema. Por meio de um questionário, com uma amostra de 10 contadores por região do país, de forma aleatória, sendo relevante para o artigo, se o entrevistado possuiu algum vínculo com atividade do CFC, o que poderia iniciar um processo de assimetria informacional, ou seja, alguma vantagem para o acesso a alguns dados. As principais constatações foram as que o profissional tem conseguido alcançar as informações e notícias, todavia comentam que este acesso ainda poderia ser melhorado, já que com os anos, o CFC buscou uma evolução para essa melhor aproximação.

Palavras-chave: Conselho Federal de Contabilidade, Informação, Usuário, Governança Corporativa.

Abstract

This article searched, through a bibliographic, documental and interview research, identify the tools used by the Federal Accounting Council in the last five years, especially regarding to the accountability for the accounting class, identifying the mechanisms of corporate governance at the CFC system that contributed to the improvement of its relationship with its stakeholders. Also aimed to evidence how the users of this information qualifies the way in which it is provided, on the premise of equal access, being it an internal or external user to the system. Through a questionnaire, with a random sample of 10 accountants per region, being relevant to the article, if the interviewed had some bond with CFC activity, which could initiate a process of information asymmetry, in the words, some advantage for access to some data. The main findings were that the professional has been able to reach the information and news, however they commented that it could still be improved, since over the years, CFC searched an evolution to a better approach.

Keywords: Federal Accounting Council, Information, User, Corporate Governance.

1 INTRODUÇÃO

À medida que empresários e gestores encontram situações adversas ao desenvolvimento das entidades, novos modelos estruturais representam uma abertura para novas políticas organizacionais.

¹Acadêmica do oitavo semestre do curso de Ciências Contábeis da Universidade de Cruz Alta – UNICRUZ – email: brunafaccinfor@homail.com

Empresas, instituições e organizações estão sujeitas às modificações impostas pelo crescimento do mercado, logo, necessitam de planejamento e ferramentas para que possam atingir objetivos e metas traçadas. No meio atual, onde as organizações se encontram inseridas, frequentemente deparam-se com situações que exigem cada vez mais políticas de administração e acompanhamentos direcionados a estratégias de sobrevivência.

Mudanças na economia nacional como um todo, voltadas para uma nova face de mercado trazem um posicionamento mais focado na análise e crescimento baseados em um melhor formato de gerir.

A alteração na estrutura societária das empresas, tendo em vista alinhar interesses das mais diversas estruturas de administração, desde acionistas de multinacionais até gestores de entidades sem fins lucrativos, encaminha-se para inovações que agilizem o desenvolvimento das organizações. Um ramo da contabilidade vem emergindo nas últimas décadas para tentar sanar ou apaziguar os conflitos entre os gestores e os proprietários das empresas, é a chamada governança corporativa.

Em um conceito básico a governança corporativa possui esse caráter de ser a ferramenta que orienta as empresas na forma com que são conduzidas e acompanhadas pelos seus administradores e acionistas.

Como um agregado de combinações culturais e normatizações que acabam por regular a prestação de contas da instituição, ela possibilita mais segurança ao investidor acerca do retorno do seu investimento. Logo, está ganhando espaço por ser um conjunto de boas práticas de gestão, como um meio de avaliação de desempenho da organização, alocando recursos conforme a visão do empresário.

A busca por esse conceito levou a uma adequação das organizações, bem como da criação de novas leis e órgãos, que deem suporte a essas novas exigências econômicas.

Com esse conglomerado de novas informações pode-se idealizar que todos os usuários tenham o mesmo acesso a elas, com igual grau de facilidade. Contudo, se poderia então imaginar que na relação entre investidores não haja diferença no acesso à informação, pois, com o bem estruturado sistema de governança, até para os que venham a possuir uma participação minoritária é possível obter as informações de forma transparente.

Neste contexto também os profissionais buscam informações junto aos seus órgãos representativos. Neste estudo, especificamente trata-se dos profissionais da área contábil, que tem no Conselho Federal de Contabilidade seu órgão de representação máxima e a qual contribuem regularmente e deles esperam retorno na forma de serviços e informações que possam estar influenciando a execução do seu trabalho.

O presente estudo tem o CFC como objeto central, sendo uma entidade sem fins lucrativos, com os objetivos de organizar e orientar os profissionais da área contábil no desenvolvimento de suas atividades. No decorrer de sua história, o conselho, elencou inúmeras realizações e conquistou espaço, representação e poder político junto à sociedade.

Dentre suas atribuições a publicação de informação é cada vez mais solicitada, tendo em vista que os usuários buscam, na organização, o destino dos recursos ao analisarem que a entidade não visa o lucro e sim o aprimoramento e a valorização da categoria.

O CFC, na condição de uma organização de classe, ao fazer uma analogia com a estrutura empresarial, pode considerar os profissionais da contabilidade registrados como os seus usuários.

Neste contexto, os profissionais buscam informações acerca das atividades de classe, logo, o conselho precisará de uma estrutura organizada para divulgação desses dados. O CFC ainda conta com os conselhos regionais, os quais devem assegurar que não ocorra uma assimetria informacional, ou seja, que as informações não sejam divulgadas sem uma harmonia ou padronização. Um exemplo desse zelo na propagação das informações ocorre quando os usuários externos acabam tendo menor acesso ao conhecimento da real situação do conselho, se comparado a um membro que compõe internamente o sistema e que, portanto, se pressupõe que teria maior acesso ou acesso privilegiado à informação.

Os membros que almejam essas informações são denominados *stakeholders*, considerados como partes interessadas, os quais necessitam de políticas de governança cada vez mais objetivas e transparentes. Essas práticas podem prevenir entraves na relação CFC *versus* Associado, permitindo que o segundo possa exercer de forma condizente com as competências propostas.

Esse artigo buscou identificar os mecanismos de Governança Corporativa presentes no sistema CFC que contribuíram para a melhoria da sua relação com seus *stakeholders*. Para melhor esclarecimento foi dividido em três momentos, o primeiro tratou de um levantamento, com informações dos últimos cinco anos, referentes ao CFC na prestação de contas de suas atividades. O segundo identificou quais ferramentas representam mecanismos de governança corporativa, e por fim traçou um panorama evolutivo da relação CFC *versus* Associado no que tange o acesso à informação.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O capítulo a seguir demonstra a fundamentação teórica, relacionando a bibliografia utilizada no estudo para desenvolvimento do tema proposto. Inicia-se pelo conceito de governança corporativa e seu órgão regulador, e após trata-se da estrutura do sistema CFC.

2.1 Governança Corporativa

2.1.1 Conceito

A governança corporativa pode ser entendida como uma ferramenta de apoio à gestão das empresas e instituições, sendo um meio de harmonização de suas atividades. Através dela, os interessados buscam informações acerca das realizações da organização.

Conforme o IBGC (2013, não paginado) a governança corporativa conceitua-se:

Sistema pelo qual as organizações são dirigidas, monitoradas e incentivadas, envolvendo os relacionamentos entre proprietários, conselho de administração, diretoria e órgãos de controle. As boas práticas de governança corporativa convertem princípios em recomendações objetivas, alinhando interesses com a finalidade de preservar e otimizar o valor da organização, facilitando seu acesso ao capital e contribuindo para a sua longevidade.

Já Shleifer e Vishny (*apud* Lopes 2012, p. 170) entendem a GC “como formas pelas quais os fornecedores de recursos financeiros às firmas asseguram-se de que terão o retorno de seus investimentos”.

Para Silva (2006, p.16) a governança corporativa “é um conjunto de práticas que tem por finalidade otimizar o desempenho de uma companhia, protegendo investidores, empregados e credores, facilitando, assim, o acesso ao capital”.

Segundo Andrade e Rossetti (2004, p. 23) existem diversas expressões-chaves, ligadas a princípios, aos modelos, as práticas, aos mecanismos de regulação e aos propósitos da governança corporativa, sendo os principais:

- Direito dos acionistas (*shareholders*);
- Direito de outras partes interessadas (*stakeholders*);
- Conflitos de agência;
- Sistema de relações;
- Sistema de Valores;

- Sistema de governo;
- Estrutura de poder;
- Estrutura de regulação;
- Padrões de comportamento.

