

Abril Branded Content

Em 2010, a Controladoria Geral da União (CGU) criou a marca Pró-Ética. O objetivo era promover no país um ambiente corporativo mais íntegro, ético e transparente. Mais do que um reconhecimento, o selo é um indicativo de que o termo compliance, política corporativa que visa a conformidade legal e regulatórias com o objetivo de prevenir fraude e ter aderência à governança corporativa da organização, está cada vez mais presente no dia a dia das empresas.

O interesse no programa da CGU tem sido crescente: a edição de 2016 recebeu número recorde de inscrições, 101% superior à edição anterior, em 2015, e recorde também no comparativo desde que o programa foi criado. Do total de 195 companhias que tiveram interesse em participar da avaliação, de portes e ramos de atuação distintos, apenas 74 cumpriram os requisitos de admissibilidade e foram avaliadas. Ainda assim, um aumento de 125% em relação a 2015.

Em 2015, a Radix, empresa de engenharia e desenvolvimento de software, implementou seu programa de compliance. E, apenas um ano depois, a empresa foi escolhida como uma das 25 companhias que receberam a marca Pró-Ética. A seleção foi encarada como uma oportunidade para mensurar o que o seu programa de compliance havia conquistado até então. Luiz Eduardo Rubião, CEO da Radix, explica que os 91 pontos obtidos representam a maturidade do programa mesmo com seu pouco tempo de existência. “Os indicadores da CGU foram um estímulo e uma forma de mensuração, já que uma avaliação externa permite medir o que fazemos”, diz o CEO. Em 2016, a Radix foi escolhida junto com mais 24 empresas no Pró-Ética.

Na opinião de Rubião, ter um programa de compliance na empresa traz diversos benefícios, como ser um reforço do ponto de vista do negócio, pois empresas estrangeiras e brasileiras ficam mais confiantes em fechar negócios e parcerias com as companhias que têm medidas de integridade. Outro benefício, segundo ele, são funcionários motivados, inspirados e comprometidos.

Entre os resultados positivos do processo de implementação de políticas de governança e compliance vivido pelas empresas brasileiras, o advogado Rafael Alves Gomes de Brito, aponta também o fortalecimento da gestão profissional em contrapartida à gestão familiar e a procedimentalização da gestão.

“No Brasil, por uma questão cultural de ‘urgência’ em que praticamente tudo é para ontem, e também porque muitas vezes as estruturas empresariais são familiares, as atividades da empresa acabam sendo desenvolvidas sem que haja a formalização dos processos. Essa postura faz com que se criem incertezas sobre os procedimentos porque eles podem ser falhos e estarem sujeitos a mudanças repentinas conforme a vontade da chefia. E, em razão dessas falhas, atitudes ilícitas podem ser cometidas”, explica Gomes de Brito.

Indicadores

Mas, tão importante quanto ter um programa de integridade é ter indicadores que sejam monitorados e usados como ferramenta de melhora da gestão empresarial. Segundo o advogado, os indicadores de compliance mais recomendados para uma companhia que quer monitorar a efetividade do seu programa são indicadores de confiança do consumidor, os gerados a partir do canal de denúncia e os de controle documental como o fato de que todo contrato tem que ter uma cláusula de anti-corrupção.

“Ter indicadores, entretanto, não é suficiente. É preciso que eles sejam monitorados e usados para que se transformem em práticas, metas e propósitos. A participação em prêmios e a obtenção de certificações como as ISOs são um bom caminho. Os indicadores valem para o mercado e internamente. A repercussão interna se traduz em engajamento e a externa permite fechar mais negócios, pois o investidor vê seu risco diminuir”, diz.

Wagner Giovanini, sócio-fundador da Compliance Total, empresa que fornece serviços e ferramentas para ajudar instituições a implementar programas e sistemas de compliance, reforça: “A adoção de indicadores é fundamental para a empresa saber seu status e definir quais providências tomar para melhorar continuamente. O segredo está na escolha dos indicadores, pois se mal empregados eles podem ser inúteis”, alerta o especialista.

Giovanini dá um exemplo. Se a companhia quer saber se os treinamentos que disponibiliza para seus funcionários são eficientes, não basta que ela controle a lista de presença. É preciso que ela saiba se o treinamento está voltado para o público-alvo correto, além de definir o escopo do treinamento para que ele cubra todos os riscos corridos por aquela empresa e ainda escolher uma pessoa com qualificação adequada para ministrar as aulas. “Lista de presença indicando que 100% das pessoas estavam presentes não diz muita coisa. Afinal, é essencial saber se aquelas pessoas entenderam o treinamento, como elas estão aplicando o que aprenderam e o que a organização vai fazer para manter aquele conhecimento vivo”, explica.

Para ele, o ideal é montar um conjunto de indicadores para cada processo que faz parte do mecanismo de integridade da empresa. Financeiro, clientes, colaboradores e processos são as quatro esferas que precisam ser medidas e monitoradas para que uma companhia chegue à excelência.

Sistema personalizado

Diferentemente da Radix, que usa as certificações como indicadores de compliance, a Petrobras possui um sistema próprio para avaliação contínua dos seus indicadores. Um deles faz parte do Programa Petrobras de Prevenção de Corrupção (PPPC). A Due Diligence de Integridade (DDI) é um processo a partir da qual cada parceiro e fornecedor é avaliado com base em um Grau de Risco de Integridade (GRI) – alto, médio ou baixo.

Todas as empresas com as quais a empresa se relaciona são orientadas a preencher o questionário de integridade e o não preenchimento implica na descontinuidade do processo de inscrição, renovação ou reclassificação no cadastro da companhia. O objetivo da DDI é conhecer e avaliar os riscos de integridade aos quais a Petrobras pode estar exposta nos seus relacionamentos comerciais com base na avaliação do perfil dos seus fornecedores.

Os fatores de risco de integridade avaliados durante o procedimento de DDI estão relacionados aos seguintes critérios: perfil do fornecedor (porte da empresa, segmentos de bens e serviços prestados/fornecidos, países em que atua ou possui sedes, número de empregados, entre outros itens); setor público (existência de influência do setor público nos negócios da empresa, assim como nível do fornecedor com agentes públicos); histórico e reputação (identificação de envolvimento da empresa em casos de desvios éticos, fraude e corrupção) e programa de integridade (existência e aplicação de mecanismos de prevenção e detecção de irregularidades e atos de corrupção).

“Os indicadores são um assunto complexo que requerem certa maturidade dos programas de compliance para entrarem em pauta, mas são a cereja do bolo desses programas, pois são essenciais para o mecanismo não morrer na praia”, aposta Giovanini.

Fonte: Exame, em 19.07.2017.