



Conselho Federal de Contabilidade - CFC

**FIARC - Processo Administrativo nº
10099.100308/2021-07 - Caso 2021.III.002**

**Regras sobre publicidade em serviços
contábeis – NBC PG 01/2019**

Sumário

- Contexto – Consulta Pública e Contribuição SEAE em 2018; 2 anos de aplicação
- Regulação de serviços profissionais no Brasil – questão sistêmica
- Objeto e alcance desta análise investigativa – **questão central: efeitos econômicos**
- Regras sobre publicidade no Código de Ética do contador
- **Ausência de efeitos negativos no mercado – simplesmente não há evidências**
- Importância da auto regulação, inclusive sobre publicidade – evitar abusos, qualidade do serviço, igualdade de condições, proteção dos usuários e da sociedade
- Parecer econômico – restrições à publicidade de “bens e serviços de credibilidade” (*credence goods*) são justificáveis à luz da literatura econômica
- Conclusões

Contexto

- Contribuição SEAE em 2018: Nota Técnica SEI nº 14/2018/COGAC/SUPROC/SEPRAC-MF
- SEPRAC considerou que algumas das disposições da minuta (itens 12, 14, e 15), poderiam gerar impactos anticoncorrenciais
- Considerações foram analisadas pelo CFC, que fez alterações significativas à minuta para contemplar as preocupações
- **Código não veda a publicidade; não veda divulgação de preços dos serviços; não cria barreiras à entrada; não impede ou desestimula uso de novas tecnologias**
- Código estabelece regras que o CFC considera necessárias como parte do comportamento ético que se espera dos profissionais da contabilidade
- Aplicação horizontal e impessoal, por meio de processo com contraditório e ampla defesa; inerente à função de fiscalização do exercício profissional dos conselhos
- Questionamento por **uma única empresa**, em universo de aproximadamente 80.000.

Contexto

- O MPF, no Ofício nº 87/2020, ao opinar sobre a versão final da NBC PG 01, considerou que a minuta havia sido “corrigida”, em atendimento às recomendações da SEPRAC, sendo desnecessária sua atuação

Senhor Coordenador-Geral,

Em atenção aos Ofícios nº 830 e 833/2020/CGAA6/SGA2/SG/CADE, ambos de 7/2/2020, informo que a **suposta restrição indevida de publicidade com efeitos anticoncorrenciais, prevista na então minuta de Novo Código de Ética Profissional do Contador (NCEPC), foi oportunamente corrigida em sua versão final aprovada na Ata CFC nº 1.048 - NBC PG 01, de 7 de fevereiro de 2019, DOU Seção I, de 14/2/2019, em alinhamento com os ditames e recomendações previstas na Nota Técnica SEI nº 14/2018/COGC/SUPROC/SEPRAC, conforme Despacho nº 182/2020/ASSCOR em anexo.**

Assim sendo, de acordo com os indícios anteriormente apresentados, e até a presente data, não se observa a necessidade de outras ações subsequentes, ressaltando-se o acompanhamento permanente do Ministério Público Federal em mercados que envolvam tabelamento de preços e honorários.

- Nota Técnica nº 12/2020/SG e Despacho SG nº 471/2020 entenderam **que a NBC PG 01 não veda a publicidade; que não há indícios claros de que surgiriam possíveis efeitos anticoncorrenciais, principalmente exclusão de rivais**

Regulação de serviços profissionais no Brasil

- Criação dos conselhos profissionais e delegação a eles de competência de editar normas para reger e fiscalizar a profissão e seu exercício – decisão do Estado
- Algumas das profissões reguladas por conselhos profissionais:
 - ❑ Advocacia (OAB)
 - ❑ Medicina (CFM)
 - ❑ Engenharia, Arquitetura e Agronomia (Confea/CREAs)
 - ❑ Odontologia (CFO)
 - ❑ Psicologia (CFP)
- Regras sobre publicidade/divulgação estão presentes em praticamente todos os Código de Ética
- Regras semelhantes, assentadas em princípios compartilhados – publicidade deve ter caráter informativo e natureza técnica e não pode prejudicar a reputação da profissão e de colegas
- A alteração desse modelo de regulação só pode ocorrer por decisão do próprio Estado; de forma homogênea e isonômica
- Tratamento seletivo só se justifica na presença de **evidências concretas e robustas de efeitos econômicos negativos no mercado**

Objeto e alcance da análise – questão central

- Objeto - se sugestões de aprimoramento da regulação são necessárias ou não. Não inclui “*análises de legalidade e juridicidade*” (Art. 18, § 3º, IN SEAE 97).