Os conceitos giram em torno do acompanhamento e divulgação dos atos e fatos das empresas, e meios pelos quais a mesma define para controle e publicação para assegurar que os interessados pelas informações as recebam de forma coerente e transparente.

Andrade e Rossetti (2004, p.21) comentam sobre as partes interessadas:

Pela diversidade de partes interessadas, fica evidente que, embora em sentido restrito, a governança responde aos interesses dos acionistas e dos agentes mais diretamente envolvidos com as operações corporativas; em sentido amplo ela pode abranger um conjunto maior de relações de uma corporação de negócios com todos os agentes direta ou indiretamente alcançados por suas ações.

Para entendimento sobre as partes interessadas se faz necessária a definição dos tipos de governança, nos termos de *shareholder* e *stakeholders*. O primeiro define-se pela propriedade do empresário e pela forma predominante de financiamento das empresas pelo trinômio propriedade-gestão-retorno. Já o segundo está comprometido com objetivos mais amplos, e não delimitados aos de natureza econômico-financeira, levando em conta são só os resultados, mas também as consequências dos mesmos.

Na visão de Silva (2006, p.18):

A base da diferenciação clássica de governança está em *shareholder* e *stakeholders*. A primeira é voltada para os acionistas, enquanto a segunda é de maior abrangência; além dos interesses dos acionistas, consideram-se também os interesses dos públicos interno e externo.

Para o IBGC (2013,não paginado):

Shareholders correspondem a grupos que podem afetar ou serem afetados, de modo significativo, pela empresa, incluindo os próprios acionistas. Enquanto os *stakeholders* são todas as partes interessadas que devem estar de acordo com as práticas de governança corporativa executadas pela empresa. São elas: os empregados, clientes, fornecedores, credores, governos, entre outros, além dos acionistas.

Lodi (2000, p.24) coloca que:

A relação entre propriedade e gestão se dá através do conselho fiscal, instrumentos fundamentais para o exercício do controle. A boa governança assegura aos sócios equidade, transparência, responsabilidade pelos resultados (*accountability*) e obediência às leis do país (*compliance*).

De acordo com a definição de Siffert (1998), a governança corporativa é a forma com que os controladores estabelecem mecanismos de monitoramento e controle em relação aos administradores e fazem com que estes hajam de acordo com o interesse dos controladores.

Os benefícios da boa governança corporativa são claramente reconhecidos pelas empresas participantes, principalmente nos aspectos relativos a aprimorar a transparência, melhorar a gestão da empresa, melhorar a imagem da empresa, permitir o alinhamento entre os acionistas e executivos e facilitar o acesso a capital (IBGC 2009, p. 01).

A governança corporativa nesse cenário apresenta-se como uma ferramenta de suma importância para o “agente”, onde o mesmo emprega as políticas definidas, na busca por aperfeiçoar, gerir e fornecer ao acionista o retorno esperado pelo seu investimento. Dessa forma possibilita a redução dos custos dos conflitos entre administradores e proprietário do capital, para que cada vez mais haja uma harmonia nessa relação.

2.1.2 Teoria da agência

Devido às mudanças na estrutura das organizações existem variações da forma de definir suas atuações e estratégias, por meio da internacionalização de normas e procedimentos de gestão, que refletem na governança.

Para Andrade e Rossetti (2004, p. 98):

Não existe um modelo único de governança corporativa. Modelos alternativos, resultantes de valores moldados sob influência dos traços culturais e institucionais das nações, de sua formação econômica e de seus estágios de desenvolvimento empresarial, implicando propósitos corporativos de diferentes amplitudes, processos de maior ou menor alcance quanto aos agentes envolvidos e diferentes composições das forças de controle das corporações.

Logo, os acionistas ou proprietários estão delegando algumas ou a totalidade das diretrizes para um ou mais responsáveis que irão tomar a frente das decisões. Segundo Lodi (2000, p. 24) “no passado recente, nas empresas privadas e familiares, os acionistas eram gestores, confundindo em sua propriedade e gestão. Com a profissionalização, a privatização, a globalização e o afastamento das famílias, a governança corporativa colocou o Conselho entre a Propriedade e a Gestão.”

Nesse entendimento surge a Teoria da Agência que procura em sua relação maximizar o valor do empreendimento, a riqueza dos acionistas e o retorno de seus investimentos.

Teoria da Agência pode ser definida como um contrato no qual uma ou mais pessoas - o principal - engajam outra pessoa - o agente - para desempenhar alguma tarefa em seu favor, envolvendo a delegação de autoridade para tomada de decisão pelo agente (JENSEN e MECKLING *apud* IBGC 2013).

Gitman (2010, p.16) coloca que:

Os administradores podem ser considerados *agentes* dos proprietários que os contrataram e lhes conferiam autoridade para tomar decisões e administrar os negócios. Tecnicamente falando, qualquer administrador que detenha menos de 100% da empresa é, em certo grau, um agente dos demais proprietários.

De acordo com Mendes (2001, *apud* ARRUDA, 2008, p.173):

A Teoria da Agência analisa os conflitos e custos resultantes da separação entre propriedade e controle de capital. Essa possibilidade de não participação do acionista no gerenciamento da empresa é bem representada pela sociedade por ações, que limita a responsabilidade do acionista para com a organização à parcela de capital que ele investiu.

A Teoria da Agência trata da transferência de riqueza entre principal e agente, ocorrida quando o primeiro delega poderes e autoridade para o segundo tomar decisões, momento em que surge a possibilidade de transferência de riqueza. O cerne da Teoria consiste em o principal saber que irá perder parte de sua riqueza e, em compensação, procurar conseguir do agente os melhores desempenhos, ou seja, o principal deixa de obter o máximo para obter o possível dentro das condições colocadas, devido à participação de um administrador profissional (MENDES, 2001 *apud* ARRUDA, 2008, p.173).

Nesse sentido, a Teoria da Agência busca analisar as relações internas e externas à empresa, bem como servir como modelo na tomada de decisões que envolva mais de um indivíduo, pois, de acordo com sua hipótese fundamental, sempre vai existir incongruência entre o comportamento desejado pelo principal e o comportamento apresentado pelo agente. Dessa forma, ela atua de modo a delimitar o conjunto de ajustes viáveis entre o principal e o agente e também tenta minimizar a assimetria informacional, caso em que principal e agente não possuem todas as informações necessárias para a análise dos contratos (ARRUDA, 2008, p.81).

A Teoria vem, neste contexto, na busca para minimizar os conflitos e os custos dessa relação entre proprietário ou acionista com os “agentes”, aqueles designados para tomarem as decisões em seu nome, a fim de melhor utilizar os recursos empregados e gerar o retorno previsto pelo dono do capital. Para Silveira, Barros e Famá (2004, p.4), a governança corporativa é “o conjunto de mecanismos de incentivo e controle, internos e externos, para minimização dos custos decorrentes do problema de agência dos gestores” (*apud* CAMARGOS E BARBOSA, 2009, p.191). Logo, é necessário o entendimento sobre essa relação, pois a mesma reflete no desenvolvimento das políticas da empresa e particularmente do resultado, sendo uma arma de gestão.

2.1.3 Instituto Brasileiro de Governança Corporativa

O Instituto Brasileiro de Governança Corporativa foi instituído no dia 27 de novembro de 1995, sendo o responsável pela ampliação e divulgação das práticas de governança nos países. Com sede em São Paulo possui representações em quatro estados: MG, Paraná, Rio e Sul (IBGC, 2013).

Seu foco é a divulgação do conceito de governança, incentivo ao melhor resultado das organizações, desenvolvimento sustentável e direcionamento para que os agentes da sociedade no caminho da responsabilidade, justiça e transparência. Dentre as atividades o IBGC realiza fórum de debates e acadêmicos, treinamentos e *networking* entre profissionais, palestras, conferências, entre outras (IBGC, 2013).

