

Por Livia Cunha Fabor (*)

Organizações com vida longa são aquelas com capacidade de se reinventar. E para as empresas familiares essa reinvenção implica em enfrentar diversos tabus, como a difícil questão da sucessão e um tratamento adequado às denúncias enviadas pelos colaboradores, mesmo que isso tenha consequências para os gestores ligados aos proprietários do negócio.

Com a entrada em vigor da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) em 2020, todas as empresas - incluindo as familiares - precisarão adotar um programa de compliance (conformidade, na tradução para o português) que, em linhas gerais, significa assumir uma série de compromissos formais com a ética e a transparência nas relações comerciais.

Mesmo assim, o compliance é um tema incômodo para algumas empresas controladas por famílias, especialmente no que se refere à criação de canais de denúncias contra condutas antiéticas e desalinhadas com os valores socialmente aceitáveis.

Ao contrário das sociedades anônimas, cujo vínculo é por meio de lucros e dividendos, as empresas familiares usualmente têm forte ligação com a história de empreendedorismo e sucesso pessoal de seus fundadores

Existe também a falsa percepção que o fundador ou seu sucessor -- geralmente um herdeiro ou membro da família -- tem conhecimento absoluto sobre riscos, fragilidades e pontos de melhoria do negócio, o que nem sempre é realidade, sobretudo se considerarmos os casos de empresas que nasceram pequenas e cresceram de forma abrupta.

Além disso, em empresas que não recebem aportes de investidores externos não existe pressão por auditorias frequentes, prestação de contas e mapeamento de processos. E isso deve mudar com a vigência da LGPD.

A falta de conscientização e de apoio da administração representada pela família controladora - essenciais ao processo de implantação do programa de compliance são entraves que fazem com que iniciativas voltadas para integridade e transparência não saiam do papel.

No Brasil, as empresas familiares geram 65% do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro, empregam 75% da força de trabalho e representam 90% dos empreendimentos, segundo dados do Sebrae e do IBGE. Nesse cenário de representatividade, não falar de compliance em empresas familiares é não avançar no tema e comprometer uma decisão empresarial estratégica a questões emocionalmente instáveis ou não relevantes.

No escopo da LGPD, que trouxe o conceito dos programas de compliance digital para dentro de todas as empresas brasileiras, aquelas que deixaram o tema de lado até o momento terão mais trabalho que aquelas que já se adequaram ou deram o ponta pé inicial.

Isso acontecerá não apenas porque a LGPD possui muitos aspectos e particularidades a serem considerados, mas porque todo programa de compliance passa por uma etapa de adaptação e conscientização de seus gestores e empregados, que costumam enfrentar resistência a mudanças. Afinal, "as coisas sempre foram assim" e agora não mais serão, exigindo disciplina, dedicação e engajamento ativo da família.

As empresas familiares costumam ser tradicionais e ter uma fórmula de sucesso e um jeito personalizado de gerir o negócio, o que é positivo. No entanto, notoriedade, bom nome e excelência precisam estar acompanhadas de uma gestão profissionalizada e conectada aos novos tempos. O programa de compliance visa preservar o que o fundador construiu através de uma disseminação de cultura de fazer o certo, prevenção e melhores práticas. Afinal, como disse Maquiavel, "A fama oriunda dos parentes e dos pais é falaz e de pouca valia, quando a não

acompanha a virtude”.

(*) **Livia Cunha Fabor** é head da área da área de Compliance de [Martinelli Advogados](#).