

Os recentes casos de corrupção no Brasil comprovam que há ainda um longo caminho a ser percorrido para que os programas de compliance sejam absorvidos como parte da cultura corporativa no país.

De acordo com Claudio Peixoto, líder da área de Compliance e Investigação de Fraudes da consultoria Mazars Cabrera, a maioria das empresas brasileiras tem investido em apenas três itens de diretrizes do programa de integridade. “As empresas no Brasil, geralmente, criam um código de ética, estabelecem um canal de denúncia e treinam seus funcionários, mas esquecem que há outros 13 itens essenciais destacados no decreto 8.420/2015”.

Muitas empresas já estão exigindo de seus parceiros a existência de um programa de compliance para manutenção da parceria, seja através de cláusulas contratuais, preenchimento de questionários ou até due diligences. Essas empresas buscam certificações, como o selo Pró-Ética e da ISO 37001. “O selo e a certificação surgem em um momento interessante para o Brasil, pois possibilitam que as empresas diminuam os seus custos para mostrar que suas atividades de compliance são eficazes; ou seja, não precisa provar, basta mostrar suas certificações. Entretanto, o processo para obtenção do selo Pró-Ética, por exemplo, é rigoroso. Em 2016, das 195 empresas credenciadas, apenas 25 foram aprovadas”, diz Peixoto.

O número representa 12,8% de aprovação. Ou seja, 87,2% das empresas não alcançam 70% dos requisitos, percentual mínimo para a obtenção do selo. A maioria não alcança 20%. Costuma preencher só os três requisitos mais comuns dentro do total de 16.

Vale ressaltar que o selo e a certificação não são obrigatórios no país, mas a vantagem de tê-los é que a empresa mostra para o mercado suas boas práticas com aderência e ganha grande visibilidade. “Se a empresa tem como cliente o mercado local e o setor público, o ideal é ter o selo Pró-Ética. Agora, se o foco é internacional, o mais indicado é a ISO 37001”, explica Peixoto.

**Fonte:** [Jornal Contábil](#), em 10.10.2017.