Na sua composição o IBGC (2013) segue alguns valores:

- Proativismo: comprometimento com a capacitação de agentes e com o desenvolvimento e a disseminação das melhores práticas;
- Diversidade: valorização e incentivo à multiplicidade de ideias e opiniões;
- Independência: soberania nos princípios, zelo pela imagem e imparcialidade em face de quaisquer grupos de interesse;
- Coerência: entre iniciativas e princípios da governança corporativa, que são:
- Transparência: mais que a obrigação de informar é o desejo de disponibilizar para as partes interessadas as informações que sejam de seu interesse e não apenas aquelas impostas por disposições de leis ou regulamentos. A adequada transparência resulta um clima de confiança, tanto internamente, quanto nas relações da empresa com terceiros. Não deve restringir-se ao desempenho econômico-financeiro, contemplando também os demais fatores (inclusive intangíveis) que norteiam a ação gerencial e que conduzem à criação de valor.

A figura 01 demonstra a estrutura definida pelo IBGC para o desenvolvimento da governança nas empresas. O instituto orienta as formas de implementação das ferramentas de governança corporativa, segundo a qual delega funções de gestão seguindo as normatizações da organização.

2.2 Sistema CFC

O Conselho Federal de Contabilidade foi instituído no dia 27 de maio de 1946, conforme Decreto-Lei nº 9.295, sendo uma Autarquia Especial Cooperativa, dotado de personalidade jurídica de direito público (CFC, 2013).

Baseia-se na estrutura de funcionamento e organização segundo a lei citada acima e pela Resolução CFC nº 960/03, que atenta ao Regulamento Geral dos Conselhos de Contabilidade (CFC, 2013).

O Conselho de Contabilidade é integrado por um representante de cada estado da federação e por um membro do Distrito Federal, totalizando 27 conselheiros efetivos e para cada, um suplente correspondente (Lei nº 11.160/05). Dentre as finalidades, nos marcos da legislação em vigor, sobretudo a de orientar, fiscalizar o exercício da profissão contábil e normatizar, com o intermédio dos Conselhos Regionais de Contabilidade (CFC, 2013).

Cada Conselho Regional possui sua base jurisdicional, em todos os Estados e no Distrito Federal. Somente a partir da década de 90, os conselhos Federal e Regionais começaram a organizar na forma de um sistema. Por ventura dessa estruturação definiu-se a nomenclatura de “Sistema CFC/CRCs”, sendo deliberadas suas atribuições, estimulando um Planejamento Participativo para os Conselhos de Contabilidade (CFC, 2013).

Essas práticas podem ser consideradas ganhos para classe, devido à projeção da categoria em âmbito nacional, junto às empresas, entidades públicas e a sociedade em geral.

O CFC, com suas representações, pode decidir, em última instância, os recursos de penalidades impostas pelos conselhos regionais. Ainda promulgando princípios contábeis, de cadastro de qualidade técnica e dos programas desenvolvidos pelo mesmo, editando Normas Brasileiras de Contabilidade de natureza técnica e profissional (CFC, 2013).

Todavia, existem obstáculos encontrados pelo sistema que trouxeram consigo a necessidade de fortalecer a gestão e os mecanismos de monitoramento dos resultados para a obtenção da excelência no cumprimento dos trabalhos.

3 METODOLOGIA

Neste capítulo é descrita a metodologia científica, detalhando os procedimentos adotados para construção da presente pesquisa, bem como suas fases e métodos, para que possa ser classificada seguindo o objetivo geral que consiste na identificação dos mecanismos de governança corporativa utilizados pelo CFC.

Ela é estruturada nos seguintes tópicos: classificação da pesquisa, plano de coleta de dados e análise e interpretação de dados.

3.1 Classificação da pesquisa

A classificação da pesquisa pode ser dividida quanto à natureza, aos objetivos, aos procedimentos técnicos, ao plano de coleta de dados e a abordagem do problema.

Segundo a natureza, define-se este estudo como sendo pesquisa aplicada. Silva e Menezes (2005, p.20) conceituam a pesquisa aplicada como geradora de conhecimentos para aplicação prática e dirigidos à solução de problemas específicos. Envolve verdades e interesses locais.

Para Gil (2010, p. 26) as pesquisas aplicadas podem contribuir para ampliação do conhecimento científico e sugerir novas questões a serem investigadas.

Neste contexto, a pesquisa se classificou como aplicada, tendo em vista que está imersa no problema de identificação de mecanismos da governança corporativa para uma entidade sem fim lucrativo, qual seja, o sistema CFC e suas extensões.

Nesta pesquisa os objetivos foram classificados como descritivos.

A pesquisa descritiva tem por finalidade descrever características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. São em grande número as pesquisas que podem ser classificadas como descritivas e a maioria das que são realizadas com objetivos profissionais se enquadra nesta categoria (GIL 2010, p.27).

Para Andrade (*apud* BEUREN 2004, p.81):

Destaca que a pesquisa descritiva preocupa-se em observar fatos registrá-los, analisá-los, classificá-los e interpretá-los, e o pesquisador não interfere neles. Assim, os fenômenos do mundo físico e humano são estudados, mas não são manipulados pelo pesquisador.

O estudo foi enquadrado como uma pesquisa descritiva, pois buscou descrever o cenário proposto, tornando-o mais claro e completo a cerca dos métodos de governança aplicados por uma entidade de classe profissional.

Para os procedimentos técnicos a pesquisa foi classificada como uma pesquisa bibliográfica, documental e de levantamento.

Para Fachin (2003, p.125) a pesquisa bibliográfica:

Diz respeito ao conjunto de conhecimentos humanos reunidos na obra. Tem como finalidade fundamental conduzir o leitor a determinado assunto e proporcionar a produção, coleção, armazenamento, reprodução, utilização e comunicação das informações coletadas para o desempenho da pesquisa.

Silva (2003, p. 61) conceitua a pesquisa documental como aquela “que ainda não recebeu tratamento analítico ou que pode ser reelaborado; suas fontes são muito mais diversificadas e dispersas”.

Gil (2010) define a pesquisa por meio de levantamento como aquela que pretende conhecer o comportamento das pessoas analisadas.

Com base nas definições acima mencionadas, o estudo consiste em uma pesquisa bibliográfica, documental e de levantamento, tendo em vista que buscou nas fontes já existentes, novos conceitos e aplicações sobre o tema fazendo um levantamento histórico, bem como conhecer os indivíduos questionados, a cerca da governança corporativa e sua evolução dentro do Conselho Federal de Contabilidade.

Quanto ao Plano de Coleta de Dados o estudo pode ser enquadrado conforme o instrumento utilizado, que neste estudo foi a observação e o levantamento por meio de um questionário.

Segundo Gil (2010, p.102) “Por questionário entende-se um conjunto de questões que são respondidas por escrito pelo pesquisado”. O questionário foi realizado com os profissionais da classe contábil que integram o Conselho Federal de Contabilidade, com amostra definida, sendo questionados dez contadores por região do país, selecionados de forma aleatória.

Através da observação o pesquisador utiliza-se dos sentidos para obtenção de determinados aspectos da realidade. Consiste em ver, ouvir e examinar os fatos ou fenômenos que se pretendem investigar (BEUREN, 2004, p.128). Podendo assim ser entendida como alicerces para futuras pesquisas e aprofundamentos em torno do tema do estudo.

A coleta por meio de observação ainda pode ser subdividida em espontânea, sistemática e participante.

Segundo Gil (2010, p. 121):

Na observação espontânea, o pesquisador, permanecendo alheio a comunidade, grupo ou situação que pretende estudar os fatos que aí ocorrem. É adequada a estudos exploratórios, já que favorecem a aproximação do pesquisador com o fenômeno pesquisado.

Logo, para o estudo foi utilizada a observação espontânea, para aproximação do pesquisador com o tema e para que o mesmo possa analisar de forma externa e sem interferir na situação que fora apresentada, aliada a um levantamento por meio de questionário com os profissionais que compõem o CFC.

Quanto a Abordagem do Problema o estudo pode ser direcionado, neste caso foi uma pesquisa qualitativa.

Para Richardson (1999, *apud* BEUREN, 2004, p. 92). a principal diferença entre a abordagem qualitativa e a quantitativa reside no fato de a abordagem qualitativa não empregar um instrumento estatístico como base do procedimento de análise do problema. Na abordagem qualitativa, não se pretende numerar ou medir unidades ou categorias homogêneas.

Fachin (2003, p.81) define:

É caracterizada pelos seus atributos e relaciona aspectos não somente mensuráveis, mas também definidos descritivamente. Conjunto de valores em que se divide uma variável qualitativa é denominada sistema de valores.

