Falar de compliance na saúde não é apenas discutir normas, códigos de conduta ou exigências regulatórias. É tratar, antes de tudo, de confiança, de segurança do paciente e de sustentabilidade dos negócios. Em um ambiente onde decisões comerciais impactam diretamente vidas humanas, a integridade deixa de ser uma virtude abstrata e passa a ser um ativo estratégico essencial.

A cadeia de valor da saúde é complexa, profundamente interdependente e repleta de distorções, como as retenções de faturamento, as glosas e até a inadimplência. Fabricantes, distribuidores, profissionais de saúde, hospitais e pacientes estão conectados por escolhas que precisam ser técnicas, transparentes e éticas. Quando interesses particulares, especialmente financeiros, se sobrepõem ao interesse maior, que é a saúde do paciente, essa cadeia se fragiliza. E, quando a integridade é violada, o dano não é apenas reputacional: ele é estrutural.

Ainda persiste no mercado a falsa ideia de que compliance seria um obstáculo ao crescimento, especialmente para a área comercial. A realidade é exatamente o oposto. Compliance não existe para dizer “não” à venda. Ele existe para garantir que cada “sim” seja legal, ético e sustentável. Em outras palavras, o compliance não limita a receita, ele a protege no longo prazo.

No segmento de dispositivos médicos e OPME, essa lógica se torna ainda mais evidente. Costumo recorrer a uma metáfora simples, mas poderosa: imaginem que vocês estão vendendo um paraquedas. O cliente não quer saber se o jantar da noite anterior foi bom, nem se o relacionamento é próximo. Ele quer ter certeza de que, ao saltar, o paraquedas vai abrir. Na saúde, o dispositivo médico é o paraquedas do paciente. Não há espaço para improviso, atalhos ou favores.

O compliance garante que todo o processo de venda, da indicação ao fornecimento, seja tão confiável quanto o produto que será implantado. Ele assegura que a decisão foi tomada com base em critérios técnicos, evidência clínica, qualidade, segurança e treinamento adequado. É isso que protege o paciente e, ao mesmo tempo, sustenta o negócio.

Nesse contexto, o verdadeiro diferencial competitivo não está na troca de favores, mas na venda de valor. Empresas éticas competem pela excelência de seus produtos e serviços, não pelo suborno ou por relações de interesse. Relacionamentos baseados na confiança são mais sólidos, mais duradouros e infinitamente mais saudáveis do que aqueles sustentados por benefícios indevidos.

O compliance também desempenha um papel fundamental na proteção dos profissionais. Vendedores que atuam dentro das regras reduzem drasticamente o risco de envolvimento em investigações, processos éticos ou sanções que podem comprometer não apenas uma negociação, mas toda uma carreira no setor da saúde. Integridade não é ingenuidade; é visão estratégica.

A implementação de um Sistema de Gestão de Compliance efetivo fortalece a reputação institucional, amplia a confiança de parceiros de negócio, melhora respostas em auditorias e processos de due diligence e gera vantagem competitiva real. No médio e longo prazo, reputação se transforma em lucratividade.

Vender com integridade é garantir que a venda de hoje não destrua a empresa amanhã. É assegurar que, daqui a 10, 20 ou 50 anos, a organização continue existindo, sendo respeitada pelo mercado e motivo de orgulho para quem fez, ou faz, parte dela. No fim das contas, a reflexão é inevitável: se estamos lidando com o “paraquedas” do paciente, vale mesmo a pena abrir mão da integridade?

Fonte: Abraidi, em 14.01.2026.