

Por Julia Silva (\*)



***O fim de ano vai se aproximando e com ele o recebimento de brindes e presentes torna-se uma ação comum nas empresas. Tal prática em ambiente corporativo merece esclarecimento e destaque para que não represente um risco aos princípios de Compliance***

Uma dúvida muito comum entre os colaboradores é a diferença entre os conceitos de brindes (itens promocionais) e presentes. Por isso, vale salientar que os primeiros são lembranças de valor comercial baixo, que contêm identificação da empresa e de suas marcas e são distribuídos de forma impessoal e ampla para a divulgação e propaganda da marca em eventos e datas comemorativas. Exemplos desses itens são canetas, agendas, calendários, blocos de anotação, garrafas térmicas, canecas e chaveiros, entre outros objetos promocionais.

Por outro lado, presentes são geralmente individualizados e bens de maior valor e utilidade, que podem ser revendidos e são tipicamente entregues em razão das relações comerciais, tais como garrafas de bebidas alcóolicas, eletrônicos, refeições em restaurantes, joias, relógios e viagens turísticas, entre outros.

Nas relações profissionais e comerciais, gentilezas e cordialidades são muito bem-vindas, mas não podem servir de brecha ou oportunidade para a obtenção de vantagens indevidas, ou ainda, simbolizarem um desvio à ética e à integridade. Quando se fala em obtenção de vantagens, isso se materializa na sensação de “dever de retribuição” que a concessão ou o recebimento deste presente pode significar.

Ou seja, o ato vincula-se a uma contrapartida nos negócios, que pode ser ilustrada em benefícios inapropriados perante à concorrência, como informações privilegiadas, influência na tomada de decisões, aceitação de entregas abaixo do contratado ou qualquer outro tipo de favorecimento indevido. No caso dos brindes, este risco é claramente mitigado e por isso muitas empresas costumam permiti-los. Porém, no caso dos presentes, o risco é agravado. Além de partir do pressuposto da não retribuição, outros alertas devem ser observados, conforme mencionados abaixo.

- As empresas devem tratar sobre o assunto em documento oficial, como o Código de Ética e Conduta e, sempre que possível, deve abordá-lo também em política específica, delimitando, por exemplo, o preço e a frequência permitidos para a concessão e o recebimento de brindes e presentes, o fluxo de deliberação e a aprovação e as demais regras pertinentes. Assim, a organização garante que haverá orientações e regras que todos deverão seguir.
- Além de documentos oficiais, o tema deve ser reforçado com os colaboradores, parceiros e fornecedores em comunicados, treinamentos e conversas, oferecendo diretrizes e esclarecendo eventuais dúvidas que possam surgir e, conseqüentemente, permitindo a promoção de uma cultura de Compliance e uma maior conscientização sobre a temática.
- Os líderes da organização são peças-chave e precisam servir de exemplo, sendo referências para os demais colaboradores, afinal, “o tom vem do topo”. Além disso, eles precisam conhecer as regras e os normativos vinculados ao assunto para direcionarem adequadamente o seu time. Para tanto, a organização deve instituir ações específicas de capacitação e treinamento para a alta administração.
- A área de Compliance assume papel fundamental para proteger a organização e os colaboradores, sendo, em muitos casos, a responsável por coordenar todas as ações de conscientização acerca do tema. Com essa finalidade, a área deve ser composta por profissionais qualificados e precisa manter uma relação de proximidade e confiança com as demais áreas da organização e todos os colaboradores, além de contar com as ferramentas e sistemas necessários.

Ainda há tempo para se adequar às boas práticas, dando o destaque e a relevância que este tema merece. A falta de esclarecimentos, normativos, debates e treinamentos pode prejudicar a organização como um todo, mas, em contrapartida, ações simples, destacadas anteriormente,

podem reduzir riscos ou até mesmo solucionar problemas neste fim de ano. Fique atento!

(\*) **Julia Silva** é consultora de Compliance da Protiviti, empresa especializada em soluções para gestão de riscos, compliance, ESG, auditoria interna, investigação, proteção e privacidade de dados.

**Fonte:** IMAGE, em 12.12.2022