Desta forma o estudo caracteriza-se por uma pesquisa qualitativa, onde foram levantadas, de forma documental, as informações e após confecção de uma análise, envolvendo o sistema de governança corporativa e seus mecanismos que englobam o CFC.

3.2 Plano de Análise e Interpretação de dados

Neste capítulo é abordado o contexto da análise e interpretação de dados que foram reunidos durante o desenvolvimento do estudo, buscando as respostas para o problema inicial e para o cumprimento dos objetivos propostos.

Beuren (2004, p.137) define como:

Análise de conteúdo é um método de análise de dados que pode ser aplicado tanto para estudos qualitativos como nas investigações quantitativas[...]. Por essa definição, pode-se intuir que o método de análise de conteúdo tem por objetivo estudar as comunicações entre os homens com maior ênfase do conteúdo das mensagens. De certa forma, o método privilegia dados qualitativos, embora seja aplicável na abordagem quantitativa.

Deste modo, a análise e interpretação de dados foi de conteúdo, ou seja, sendo um meio de análise da relação dos dados apurados nos questionários e nos documentos a cerca do relacionamento CFC e associados.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1 Mecanismos de Governança Corporativa presentes no sistema CFC

Este item aborda o levantamento cronológico sobre as realizações do Conselho Federal de Contabilidade, de 2008 a 2012, visando proporcionar aos seus *stakeholders* acesso, de forma completa e atualizada, às informações pertinentes à classe, demonstrando a evolução da prestação de contas e publicações deste órgão.

As informações foram obtidas via e-mail, através do contato com os responsáveis por cada um dos setores compreendidos neste estudo. Os endereços eletrônicos estavam todos disponíveis a qualquer interessado na página do CFC, bem como a nomeação dos encarregados por cada área.

4.1.1 Organizações Institucionais e Eventos

O controle interno é exercido pela Câmara de controle Interno sendo um setor executivo do CFC que tem por missão auxiliar no planejamento, supervisão e julgamento da execução financeira e orçamentária. Dentre suas atribuições o controle Interno deverá coordenar os trabalhos da Câmara de Controle e Auditoria Interna e disseminar os processos para exposição na Câmara de Controle Interno. Além disso, lhe cabe denunciar ao Plenário do CFC, para que sejam tomadas as decisões cabíveis nos temas relativos aos Regionais em atraso quanto ao envio de propostas orçamentárias e sobre a prestação de contas anual ao CFC.

A Resolução CFC nº 13 de 9 de março de 1949, que altera o Regimento do Conselho Federal de Contabilidade, em seu Capítulo VI trata da **Comissão de Contas (CC)** – órgão de fiscalização da gestão financeira.

A Resolução CFC nº 450 de 11 de fevereiro de 1977, altera o art. 6º do Regimento Interno do CFC, passando a lê-se como:

I. Órgãos de deliberação coletiva:

a) Plenário

b) Câmara de Contas (C.C);

A Resolução CFC nº 831 de 11 de dezembro de 1998, trata em seu artigo 8º da constituição dos Órgãos Deliberativos Específicos, dentre eles, **a Câmara de Controle Interno (CCI)**. Portanto, o CFC adota controle de suas contas desde sua instituição com a Comissão de Contas, depois como Câmara de Contas e a partir de dezembro de 1998, passou-se a ser chamada de Câmara de Controle Interno - CCI, como descrito acima.

Um segundo importante órgão institucional do sistema CFC é a câmara de Desenvolvimento Operacional a qual possui inúmeras atividades junto ao CFC. São elas: avaliar e apreciar as resoluções dos Conselhos Regionais sobre os temas que tangem sobre taxas, multas, anuidades e débitos de exercícios anteriores, desenvolver e supervisionar projetos dos Conselhos Regionais com as finalidades: de evitar a inadimplência, projetos de tecnologia de informação do sistema CFC/CRCs, projetos de aperfeiçoamento de gestão administrativa, estudar e apreciar os pedidos de isenção ou diminuição de débitos, remetidos em grau de recurso ao CFC, estimulando o profissional e a organização contábil a manterem-se adimplentes.

Já a Vice-Presidência de Desenvolvimento Operacional compete dirigir a coordenadoria da Câmara de Desenvolvimento Operacional, disposto acerca dos projetos citados acima.

Segundo o CFC (2013, não paginado):

A área de Desenvolvimento Operacional é composta pela Câmara de Desenvolvimento Operacional e pela Vice-Presidência de Desenvolvimento Operacional, sendo o primeiro como um órgão deliberativo específico, no qual suas decisões são submetidas à homologação do Plenário do CFC e o segundo com função de execução.

A Câmara de Desenvolvimento Operacional do CFC foi instituída pela Resolução CFC nº 1065, de 21 de dezembro de 2005.

No que tange o desenvolvimento de atividades pelo CRC com a finalidade de fomentar discussões pertinentes à profissão, destacam-se a organização anual dos Congressos Brasileiros de Contabilidade.

Segundo Peleias e Bacci (2004, p. 50) este evento promove discussões e congrega esforços para o aperfeiçoamento da profissão, para a valorização dos profissionais da área, e para a consolidação da regulamentação aplicável à profissão e à prática contábil.

O CFC demonstra na obra História Brasileira dos Congressos de Contabilidade, (2008, p. 11), a realização do primeiro evento:

Realizado de 16 a 24 de agosto de 1924, na Associação dos Empregados do Comércio o Rio de Janeiro, cidade do Rio de Janeiro (RJ).No dia 16 de agosto, em sua Sessão Preparatória, às 20 horas, foi aprovado o Regulamento do Congresso. Este Congresso teve como objetivo estudar todos os assuntos relacionados com a Contabilidade e com o exercício da profissão contábil, visando ao aperfeiçoamento, ao preparo técnico e à evolução moral da classe, definindo a Contabilidade e a escrituração.

Realizações nos últimos cinco anos:

- ❖ 24 a 28 de agosto de 2008 – XVIII Congresso Brasileiro de Contabilidade Gramado - RS
- ❖ 26 a 29 de agosto de 2012 –XIX Congresso Brasileiro de Contabilidade Belém - PA

O congresso sendo o maior evento da classe possibilita a interação dos membros do CFC com os contadores e profissionais da classe, sendo um meio de atualização e aprimoramento dos conhecimentos que circundam a contabilidade como um todo.

4.1.2 Mídias Sociais Institucionais

As mídias sociais se referem às formas de integração, onde as pessoas desenvolvem, trocam, propagam e comentam assuntos de forma pública, tornando mais fácil e rápido o acesso e a disseminação do que se quer tornar conhecido.

Dentre as chamadas “ferramenta de mídias sociais” cresce o acesso ao Facebook e ao Twitter, meios *online* de integração entre as pessoas, no qual as mesmas podem estar propagando, de diversas formas, uma infinidade de informações.

Facebook é uma rede social, lançado em 2004 e fundado por Mark Zuckerberg, estudante da Universidade Harvard. Inicialmente, a adesão ao facebook era restrita apenas para estudantes da Universidade Harvard, e logo foi aderido por muitas universidades individuais. O facebook é gratuito e gera receita proveniente de publicidade, incluindo banners e grupos patrocinados. Os usuários criam perfis que contêm fotos e listas de interesses pessoais, trocando mensagens privadas e públicas entre si e participantes de grupos de amigos. A visualização de dados detalhados dos membros é restrita para membros de uma mesma rede ou amigos confirmados, ou pode ser livre para qualquer um (FACEBOOK, 2013).

O Facebook possui várias ferramentas interativas, como o mural, que é um espaço na página de perfil do usuário que permite aos amigos postarem mensagens para serem vistas. Ele é visível para qualquer pessoa com permissão para ver o perfil completo, e posts diferentes no mural aparecem separados no "Feed de Notícias" (FACEBOOK, 2013).

O "Face", como é mais conhecido, possui também aplicativos, com os mais diversos assuntos, e eventos, onde a pessoa pode convidar todos seus amigos para um determinado evento. Existem também o Facebook especial para telefones celulares e smartphones, que facilitam a visualização e acessibilidade dos usuários (FACEBOOK, 2013).

