

Por Rogéria Gieremek (*)

Uma empresa que preze pela ética nos negócios, cuidando para que seus processos estejam livres de corrupção, aumenta muito suas chances de um crescimento sólido, com fidelização de clientes e boa imagem de mercado. Como sabemos, os programas de Compliance são fundamentais para a manutenção dessa integridade corporativa. Mas, em momentos de crise econômica como o que estamos vivenciando, a boa reputação não será a única condição para prosperar. Torna-se necessária a conquista de novos mercados, incluindo relações do outro lado das fronteiras.

Se, por um lado, Compliance é uma ferramenta imprescindível para uma corporação permanecer livre de corrupção, para travar relações internacionais ele é condição sine qua non. Isso porque são os programas que irão conferir à empresa qualidades apreciadas e, muitas vezes, obrigatórias para se firmar negócios com outros países. Mais sustentabilidade, eficiência e desempenho na gestão, geração de valor para a imagem da organização, integridade na conduta sob os aspectos ético, contábil financeiro e normativo, além de transparência relacionada à divulgação clara e precisa das informações relevantes sobre o desempenho econômico são alguns dos valores gerados e apreciados pelos parceiros internacionais. Da mesma forma, o respeito às políticas e práticas sociais, ambientais, de segurança do trabalho e de saúde também contribuem para os processos.

É fato que cada país e cada segmento tem suas particularidades e isso deve ser considerado quando se pretende estabelecer um relacionamento comercial. Profissionais especializados em Compliance internacional podem ajudar nesse aspecto, orientando sobre atributos culturais e comportamentais de cada mercado, auxiliando quem deseja ingressar naquele nicho sobre as pré-condições necessárias para iniciar uma parceria.

A globalização abriu novas frentes para as organizações que querem se relacionar internacionalmente, mas o jogo tem suas regras. O binômio qualidade & preço justo não basta para entusiasmar as companhias estrangeiras sérias com quem se pretende relacionar. Eventuais atos de corrupção praticados no país por empresas públicas e privadas não são bons para os negócios. Uma série de fatores faz com esses atos de não conformidade ganhem repercussão em larga escala por meio, inclusive, das mídias digitais, que têm grande poder de penetração mundial. Por isso, agir de acordo com as regras é o único caminho viável porque fica cada vez mais difícil esconder os ilícitos debaixo do tapete.

Por outro lado, a Lei Anticorrupção, em vigência desde janeiro de 2014, é um instrumento de reforço na ética dos negócios e mostra que o Brasil está se esforçando para trabalhar alinhado às mais rigorosas e avançadas legislações de combate à corrupção do mundo, o que denota maturidade. Nossa Lei Anticorrupção é comparável em conteúdo às existentes nos Estados Unidos (Foreign Corrupt Practices Act ou FCPA) e no Reino Unido (Anti Corruption Bribery Act).

O importante agora é a prática. Companhias brasileiras que querem figurar no cenário internacional como parceiras comerciais não podem admitir uma dicotomia entre as regras e normas estabelecidas e o que é efetivamente executado. É assim que os produtos e serviços brasileiros podem carimbar o passaporte mundo afora.

(*) **Rogéria Gieremek** é Advogada há 28 anos, consultora global do Programa de Compliance da Serasa Experian, presidente da Comissão Permanente de Estudos de Compliance do IASP e presidente da Comissão de Estudos de Gestão de Terceiros do Instituto Compliance Brasil.

Fonte: [Jus Econômico](#), em 11.08.2015.