- Premissas que justificaram abertura da investigação:
 - “*Restrições à concorrência*”
 - “*Barreiras ao desenvolvimento de empresas que propõem modelos de negócios inovadores no setor de contabilidade*”
 - “*Mercado é privado de soluções mais eficientes e de menor custo*”

- Necessidade de comprovação e quantificação do “*impacto econômico concreto*” - decisão que aprovou o requerimento (Ata de Reunião FIARC – SEI nº 15546830; §24)

- Requisito para procedência da queixa: **demonstração da efetiva ocorrência desses efeitos negativos em “todo o setor”** (Ata de Reunião FIARC – SEI nº 15546830; §21)

- **Isto não ocorreu. Ao contrário, as evidências disponíveis contrariam essas premissas e confirmam a importância de regras sobre divulgação de serviços contábeis**

Regras sobre publicidade – Código de Ética do Contador

- Artigo 6º, f, Decreto-Lei 9.295/46 - atribui ao CFC a edição de Normas Brasileiras de Contabilidade de natureza técnica e profissional
- Artigo 10, Decreto-Lei 1.040/69 - competência do CFC, com participação dos CRCs, para elaboração e aprovação do Código de Ética dos Contabilistas. **Regras sobre a forma de divulgação dos serviços são parte inerente dos padrões técnicos e éticos considerados necessários por quem tem a atribuição legal de defini-los**
- Artigo 1º, §1º, I, e 17, III, IX, XXVII do Regulamento Geral dos Conselhos de Contabilidade (Resolução CFC nº 1.612/2021) - competência do CFC para o exercício da função normativa superior, disciplinar e fiscalizar o exercício da profissão, o zelo pela dignidade e valorização da profissão e profissionais, velar pelo prestígio e bom nome da classe e dos que a integram
- Conselhos profissionais são distintos dos sindicatos. Não defendem interesses dos profissionais; devem zelar pelo **interesse público**

Regras sobre publicidade – Código de Ética do Contador

- Regras da NBC PG 01: **reiteram e reforçam regras do CDC, LPI e normas de autorregulação publicitária, que vedam propaganda enganosa, com informação falsa, com o fim de obter vantagem, assim como campanha que deprecie concorrentes**
- A correta aplicação e interpretação das normas da NBC PG 01 é assegurada pelas normas que orientam a atuação do Sistema CFC/CRCs e que seus órgãos têm o dever de observar
- **Toda norma conta com certo nível de abstração e demanda um exercício de interpretação em sua aplicação**
- O estabelecimento de regras de publicidade na NBC PG 01 está em linha com os objetivos do Sistema CFC/CRCs e visa evitar abusos, tanto com relação à classe contábil quanto em relação aos indivíduos e empresas que contratam esses serviços

Regras sobre publicidade – Código de Ética do Contador

- Normas análogas em outros códigos profissionais:



Vedação de conduta ou anúncio que prejudique a classe profissional:

OAB, CFM, CREA, CFO e CFP



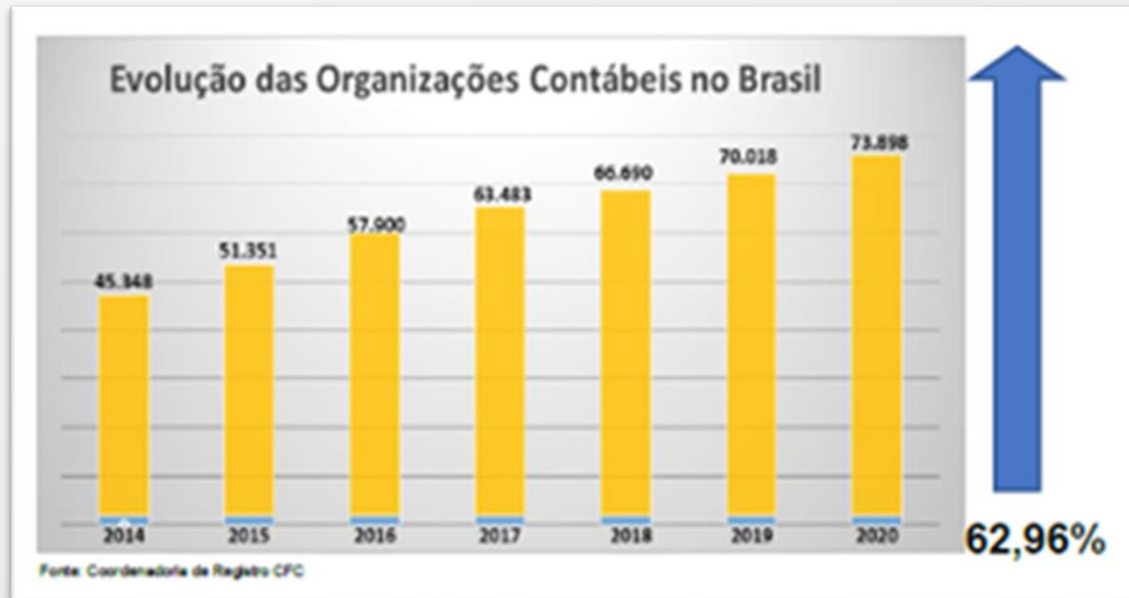
Vedação da mercantilização: OAB , CFM, CFO e CFMV