Neste mesmo contexto o Twitter é também uma rede social, porém com características diferenciadas do facebook. É um servidor para microblogging, que permite aos usuários enviar e receber atualizações pessoais de outros contatos, em textos de até 140 caracteres. Os textos são conhecidos como tweets, e podem ser enviados por meio do website do serviço, por SMS, por celulares e etc (TWITTER, 2013).

As atualizações são exibidas no perfil de um usuário em tempo real e também enviadas a outros usuários seguidores que estejam seguindo a pessoa de seu interesse para recebê-las. As atualizações de um perfil ocorrem por meio do site do Twitter, por RSS, por SMS ou programa especializado para gerenciamento. O serviço é gratuito pela internet, entretanto, usando o recurso de SMS pode ocorrer a cobrança pela operadora telefônica (TWITTER, 2013).

O Twitter foi criado em 2006 por Jack Dorsey, e logo ganhou extensa notabilidade e popularidade por todo mundo. Segundo o grupo de pesquisa norte-americano Web Ecology, a língua portuguesa é a segunda mais utilizada pelo Twitter, apenas atrás do inglês. O Twitter também se tornou muito conhecido, pois pessoas famosas utilizam o microblog para comunicar-se com seus fãs (TWITTER, 2013).

O Twitter possui várias ferramentas, como o retweet, que consiste em replicar uma determinada mensagem de um usuário para a lista de seguidores, dando crédito a seu autor original, trending topics ou TTs, que são uma lista em tempo real das palavras mais postadas no Twitter pelo mundo todo, e podem ser divididos por países. O conselho federal de contabilidade entrou na rede citada acima no dia vinte oito de janeiro do ano de 2011 e criou seu perfil no Facebook em primeiro de agosto do ano de 2011, onde publica informações para os profissionais como notícias, comunicados, divulgação de eventos e assuntos importantes para a classe. Nesse cenário de necessidade cada vez maior de informações rápidas e atualizadas as mídias sociais ganham espaço por possuírem esse contexto de

agilidade e possibilidade de atingir um maior público, tornaram-se um meio de aproximação do Conselho com os contadores e com a comunidade de um modo geral (TWITTER, 2013).

Podem ser citados como exemplos dessas notícias, as datas de eventos, como congressos nacionais, convenções regionais, congressos e encontros de entidades parceiras como o SESCON e o IBRACON, divulgação de resoluções e normas contábeis, datas de avaliações para solicitação de registro profissional e para categorias específicas na área da contabilidade.

No que tange ao acesso ao “Face” e ao Twitter qualquer pessoa com um perfil nas redes sociais elencadas poderá ter acessos as notícias publicadas. No Facebook bastará utilizar o recurso “curtir” na página do conselho, já no Twitter será necessário utilizar-se a opção “seguir”, desta forma o usuário passará a receber as novidades divulgadas. As mídias sociais apresentam-se como meios de aproximação do CFC com a comunidade como um todo, buscando noticiar atividades e a aplicação dos recursos recebidos pelos seus associados nos projetos institucionais.

4.1.3 Publicações do Conselho Federal de Contabilidade

O Conselho Federal de Contabilidade publica uma série de periódicos nos quais divulga informações sobre atividades institucionais, eventos, destinação de recursos e demais assuntos pertinentes à classe. Dentre eles o Balanço Social, o Jornal do Conselho Federal de Contabilidade e Revista Brasileira de Contabilidade.

O Balanço Social é um documento que permite demonstrar o comprometimento da organização com a sociedade e o meio ambiente. Parte dos seus dados é, substancialmente, extraído dos registros contábeis.

Esse demonstrativo é um importante instrumento de gestão nas organizações públicas e privadas e agora é incorporado pelo Conselho Federal de Contabilidade (BALANÇO SOCIAL, 2005).

O Balanço Social do CFC foi elaborado em consonância com as Normas Brasileiras de Contabilidade, especificamente, a NBC T 3.7 e a NBC T 15, e apresenta um conjunto de informações contábeis, administrativas, financeiras, sociais e ambientais de expressiva relevância para a sociedade e para a gestão no que se refere ao processo de tomada de decisões (BALANÇO SOCIAL, 2005).

No ano de 2005, o balanço social teve sua estrutura composta de informações sobre atividades operacionais, atividades-fim, atividades institucionais e balanço social em dados, incluindo pesquisas de satisfação, outras informações contábeis, indicadores de resultados e planejamento social para 2006.

Este trabalho, de forma definitiva, integra o sistema de informações do CFC sobre as ações, os projetos sociais e a cultura organizacional, na linha da prestação de contas com a mais nítida clareza e absoluta transparência (BALANÇO SOCIAL, 2005, p.06).

Logo, é um importante instrumento de Governança Corporativa, pois possibilita o fácil acesso as informações das realizações do conselho no decorrer do exercício. Trata-se de um mecanismo de simples forma de publicação que apresenta não somente informações quantitativas, mas também qualitativas.

As publicações do Balanço Social nos últimos cinco anos foram: Novas oportunidades, novos desafios (2008), Novos rumos para a contabilidade (2009), Trabalho, Representatividade e Credibilidade (2010), Contabilidade Brasileira como Referência Internacional (2011) e A ciência Contábil contribuindo para o desenvolvimento sustentável (2012).

Ao comparar o Balanço de 2008 ao de 2012 pode ser verificada a similaridade na divisão dos capítulos: Gestão Institucional; Gestão de Pessoas; Gestão de Registro e Fiscalização, Normatização e Educação Continuada; Gestão Socioambiental; e o Balanço Socioambiental em dados.

Em 2012 o CFC já traz um “Mapa Estratégico”, explicando que todos os projetos desenvolvidos por ele atentam aos objetivos traçados. Dentre os objetivos ele também traz o público alvo sendo de influências na formação das competências e das habilidades do profissional e fomentar programas de educação continuada, promover a satisfação da classe contábil com o sistema CFC/CRCs, fortalecer a participação sociopolítico-institucional perante as instituições públicas, privadas, sociedade civil e entidades representativas da classe contábil.

Os usuários das informações do CFC podem fazer o *download* desta publicação de forma gratuita no portal do conselho, ela também é distribuída de forma impressa nos eventos regionais e nacionais nos estandes.

O jornal do CFC é uma publicação bimestral editada pelo próprio conselho e distribuída de forma gratuita aos seus associados.

Aborda os eventos realizados e previstos na data da divulgação do jornal, bem como informações sobre o trabalho das comissões em âmbito nacional, campanhas institucionais, e alterações em normas e regulamentos da profissão contábil.

Segundo o setor de Comunicação do conselho, o jornal passou por uma evolução iniciando com o Boletim do Conselho Federal de Contabilidade em maio de 1998 (02 exemplares), em julho de 1998 exemplares do número 03 a 11, após modificou para o Boletim do CFC em agosto de 1999 dos exemplares 12 a 32 e ao Jornal do CFC iniciado no exemplar 33, em 2001, que persiste até os dias atuais.

No início de 2008, fora publicado o jornal número 91 com 75.000 tiragens sendo distribuídos gratuitamente aos profissionais no site do conselho e de forma impressa. Já em dezembro de 2012 publicou-se o jornal número 115 com 10.000 impressões.

Sendo uma publicação distribuída de forma gratuita, tende a ser o meio de divulgação simples e objetivo, possibilitando o acesso de qualquer pessoa às informações das realizações do Sistema CFC/CRCs.

Já RBC (Revista Brasileira de Contabilidade) consiste em uma publicação técnica que objetiva divulgar artigos com caráter técnico-contábil, promovendo as experiências e estudos do profissional da área (CFC, 2013).

Para que um artigo seja publicado na revista, o mesmo deve estar embasado em um conteúdo de relevância para a classe contábil, não somente com aos temas exclusivos a contabilidade, mas com o leque aberto a assuntos afins.

