

ESTUDO KPMG

PRESSÃO PARA ATINGIR RESULTADOS FOMENTA FRAUDE E MÁ CONDUTA NAS INSTITUIÇÕES

Lisboa, 20 de Outubro de 2009

Highlights:

- Cerca de três em quatro inquiridos afirma ter assistido a situações de má conduta nas suas empresas nos últimos 12 meses;
- Menos de metade dos 5.000 participantes no inquérito considera que os sujeitos envolvidos em situações de má conduta seriam devidamente punidos;
- Mercado em curva descendente pode fomentar condições que aumentam risco de fraude;
- A maioria dos sectores de actividade testemunharam elevados índices de má conduta.

O novo estudo da KPMG, efectuado nos EUA, revela que a pressão para fazer “tudo o que for preciso” de modo a atingir os objectivos do negócio continua a ser o primeiro *driver* por detrás dos casos de fraude e má conduta nas empresas.

O referido estudo revela que 74% dos mais de 5.000 colaboradores entrevistados afirmou ter assistido a situações de má conduta nas suas empresas nos últimos 12 meses, percentagem que não se alterou face ao reportado no estudo da KPMG efectuado em 2005. Aproximadamente metade (46%) dos entrevistados respondeu que as situações a que assistiram “poderiam causar uma perda significativa de confiança do público, caso fossem descobertas,” percentagem que aumenta para 60% entre aqueles que trabalham no sector da banca e financeiro.

O estudo revela ainda que 72% dos entrevistados cuja empresa não tem um programa de ética e *compliance* formal, respondeu ter observado situações de má conduta no ano anterior, um aumento face aos 65% verificados no estudo de 2005. Já nas empresas onde estão implementados programas de ética e *compliance*, 55% dos entrevistados reportou ter testemunhado actividades erróneas, uma melhoria ligeira face aos 59% do estudo de 2005.

As conclusões do estudo revelam ainda que os líderes das instituições poderão estar desatentos a problemas iminentes até ser tarde demais. Entre aqueles a quem os entrevistados responderam estar mais confortáveis em reportar situações de má conduta incluem-se o *local management* (61%), colegas (57%), recursos humanos (57%), *hotline* (57%), departamento legal (52%), directores executivos (43%), auditoria interna (40%), e membros do Conselho de Administração (32%).

Apesar de 89% dos entrevistados no estudo dizerem que procederiam correctamente ao reportar um incidente, 34% dos entrevistados revelam falta de confiança no que respeita às acções apropriadas a serem tomadas. Apenas 47% acredita que os sujeitos envolvidos em situações de má conduta seriam adequadamente punidos, independentemente da sua posição hierárquica, e apenas 39% espera ficar satisfeito com o resultado da resposta ao incidente que reportaram. Todavia, 53% antecipa que seriam protegidos contra possíveis retaliações.

De facto, para restaurar a confiança e a fiabilidade na integridade do mercado de capitais e nas instituições, é necessário que os líderes desenvolvam uma cultura corporativa que premeie quem age correctamente. Um programa de ética e *compliance* efectivo é fundamental para reduzir a probabilidade de ocorrência de erros, assim como reduzir a exposição a repercussões devastadoras que poderão estar associadas a responsabilidades criminais e multas, quando uma fraude ou um acto ilegal ocorre.

Um mercado em curva descendente pode fomentar condições que aumentam os riscos de fraude, e os dados da KPMG sugerem que gestores e colaboradores, ainda mais pressionados para atingir objectivos de receitas e custos, podem recorrer a meios impróprios para o conseguir, especialmente se acreditarem que os seus postos de trabalho estão em risco caso os objectivos não sejam cumpridos. Este não será, de facto, o momento para as empresas reduzirem os investimentos direccionados para a salvaguarda da sua reputação e integridade.

É expectável que os gestores prudentes procurem oportunidades de alavancar os seus esforços anti-fraude, explorando oportunidades de controlo de custos e de redução de perdas associadas a fraudes, desperdícios e abusos – particularmente em circunstâncias que envolvam investimento de fundos governamentais significativos em organizações privadas.

Ética e *compliance* deverão ser uma disciplina de gestão inserida em todas as áreas do negócio. Contudo, por demasiadas vezes, as empresas criam programas de *compliance* que teoricamente parecem bem, mas que não estão alinhados com o real funcionamento do negócio. Isto leva a um falso sentido de segurança, especialmente em ambientes onde elevados níveis de escrutínio e cepticismo são fundamentais.

Na condução deste estudo, foi pedido aos entrevistados para reportar apenas incidentes que tenham assistido pessoalmente e escolher de uma lista de mais de 40 categorias tais como, práticas de vendas enganadoras, envio de facturas falsas a clientes, especulação de mercado, manipulação de informação de reporte financeiro, apropriação indevida de activos, conflitos de interesse, *insider trading*, violação de regras de selecção de fornecedores, fabricação de resultados de testes de segurança e qualidade, violação de padrões ambientais, entre outros.

Adicionalmente, os incidentes de má conduta foram medidos por sector de actividade. A taxa de entrevistados que disseram ter testemunhado situações de má conduta por sector foi:

- Governo/ sector público (80%)
- Retalho (78%)
- Indústria química e diversificada (77%)
- Media e comunicações (76%)
- Imobiliário e construção (75%)
- Aeronáutica e defesa (74%)
- Floresta/minas (73%)
- Saúde (73%)
- Petróleo e gás (72%)
- Farmacêuticas (70%)
- Electrónica e software (68%)
- Seguros (67%)
- Energia e *utilities* (67%), e
- Banca/ financeiro (65%).



Media *release*

Sobre a KPMG:

A KPMG é uma rede global de firmas profissionais que prestam serviços de Auditoria, Fiscalidade e Consultoria. Estamos presentes em 144 países com 137.000 pessoas a trabalhar nas firmas membro a nível mundial. As firmas membro da rede KPMG são filiais da KPMG Internacional, uma cooperativa suíça. Cada uma das firmas membro é uma entidade legal distinta e independente.

Em Portugal, operamos a nível nacional em três escritórios (Lisboa, Porto e Funchal) com 27 sócios e aproximadamente 650 colaboradores.

www.kpmg.pt

Para mais informação ou para aceder ao estudo por favor contacte:

KPMG em Portugal

Alexandra Duarte, *Chief Marketing Officer*

Telefone: +351 210 110 932

e-Mail: alexandraduarte@kpmg.com

Cunha Vaz & Associados

José Pedro Luís, Consultor

Telemóvel: +351 939 743 133

e-Mail: jpl@cunhavaz.com