Conteúdo informativo, moderado e discreto: OAB e CFMV (ao menos)

Ausência de efeitos negativos no mercado

- Crescimento de **62,96%** no número de organizações contábeis registradas nos CRCs, nos últimos 7 anos:



Ausência de efeitos negativos no mercado

- A existência e o desenvolvimento de ao menos 10 empresas no setor de contabilidade “online” confirma a ausência de efeitos negativos
- No Inquérito Administrativo nº 08700.006673/2015-82, manifestações de outras empresas de contabilidade online não confirmam a procedência das alegações da Contabilizei
- Uma informa que **não haviam sido ajuizados contra ela processos judiciais ou administrativos por conselhos profissionais de contabilidade, mas sim pela Contabilizei:**

“No bojo do referido Inquérito Administrativo, a Contabilizei Contabilidade, ora Autora, diz que está lutando em defesa da Livre Concorrência, sob o argumento de que o Novo Código de Ética de Contabilidade restringe a publicidade sendo uma restrição concorrencial e acusa os Conselhos Regionais de Contabilidade (CRC’s) de estarem perseguindo-a, abusando do Acesso à Justiça, quando instauram procedimentos fiscalizatórios contra si.

Por isso, o Conselho Administrativo de Defesa Econômica – CADE oficiou, frise-se, a pedido da Contabilizei, diversas contabilidades online no intuito de apurar se as outras contabilidades online possuíam processos referentes a campanhas publicitárias.

Ocorre que, ironicamente, o que se constatou foi o fato de que, assim como acontece no presente caso, as demais contabilidades não tinham processos judiciais instaurados contra si por qualquer Conselho, mas possuíam processos judiciais ajuizados pela Contabilizei, ora Autora, referente a campanhas publicitárias.

Todos com o mesmo objetivo, de coagir as contabilidades a se absterem da utilização da palavra-chave “contabilizei” (...), o que claramente afeta o equilíbrio concorrencial do setor (...)” (g.n.)

Ausência de efeitos negativos no mercado

- Distinção entre contabilidade “online” e “tradicional” deve ser relativizada:
 - Praticamente todos os escritórios de contabilidade atuam com softwares para processamento da contabilidade de seus clientes e atendimento das obrigações tributárias acessórias;
 - A operacionalização das transações contábeis é feita eletronicamente desde a origem das operações, em razão dos sistemas eletrônicos de emissão de notas fiscais existentes no Brasil, que permitem o registro contábil das operações a partir dos próprios códigos existentes em tais documentos;
 - A maioria das organizações contábeis, em especial as de maior porte, possuem estrutura para atender e prestar serviços a clientes em qualquer localidade do Brasil;
 - Ampla maioria dos escritórios de contabilidade adquirem licenças de softwares já existentes no mercado, desenvolvidos por empresas de tecnologia.

Ausência de efeitos negativos no mercado

- Informações da própria Contabilizei contradizem alegações de que o modelo de negócios estaria sendo prejudicado ou inviabilizado:

A contabilidade perfeita é o pretexto para estar sempre ao lado do micro e pequeno empreendedor.



- 600 especialistas sendo mais de 80 com CRC (registro no Conselho Regional de Contabilidade)
- Número 1 do Brasil em abertura de micro e pequenas empresas
- Mais de 30 mil clientes satisfeitos em vários segmentos e especialidades

“Atualmente, a Contabilizei tem mais de 400 funcionários e espera chegar ao final do ano com cerca de 50 novas contratações. A empresa tem dobrado de tamanho a cada ano desde 2016 e espera manter o ritmo de crescimento nos próximos períodos. A meta é crescer 200% na soma de 2020 e 2021”. Link: <https://www.istoedinheiro.com.br/fazemos-o-processo-de-abertura-de-empresas-de-maneira-gratuita-conta-o-ceo-da-contabilizei/>.