O Conselho Federal divide as publicações da RBC em 03 fases:

3ª fase (1971 aos dias atuais): Em 1971, iniciou-se uma nova fase da RBC. A partir de então, ela passou a ser patrocinada pelo Conselho Federal de Contabilidade, à época sediado na cidade do Rio de Janeiro, passando a RBC a constituir-se no órgão de divulgação oficial do CFC. Sua circulação era trimestral, com impressão da capa em 4 cores e o miolo em uma cor. Em 1990, no mês de agosto, quando circulou a edição nº 72, na gestão do Presidente do CFC, Ivan Carlos Gatti, a RBC ganhou um novo visual gráfico, impressão em 4 cores. Nessa fase deu-se início ao sistema de assinaturas, visando tornar a RBC auto-suficiente. Atualmente, a RBC vem alcançando a cada nova edição aprimoramento técnico e visual, seguindo tendências modernas de diagramação e passando a conter, além de artigos técnicos, entrevistas e reportagens sobre matérias de grande interesse para a profissão contábil.

Peleias e Bacci (2004, p. 44):

A criação da “Revista Brasileira de Contabilidade” em 16 de dezembro de 1911. O primeiro número do periódico foi editado em 01 Janeiro de 1912, trazendo na sua página 18 a seguinte observação¹³: Sociedade Anonyma “Revista Brasileira de Contabilidade” - Em 16 do mês de dezembro último, constituiu-se legalmente, nesta capital, uma Sociedade Anonyma com o titulo acima. O objetivo dessa sociedade é a publicação desta Revista. A sociedade é administrada por três directores e quatro

administradores. Esses cargos ficaram assim distribuídos: Diretores Carlos de Carvalho, Horacio Berlinck e José da Costa Sampaio. Administradores: Francisco D'Auria, Carlos Levy Magano, Raymundo Marchi e Emilio de Figueiredo e como redator o Sr. Carlos de Carvalho.

4.2 Relação CFC *versus* Associado no que tange o acesso à informação

Para poder traçar um panorama de como é a relação do CFC com o associado no que tange seu acesso à informação, foi realizada uma pesquisa junto a uma amostra definida de dez profissionais da área contábil, por região do país para obter uma participação equitativa (Norte, Nordeste, Centro-oeste, Sudeste e Sul), totalizando em 50 entrevistados.

Inicialmente, as perguntas aplicadas na forma de questionário foram direcionadas a fim de traçar um perfil dos respondentes. Os entrevistados foram questionados sobre a área de atuação profissional, região onde residem atualmente, acerca do tempo de registro profissional junto ao conselho de contabilidade e se integram alguma comissão, projeto ou grupo de estudo junto aos respectivos conselhos regionais ou ao conselho federal.

No que tange ao ramo de atuação profissional identificou-se que 34% dos entrevistados trabalham no meio privado, 29% exercem atividades no meio acadêmico, 22% atuam como empresários e 15% trabalham na área pública. O gráfico abaixo demonstra a maior atuação do profissional contábil em empresas privadas, embora a presença no meio acadêmico apresente-se bastante significativa. Para a pesquisa foi importante a mescla de setores, pois possibilitou aumentar a diversidade da amostra no que consiste a interesses por informações.

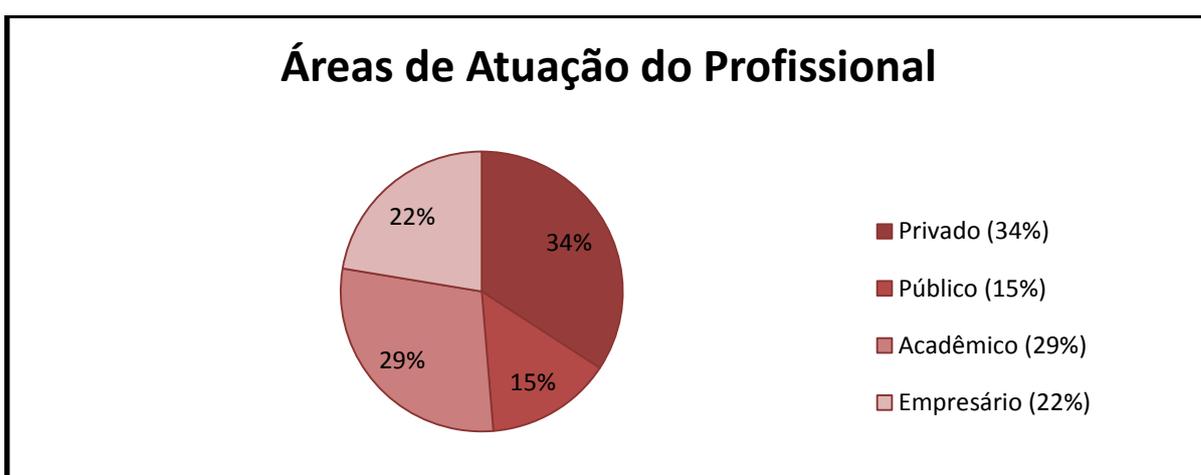


Figura 02: Área de Atuação do profissional
Fonte: A autora (2013)

A seguir foi perguntado a qual região o entrevistado pertencia, como já explicado na definição da amostra, foram aplicados dez questionários por estado, em um total de 50.

Quando abordado o tempo do registro foram coletados os seguintes dados: 32% possuíam o vínculo de 01 a 03 anos, 24% de 4 a 8 anos, 16% de 8 a 15 anos e 28% eram registrados no conselho há mais de 15 anos. Notou-se que a variação de profissionais com um menor tempo de registro aproxima-se do percentual dos que possuem o mesmo a um período maior, isso demonstra a constante procura e permanência pela área contábil.

Na pergunta “Você participa de alguma comissão, projeto ou grupo de estudo do conselho regional ou Federal de contabilidade?”, 56% dos entrevistados responderam que não faziam parte, já 44% responderam que estavam presente em alguma modalidade de trabalho. Isso demonstra que uma menor parcela dos profissionais está inserida em atividades institucionais nos conselhos, informação fundamental para a pesquisa, pois a amostra possui um número maior de profissionais não vinculados diretamente às atividades. Desta forma a visão externa as publicações prevalece, se comparada à visão dos que participam de alguma forma.

Após foi indagado sobre o acesso dos profissionais às mídias, mais especificamente às redes sociais, onde os resultados apontaram que praticamente todos estavam ligados às comunidades, pois 90% fazem parte de alguma rede. Estes dados ressaltam a importância e força dessa modalidade de mídia, e ainda evidencia sua conquista espaço um meio de aproximação de forma rápida com o público alvo.

Para detalhar com a rede social mais utilizada, o profissional foi inquirido acerca de quais redes está conectado. O gráfico abaixo demonstra as principais respostas.

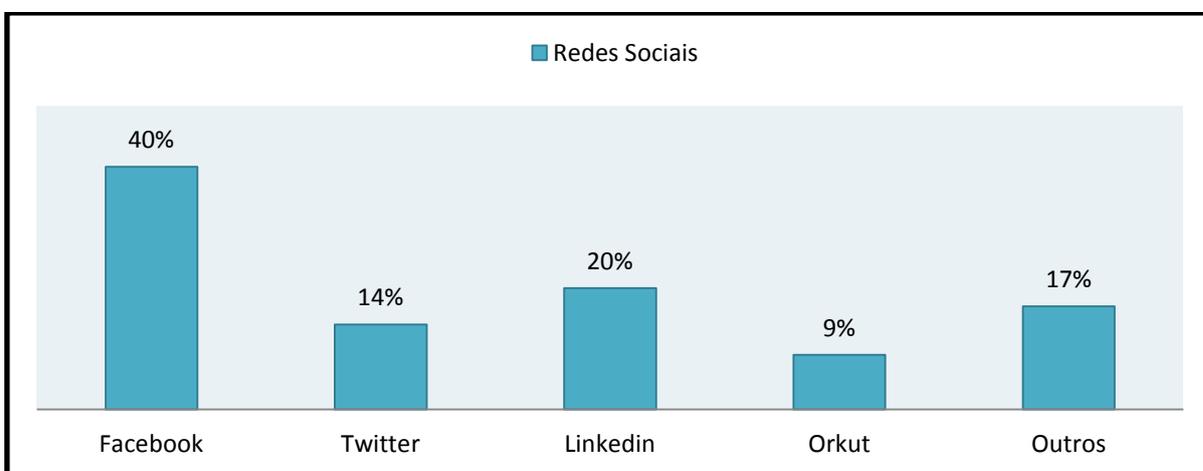


Figura 3: Redes Sociais
Fonte: A autora (2013)

Para mensurar quanto à atualização das informações do CFC, publicadas nas redes citadas, foi questionado sobre o acompanhamento das postagens do conselho por parte dos entrevistados. Identificou-se que 82% acompanham as publicações por meio das redes sociais. Esta informação ratifica a importância que as mídias sociais, neste caso mais precisamente o Facebook e o Twitter, para aproximação do CFC com a comunidade e principalmente com seu associado. Sendo hoje um dos principais meios de publicação de forma barata e rápida para atualizar o profissional.

