



Compliance:

FERRAMENTA ESTRATÉGICA
PARA OS NEGÓCIOS

*Maria Fernanda Teixeira**



P

ARA GARANTIR UM CRESCIMENTO SUSTENTÁVEL,

as companhias devem buscar a avaliação e o aperfeiçoamento contínuo das práticas de gestão, além de encontrar um ponto de equilíbrio entre as suas necessidades e as melhores práticas do mercado.

Diante de um cenário de negócios cada vez mais dinâmico e complexo, a governança corporativa tornou-se um mecanismo pelo qual as empresas de qualquer porte podem garantir sua perenidade no mercado. No ano passado, completou-se um ciclo de 20 anos de governança corporativa no Brasil, registrando avanços nas boas práticas com a estruturação de sistemas voltados aos princípios de transparência, equidade, prestação de contas e responsabilidade.

Por conta disso, o compliance é, atualmente, uma das principais responsabilidades da governança corporativa, ou seja, dos conselheiros e executivos da organização. O termo compliance tem origem no verbo em inglês to comply, que significa agir de acordo com uma regra, uma instrução interna, um comando ou um pedido.

Na prática, compliance é a área responsável por incentivar e monitorar o cumprimento de leis e regulamentos no âmbito das atividades e negócios das empresas. Além disso, deve detectar e tratar ocorrências de condutas antiéticas e atos ilícitos. No contexto da governança corporativa, a área de compliance costuma se reportar ao Comitê de Auditoria e/ou Fiscal do Conselho de Administração.

De acordo com um estudo da Deloitte lançado há dois anos, cerca de 50% das empresas pesquisadas já esteve envolvida em casos de fraude. Para mudar isso, é preciso modificar a cultura das organizações, investindo consistentemente na atividade, que deve ser complementar à gestão de riscos e sinérgica a controles internos. No Brasil, por exemplo, investe-se por ano até R\$ 1 milhão em estruturas de compliance, valor baixo em comparação ao mercado mundial.

Com a publicação da regulamentação da lei 12.846/13, a lei anticorrupção, por meio do decreto 8420/15 – que orienta a formulação de programas de integridade corporativa ou de ética e compliance, é visível o aumento do interesse das empresas em adotar programas de compliance. Acionistas, empresários e executivos finalmente se deram conta da importância da adoção de programas de ética e compliance – para eles próprios, as empresas, os colaboradores e, obviamente, para a sociedade como um todo.

Felizmente, também vem aumentando o número de pessoas que respeitam os limites éticos e legais para a obtenção de lucros e outros resultados, como, por exemplo, o aumento da participação no mercado e a eficiência das campanhas publicitárias.

É sempre bom lembrar que a Lei 12.846/13 criou a possibilidade de que as empresas sejam duramente penalizadas pela prática de atos lesivos à Administração Pública nacional ou estrangeira: corrupção, fraudes em licitações, formação de cartéis

OS BONS PROGRAMAS DE ÉTICA E COMPLIANCE AJUDAM ADMINISTRADORES E COLABORADORES A COMPREENDER QUE UMA EMPRESA NÃO PERTENCE SOMENTE AOS ACIONISTAS

etc. Neste sentido, ela preencheu um vazio em nossa legislação, pois, antes, apenas pessoas físicas podiam ser penalizadas.

Além de penalizações nos âmbitos administrativo e civil – que podem chegar a multas de até 20% do faturamento bruto –, as empresas podem perder contratos com clientes importantes, ser impedidas de participar de concorrências e licitações e, claro, podem ter sua reputação e continuidade arruinadas.

Quanto ao modo de fazer negócios, os bons programas de ética e compliance ajudam administradores e colaboradores a compreender que uma empresa não pertence somente aos acionistas; elas são e produzem bens compartilháveis em várias medidas entre todos os seus stakeholders.

Estes programas se aplicam a todas as áreas de uma empresa, sobretudo nos aspectos éticos ligados às relações de negócios e no ambiente de trabalho. Para conseguir a aderência de toda a empresa aos programas de compliance, o primeiro passo é conquistar um verdadeiro comprometimento dos dirigentes. Aqui o exemplo dos líderes é vital, eles não devem participar “burocraticamente” do programa de ética e compliance, devem assumi-lo como uma de suas responsabilidades cotidianas.

Sem isso, a área de ética e compliance estará condenada a “cumprir tabela” no jogo empresarial, e o perigo de o código de conduta não sair do papel se tornará altíssimo – e quando o código fica no papel, cresce o risco da organização e seus dirigentes amargarem um papelão.

Na sequência devem vir as ações integradas e continuadas de Educação, que é muito mais do que treinamento, e Comunicação Interna e Institucional. Também a tecnologia tem um papel fundamental no processo. Seu uso para implementar partes dos programas de ética e compliance, por exemplo, canais de denúncias, educação a distância e comunicação já é uma realidade em muitas empresas.

Porém, o monitoramento da eficácia de tais programas exige um sistema complexo de indicadores, para o qual ainda não existem tecnologias adequadas. Além disso, a tecnologia mal começou a avançar em outro terreno fundamental: análise de hábitos comportamentais presentes na cultura organizacional. Mas o futuro promete...

* CEO da Integrow, consultoria especializada em diagnóstico e implantação de programas de compliance e ética empresarial