

Um programa de compliance (aderência às normas) organizado e preventivo diminui, de fato, demandas jurídicas”, sustenta Ana Paula de Medeiros Carracedo, executiva responsável por risco e compliance da Votorantim Cimentos.

Ana Paula e os principais executivos de compliance da Siemens, Deutsche Bank, Eli Lilly e Serasa Experian se reuniram no Seminário sobre Lei Anticorrupção que a Amcham – São Paulo organizou na terça-feira (25/11), para tratar dos impactos que a [lei 12.846/2013](#) – também conhecida como lei anticorrupção – trouxe ao dia a dia das empresas.

Apesar de vigente desde janeiro, a [lei 12.846/2013](#) precisa ser regulamentada pelo Palácio do Planalto, para que os processos administrativos sejam validados em nível federal. Independente da lei, toda empresa tem obrigação moral de dar o exemplo, opina Wagner Giovanini, diretor de compliance da Siemens.

“A regulamentação é um instrumento para que a lei seja aplicada, mas as empresas não podem depender dela para montar sistemas de compliance”, afirma. Em 2007, a Siemens demitiu o CEO, o presidente do conselho de administração e quase toda a cúpula administrativa devido à descoberta de um grande esquema de pagamento de propinas.

Já no Brasil, a Siemens procurou as autoridades policiais em 2013 para denunciar um esquema de formação de cartel, da qual também participava. O grupo de empresas era acusado de fraudar licitações de compra de equipamento ferroviário, além da construção e manutenção de linhas de trem e metrô em São Paulo e Brasília.

Giovanini disse que a Siemens tem colaborado ativamente com a Justiça brasileira, e seguido à risca as determinações contidas na política mundial de compliance do grupo. “Os casos de corrupção foram identificados e denunciados. Praticar atos ilícitos não faz parte da cultura da Siemens”, assinala.

As práticas de compliance

Giovanini destacou que a criação de um canal de denúncias é fundamental. “Não basta ter uma linha direta de denúncias, as pessoas têm que acreditar que funciona. Um canal de denúncias que preserve o anonimato, por exemplo, é o coração de um programa de compliance.”

Ana Paula, da Votorantim Cimentos, disse que a divulgação também é um fator crítico para o sucesso do compliance. “Cada nível de profissionais exige comunicação específica, para que possam interpretar corretamente o que está na política da empresa.”

Além de políticas formais e divulgação, também é preciso que as empresas sejam rigorosas na aplicação dos princípios. “Não basta fazer o que é certo. É preciso avaliar o resultado dos treinamentos, investigar as denúncias em sigilo e fazer trabalho preventivo de riscos”, destaca Maria Cecília Carmona, diretora de compliance do Deutsche Bank.

Hedilene Cardoso, diretora de ética e compliance da Eli Lilly, aponta outro motivo para o acompanhamento estrito das regras. “Além de verificar se os processos estão sendo feitos conforme estabelecido, também é possível analisar a eficácia do programa”, aponta.

Para Rogéria Gieremek, gerente executiva global de compliance da Serasa Experian, fornecedores e parceiros de negócios também devem trabalhar de forma ética, sob pena de prejuízo de imagem. Ela cita o caso de uma grande varejista de moda que foi acusada de usar trabalho escravo. “Ninguém se lembra do fornecedor de trabalho escravo, só da empresa que a empregou”, comenta.

De acordo com a executiva, as grandes empresas têm que dar o exemplo para o resto da sociedade. “São elas que têm poderio econômico e conseguem influenciar a mudança para uma

cultura anticorrupção.”

Fonte: [Amcham](#), em 25.11.2014.