Quanto ao resultado do questionamento sobre a quantidade de profissionais que assinam a Revista Brasileira de Contabilidade, obteve-se que 52% assinam ou já assinaram a RBC.

Quando perguntados sobre a busca de informações no portal do CFC 80% dos entrevistados responderam que procuram as informações que necessitam na página oficial do conselho. Para detalhar quais informações esses profissionais procuram, indagou-se sobre quais seriam elas, com as respostas construiu-se o gráfico abaixo.

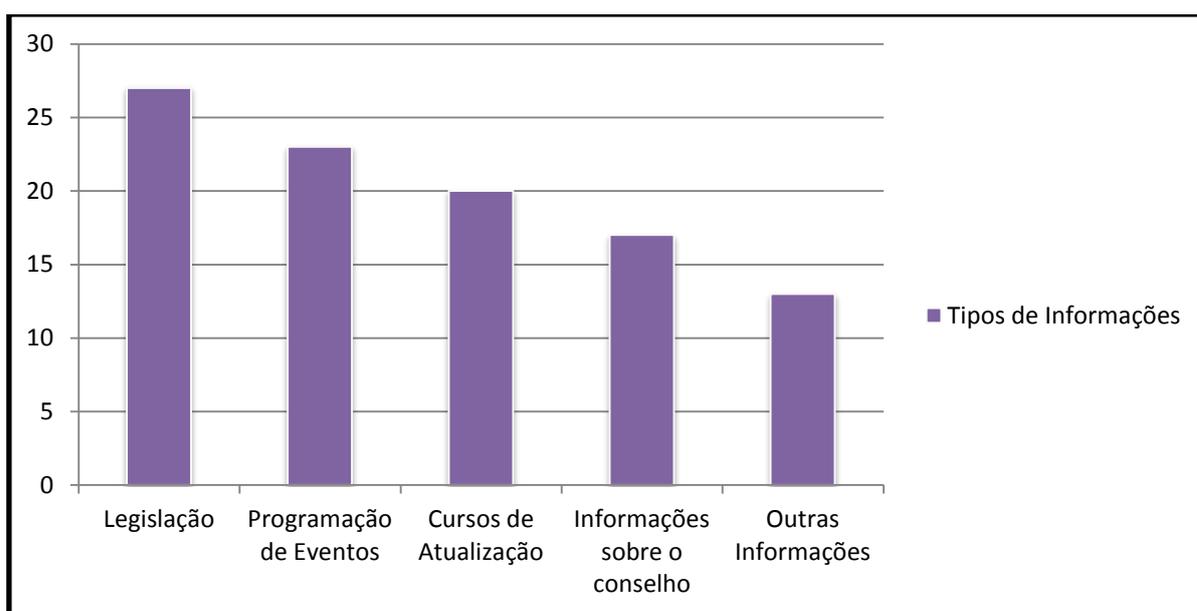


Figura 04: Tipos de Informações mais procuradas no portal do CFC
Fonte: A autora (2013)

Das opções elencadas 27% correspondem que buscam por legislações junto à página, 23% procuram programações de eventos, 20% buscam informações sobre cursos para atualização profissional, 17% almejam dados sobre o CFC e 13% buscam outras informações. A busca por informações acerca das mudanças em legislações ou por eventos leva o profissional a procurar o CFC, desta forma, o usuário tem a possibilidade de acessar outros

assuntos, sendo um deles a própria prestação de contas e a aplicação de recursos recebidos dos profissionais.

Na pergunta “Com qual frequência?” foram encontradas as seguintes respostas: 16% procuram diariamente, 30% semanalmente, 24% mensalmente e 30% esporadicamente.

A figura 5 possibilita a verificação de que os profissionais procuram participar principalmente dos eventos regionais e demais eventos organizados pelo CRC, entretanto, ressalta-se que a participação em eventos de âmbito nacional não é pequena.



Figura 5: Eventos organizados pelo sistema CFC
Fonte: A autora (2013)

Quando foi perguntado “Você se considera um profissional atualizado?”, 94% dos entrevistados respondeu que se considera um profissional “antenado” com as mudanças da profissão. Questionados sobre a participação do CFC para essa atualização, 36% considerou muito importante a contribuição do conselho para sua atualização profissional, 30% considerou razoável, 20% entende como pouca a participação, 14% considerou de o CFC não colabora. Por meio das respostas acima, se pode concluir que a maior parcela dos profissionais avaliou que o conselho coopera com sua atualização, demonstrando que as publicações realizadas pelo órgão de classe são relevantes para os que exercem funções na área contábil.

Perguntados sobre a facilidade sobre do acesso às informações que procura junto ao CFC, 42% entende como fácil esse acesso, 20% foram contrários à afirmação e 38% responderam que em alguns pontos foi fácil o acesso.

O caminho entre o usuário e a informação pode ser diminuído quando há uma preocupação com assimetria, onde tanto os usuários internos, que em um primeiro momento podem ser considerados como privilegiados nesse contexto, possuem a mesma capacidade de chegar aos dados, quando comparado aos usuários externos.

No caso deste estudo a amostra possuía uma maior parcela de profissionais na condição de usuário externo, ou seja, não ligado diretamente a uma atividade que possibilitasse algum tipo de vantagem neste aspecto. Esta informação é de suma importância, pois demonstra que a maior parcela dos entrevistados considera, mesmo que em partes, facilitado o acesso às informações que procura, junto ao Conselho Federal de Contabilidade.

O percentual de 38% para os que responderam que consideram “em parte” fácil a captação por dados do CFC evidencia a necessidade da melhora nas divulgações. Buscando conhecer qual a carência que o próprio usuário sente ao julgar como parcialmente satisfeito com o que é publicado.

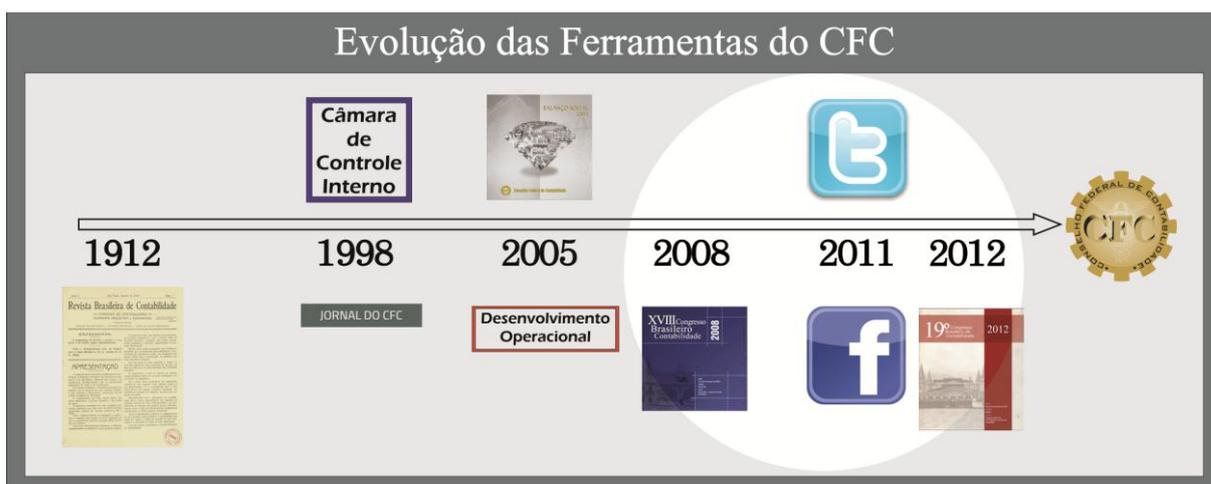


Figura 02: Evolução das Ferramentas do CFC
Fonte: A autora (2013)

A figura acima demonstra a evolução das ferramentas de governança corporativa utilizadas pelo CFC, apresentando conforme a data de suas respectivas criações. O período destacado na imagem compreende os anos de 2008 a 2012, os últimos cinco anos analisados nesse artigo. Fica evidenciado o surgimento dos perfis sociais do CFC, onde o mesmo procura aproximar-se com os profissionais e com a sociedade de um modo geral.

