

Bom senso, treinamento e comunicação eficaz são necessários para agir em sintonia com as regras

Justiça e equidade aos acionistas. Essa é uma questão muito ligada aos controles internos e que foi o tema central do painel “Compliance nas Relações com o Mercado”, realizado na **10ª edição do Seminário Controles Internos & Compliance - Auditoria e Gestão de Riscos**, promovido pela CNseg com apoio da Escola Nacional de Seguros, nesta quinta-feira, em São Paulo.

Tarcísio Godoy, presidente do IRB Brasil Re, ressaltou aos presentes que além de seguir as regras criadas por um comitê, é preciso ter bom senso, treinamento e comunicação eficaz para agir em sintonia com as regras nos controles internos e externos do negócio. “O compliance adiciona valor nas relações com o mercado quando é eficiente na gestão. Ao ser eficiente, traz para a organização boa reputação. Agrega valor a marca porque ajuda na retenção dos valores”, enfatizou.

Godoy ilustrou o benefício do compliance citando uma experiência pessoal durante sua recente participação no tradicional encontro Rendez-Vous, que reúne resseguradores mundiais em Monte Carlo, Principado de Mônaco. “Olhei, gerenciei o risco e me posicionei para atravessar a rua fora da faixa de pedestre. No mesmo minuto um guarda se aproximou e disse: o senhor tem de atravessar na faixa por questões de segurança. Ou seja, mesmo que aparentemente não haja risco, para o bem de todos eu tenho de seguir as regras”.

Quem se arrisca, enfrenta situações graves, concluiu, citando exemplos conhecidos de todos como o caso as fraudes fiscais e contábeis que levaram a gigante americana Enron à falência; o caso Volkswagen, que mergulhou numa crise e arranhou a marca do grupo com a falsificação de resultados sobre a emissão de poluentes, bem como a operação Lava Jato, que levou as maiores construtoras do país a pedir recuperação judicial por envolvimento em corrupção em torno da Petrobras. “Quanto menor a governança de uma empresa, maior a volatilidade. Isso é um fato. O desafio está em reduzir o risco mantendo o retorno ao acionista e o compliance é uma peça fundamental nessa estratégia”, argumenta o presidente do IRB.

Para ter sucesso no mundo corporativo as empresas têm dois caminhos para obter ganho. Um rápido, no qual se pode ter o lucro imediato e correr um grande risco. E outro caminho mais seguro, com menor risco. “Ainda que se demore um pouco mais para apresentar resultado, a opção de descuidar das regras de compliance pode tirar a liberdade de empresas e executivos como vimos no mundo e vemos agora no Brasil”, comentou Roberto Barroso, Presidente do Grupo Segurador BB e Mapfre SH1, Vida, Habitacional e Rural. Barroso lembrou que as leis atuais penalizam as empresas, hoje responsáveis pelos atos de seus executivos. “A questão ética e moral é prioritária. Não tem mais a Lei de Gerson, o jeitinho brasileiro de conseguir uma vantagem”, comentou, ressaltando a importância de se investir em treinamento para que todos da empresa possam zelar pelos conceitos de sustentabilidade permeados para consagrar e agregar valor a marca do grupo.

Tanto Godoy como Barroso citaram que a área de compliance ainda incomoda as pessoas. “As pessoas ainda olham para a área como algo que vai atrapalhar a velocidade do crescimento. Mas o custo de não observar as regras é muito alto”, aconselha o executivo da BB e Mapfre.

Tarcísio Godoy citou algumas expressões específicas que exemplificam o “bullying” com a equipe nas normas. “The silent elevator”, termo usado quando colaboradores de compliance entram no elevador ou em uma sala e as pessoas presentes se calam. Tem também o “the eye roll”, expressão usada durante treinamentos que quer dizer “outra vez”, “eles devem estar brincando”, “estou deixando de trabalhar por isso?”. “Lembrem-se que é o compliance que torna a operação eficiente, que reduz o custo do produto e que traz maior retorno ao acionista”, afirmou.

Barroso acrescentou ao debate a importância da coerência entre o discurso e a atitude dos líderes.

“Nem sempre o que fazemos certo vai ser copiado. Mas, com certeza vão seguir o que fizemos errado”. Outro detalhe considerado importante por ele é o do cuidado com o nível de conformidade dos fornecedores e prestadores. “Temos visto grandes empresas envolvidas em perda de valor por problemas com a falta de compliance de seus fornecedores”.

O mediador do painel, Ivan Luiz Gontijo Junior, diretor jurídico e de compliance do grupo Bradesco Seguros, destacou a justiça, a equidade, a transparência, a prestação de contas e a conformidade no relacionamento com os acionistas. “Não se admite mais qualquer privilégio com um ou outro acionista. Devemos nos preocupar com tudo que está na norma regulatória, interna ou externa. E sempre é bom lembrar que a reputação de uma empresa pode corresponder a até 40% de seu valor de mercado”, frisou.

Diante do exposto, todos concordam que compliance vai muito além de ser uma área operacional dentro do grupo. A área deve participar das questões estratégicas das companhias. “Ainda temos muito para evoluir na prestação de conta para os clientes e órgão que representam os consumidores. Mas estamos no caminho”, frisou Barroso. Godoy concordou: “a foto poder ser melhorada, mas o filme já é muito bom”.

Para finalizar, o advogado do Bradesco disse que o objetivo do painel é deixar um conceito importante. “As vezes as perguntas são mais importantes do que as respostas. Temos de fazer a lição de casa e assim atingir o ápice do compliance e dos controles internos. Não se sabe quanto vale empoderar a área, mas podemos imaginar o quando perdemos de não tê-la de forma eficiente”.

Fonte: [CNseg](#), em 23.09.2016.