

Por Bruno Strunz (*)

Após a entrada em vigor da Lei da Empresa Limpa ([12.846/2013](#)) e os recentes escândalos de corrupção, não deveria ser novidade que compliance é um dos temas mais debatidos atualmente no mundo empresarial. Entretanto, pouco se discute sobre os aspectos práticos da rotina da área de compliance, como, por exemplo, o seu posicionamento perante as demais áreas da empresa. Neste contexto, um tema interessante a ser analisado é: o trabalho do *compliance officer* se resume a dizer “não”? Com o perdão do trocadilho: é claro que não!

A área de compliance deve investigar, perguntar, pesquisar e buscar todas as informações necessárias para que possa tomar uma decisão embasada, e não simplesmente dizer “não” diante do primeiro sinal de alerta. Contar com as áreas de negócio como parceiras do problema e não inimigas, de forma que todos cheguem conjuntamente à melhor decisão para a empresa, é uma excelente estratégia — ou alguém quer assumir a responsabilidade por expor negativamente a empresa? Focar nos problemas ao invés das pessoas, acima de metas, frustrações, aspirações, etc., também é um grande aliado nessas horas. Vale recordar uma regra de ouro que auxiliará na tomada de decisão e, considerando a recente operação “lava jato”, serve como uma ótima ferramenta durante as discussões: Se o jornal de amanhã divulgasse esta contratação/operação, vocês acreditam que esta notícia afetaria negativamente a empresa?

Diante deste cenário, logo surge a dúvida: o que fazer quando, mesmo diante de uma postura contributiva da equipe de compliance, a área de negócios passa por cima da sua recomendação? Levando-se em consideração o rigor das penalidades da Lei da Empresa Limpa (multas, perdimento de bens e até dissolução compulsória da empresa), este tipo de desvio de conduta não pode ser ignorado. Nesta hipótese, o programa deveria permitir um reporte direto ao Conselho da empresa (ou órgão equivalente), para que este tipo de desvio não ocorra, sendo que o suporte da alta administração é elemento essencial nestas situações. Vale destacar que a atitude do *compliance officer* nestes casos conta muito, devendo fugir do conformismo e famoso “sempre foi assim”! A maioria das quebras de paradigma demanda adaptação e por vezes somente ocorre pela dor. As pessoas podem demorar mais ou menos tempo para aderir à nova cultura, mas se o responsável pela área relaxar, elas seguirão o exemplo.

Por essa razão, as empresas devem gastar tempo e energia na escolha do seu *compliance officer*, que, independentemente da formação acadêmica, deverá ser uma pessoa que personifique o espírito de dono dentro da organização e se esforce para construir (ou melhorar) uma cultura de ética e integridade na sua empresa, e, como parte de um círculo virtuoso, também nos seus fornecedores e parceiros.

(*) **Bruno Strunz** é coordenador da área de compliance corporativo do [WZ Advogados](#).

Fonte: Boletim WZ, em 17.03.2015.