5 Conclusão

A contabilidade tem o papel hoje de primar pela transparência das informações, tendo como alicerce os princípios fundamentais da prudência, entidade e continuidade, entre outros, que envolvem o profissional e o sistema em um contexto pela busca da clareza e coerência.

O CFC e suas extensões regionais nos Estados devem procurar garantir a primazia dos atos conforme prevê a base da categoria, ou seja, sendo a entidade máxima, carece demonstrar ações que sigam as diretrizes pregadas e fiscalizadas junto aos profissionais.

Esse artigo apresentou as ferramentas pelas quais o CFC busca a aproximação com seu associado e os meios com que permite o acesso às informações que os profissionais julgam necessárias. A partir do panorama evolutivo pode-se notar que o conselho acompanha as mudanças que o desenvolvimento da própria sociedade, como citado anteriormente, a exemplo das mídias sociais.

As ferramentas apresentadas no capítulo anterior buscam cada uma a sua forma, diminuir o espaço entre o CFC e seus *stakeholders*, algumas apresentam dados quantitativos e qualitativos como o Balanço, outras informações sobre atividades a exemplo do jornal e das redes sociais, já ferramentas que organizam os trabalhos internos para após divulgar, como a Câmara de Controle Interno e o Desenvolvimento Operacional.

Apesar da Revista Brasileira de Contabilidade não divulgar informações aos associados no que tange a prestação de contas, ela ainda é um grande instrumento de atualização aos profissionais, que buscam nela os assuntos abordados em artigos publicados.

A própria forma em como esta pesquisa foi conduzida no que tange o acesso aos dados, revela características importantes do sistema de governança corporativa adotado pelo CFC uma vez que são provenientes de informações concedidas pelos seus departamentos por meio de e-mails enviados na condição de estudante de ciências contábeis, e explicando que os dados seriam utilizados em um trabalho de conclusão de curso. Prontamente houve a resposta das solicitações, demonstrando a facilidade de acesso, por um usuário externo ao CFC, pois na condição de acadêmico, o estudante não integra o sistema formal, por não possuir o registro profissional, condição que exige aprovação em um exame de classe.

Para a contabilidade como um todo, o estudo se justificou por permitir discussões sobre uma nova abordagem, auxiliando em várias entidades, perpetuando os métodos de controle e direcionamento das organizações.

Quanto ao acadêmico, serviu como meio de aprofundamento dos conhecimentos sobre o tema e suas ramificações, como assimetria informacional, teoria da agência e da governança corporativa e o próprio entendimento do sistema CFC.

Já para o profissional contábil, possibilitou enxergar de forma mais ampla, em seu órgão maior de classe, os mecanismos de organização e a realização de suas atividades junto à sociedade, afirmando sua razão de existir.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Adriana; ROSSETTI, José Paschoal. **Governança Corporativa: Fundamentos, desenvolvimento e tendências**. 1. ed. São Paulo:Atlas, 2004.

ARRUDA, G. et al. **A governança corporativa e a teoria da agência em consonância com a controladoria**. Santa Maria: UFSM, 2008. Disponível em: <<http://cascavel.ufsm.br/revistas/ojs-2.2.2/index.php/reaufsm/article/view/570>> Acesso em 12 jun 2013.

BEUREN, Ilse Maria. **Como Elaborar Trabalhos Monográficos em Contabilidade**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

BRASILIA, DF. Conselho Federal de Contabilidade. Resolução nº 1065, de 21 de dezembro de 2005.

BRASILIA, DF. Conselho Federal de Contabilidade. Resolução nº 13 de 9 de março de 1949.

BRASILIA, DF. Conselho Federal de Contabilidade. Resolução nº 450 de 11 de fevereiro de 1977.

BRASILIA, DF. Conselho Federal de Contabilidade. Resolução nº 831 de 11 de dezembro de 1998.

CAMARGOS, Marcos Antônio de; BARBOSA, Francisco Vidal. **Adoção de Práticas Diferenciadas de Governança Corporativa Beneficia o Acionista e Aumenta a liquidez acionária? Evidências Empíricas do Mercado Brasileiro**. REGE, São Paulo, v. 17, n. 2, p. 189-208, abr./jun. 2010. Disponível em: <<http://www.regeusp.com.br/arquivos/692.pdf>> Acesso em 12 jun 2013.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. **Balanco Social 2005**. Disponível em http://portalcfc.org.br/coordenadorias/administrativa/balanco_social/balanco.php?id=1205, Acesso em 01 out 2013.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. Disponível em: <http://portalcfc.org.br/>. Acesso em 10 jun 2013.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. **História dos Congressos Brasileiros de Contabilidade** . 2008. Disponível em: <http://www.cfc.org.br/uparq/hist_congressos_p.pdf> Acesso em 23 set 2013.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. **História dos Congressos Brasileiros de Contabilidade**. 2012. Disponível em: <http://portalcfc.org.br/wordpress/wp-content/uploads/2013/01/hist_congressos_2012_web.pdf> Acesso em 23 set 2013.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. **Jornal do CFC**. Disponível em: <<http://www.portalcfc.org.br/jornal/>> Acesso em 20 set 2013.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. **Manual Administrativo e Financeiro do Sistema CFC/CRCs**.3.ed. Brasília,2011. Disponível em: <http://50.97.105.38/~cfc495/wordpress/wp-content/uploads/2013/01/manual_net.pdf> Acesso em 11 jun 2013.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. **Revista Brasileira de Contabilidade**. Disponível em: <<http://portalcfc.org.br/rbc/>> Acesso em 20 set 2013.

DA SILVA, Edson Cordeiro. **Governança Corporativa nas Empresas**. 1. ed.São Paulo:Atlas, 2006.

Facebook. Disponível em <<http://www.significados.com.br/facebook/>> Acesso em 25 set 2013.

FACHIN, Odilia.**Fundamentos de Metodologia**.4.ed.São Paulo: Saraiva,2003.

GIL, Antonio Carlos. Como **Elaborar Projetos de Pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GITMAN, Lawrence. **Princípios de administração financeira**. São Paulo: Peason Education do Brasil, 2010.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GOVERNANÇA CORPORATIVA. Disponível em: <<http://www.ibgc.org.br/Home.aspx>> Acesso em 10 jun 2013.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GOVERNANÇA CORPORATIVA.**Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa**.4. ed.São Paulo, 2009.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GOVERNANÇA CORPORATIVA.**Panorama da Governança Corporativa no Brasil**. São Paulo, 2009.Disponível em: <<http://www.ibgc.org.br/Download.aspx?Ref=Pesquisas&CodPesquisas=4>> Acesso em 11 jun 2013.

JACQUES, Juliane Fernandes. **Governança Corporativa em uma Instituição de Ensino Superior – Universidade de Cruz Alta- RS**.

LODI, João Bosco. **Governança Corporativa: o governo da empresa ao conselho de administração**. 3. ed.Rio de Janeiro:Campus, 2000.

PELEIAS, Ivam Ricardo Peleias; BACCI, João. **Pequena cronologia do desenvolvimento contábil no Brasil: Os primeiros pensadores, a padronização contábil e os congressos brasileiros de contabilidade.** Revista Administração On Line – FECAP - Volume 5 Nº 3, p 39-54 jul/ago/set 2004. Disponível em: http://www.fecap.br/adm_online/art0503/art5034.pdf> Acesso em 06 de out 2013

SILVA, Antonio Carlos Ribeiro. **Metodologia da Pesquisa Aplicada à Contabilidade.** São Paulo: Atlas, 2003.

SILVA, Edna Lúcia da ;MENEZES, Estera Muszkat. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação.** 4. ed. Florianópolis: UFSC, 2005. Disponível em: <http://www.convibra.com.br/upload/paper/adm/adm_3439.pdf> Acesso em 22 mai 2013.

Twitter. Disponível em <<http://www.significados.com.br/twitter/>> Acesso em 25 set 2013.