“A Contabilizei não abre números de faturamento, mas divulga projeções percentuais para lá de ambiciosas. O negócio cresceu entre 100 e 200% de 2016 a 2018. Entre 2019 e 2021, projeta repetir a proporção” Link: <https://exame.com/pme/contabilidade-startups-unicornio-contabilizei-75-milhoes/>.

- Contabilizei incluída no rol de empresas brasileiras que têm potencial para se tornar **“unicórnio”** (Relatório elaborado pela Distrito, com apoio da KPMG)
- Contabilizei iniciou 2021 com uma captação da *Softbank* e tem **planos de aumentar em 40% o número de funcionários e dobrar a sua quantidade de clientes.** <https://docsend.com/view/mdcuujz862mxbckc>.

A importância da (auto) regulação para coibir abusos

- A NBC PG 01 integra as funções de autorregulação da profissão contábil delegadas pelo Estado brasileiro ao sistema CFC/CRCs

Conteúdo: estabelece padrões éticos e normas de condutas que balizam a atividade desenvolvida pelos profissionais contábeis; objetivam a manutenção do equilíbrio do setor, evitando e sancionando abusos que podem prejudicar a concorrência, assim como os riscos de monopolização ou prejuízos à reputação da profissão e dos profissionais.



Não existe na NBC PG 01 “vedação” à publicidade ou restrições que impliquem aumento do custo para a obtenção de informações por parte dos consumidores ou adquirentes dos serviços de contabilidade

A importância da (auto) regulação para coibir abusos



Caso ScaleFactor. “ScaleFactor usou táticas de vendas agressivas e priorizou a busca de capital em vez de criar softwares que atendessem o prometido, de acordo com entrevistas com 15 ex-funcionários e executivos”. Fonte: <https://forbes.com.br/principal/2020/07/por-dentro-da-polemica-que-levou-a-derrocada-da-scalefactor/> .

Por dentro da polêmica que levou à derrocada da ScaleFactor



Sendo assim, alguns fundadores de startups e proprietários de cafés que realmente perdiam as noites fazendo contabilidade contrataram a ScaleFactor, e logo se arrependeram da decisão; eles não receberam por aquilo que pagaram. Em vez de o software produzir demonstrações financeiras, dezenas de contadores fizeram o serviço manualmente da sede da ScaleFactor, em Austin, ou de um escritório terceirizado nas Filipinas, de acordo com ex-funcionários. Alguns clientes dizem que receberam livros cheios de erros e foram forçados a contratar novos contadores ou a limpar a bagunça sozinhos.

Os clientes foram os primeiros a se pronunciar. “Se você é um dos investidores que deu a esses palhaços US\$ 100 milhões deve saber que eles jogaram tudo no vaso sanitário com produtos e serviços ruins”, escreveu Lindsey Reinders, cliente da ScaleFactor, após ver as notícias. “Covid-19 é apenas um bode expiatório conveniente.”

Mas a ScaleFactor usou táticas de vendas agressivas e priorizou a busca de capital em vez de criar softwares que atendessem o prometido, de acordo com entrevistas com 15 ex-funcionários e executivos. Quando os clientes fugiram, os executivos tentaram ocultar os danos reais.

Conclusões

- Simplesmente não há evidências de que as regras têm causado efeitos econômicos negativos no mercado de serviços contábeis nos últimos 2 anos
- Inexistindo tais evidências, não há necessidade de revisão ou aprimoramento da regulação
- Elaboração e aplicação dessas regras está no âmbito das atribuições legais delegadas pelo Estado brasileiro ao Sistema CFC/CRCs
- Argumento de que restrições à publicidade diminuem a concorrência e o bem-estar pode ser atraente em termos teóricos; mas esta não é uma verdade absoluta quando se trata da regulação de bens de credibilidade, como os serviços contábeis (Conforme parecer econômico anexo)
- No caso desses serviços, alguns limites e parâmetros são necessários e justificáveis: **qualidade dos serviços e reputação da profissão; igualdade de condições entre os profissionais; evitar abusos por quem tenha maior poder econômico para uma publicidade “agressiva”; proteção aos interesses dos usuários dos serviços e da sociedade.**
- As do Código de Ética do Contador são pautadas pela moderação, razoabilidade e bom senso; não colocam restrições excessivas ou abusivas, tendo inclusive se beneficiado nesse aspecto da contribuição proporcionada pelo SEAE durante a sua discussão.



Obrigado!