

Por Sandro Rafael Bonatto (*)

Não há dúvidas de que todo cidadão, no Brasil ou em qualquer país, deseja ver sua Pátria livre da corrupção. Mas o desejo, por si só, não é o suficiente. É necessário poder contar com mecanismos que possam travar o vicioso processo que rouba o dinheiro do cidadão. E um bom começo para isso é ter leis eficientes e programas adequados que permitam um monitoramento inteligente, levando a correção de percursos e até mesmo a punição de responsáveis.

Seguindo esta linha de raciocínio o 'compliance' é uma grande aposta para um Brasil melhor no futuro. Sua aplicação começa dentro das empresas, um dos muitos agentes que acabam se vendo pressionados e muitas vezes se vêem envolvidos em práticas de corrupção.

Trocando em miúdos podemos dizer que ela traduz um conjunto de regras de conformidade, integridade e conduta estabelecido para a observância das normas a que estão sujeitas as empresas em razão da exploração de determinada atividade econômica. Estar em compliance é dizer que a empresa cumpre, obedece, observa, satisfaz o que é imposto por leis, diretrizes éticas, regulamentos internos e externos, de forma a minimizar riscos vinculados à reputação e ao risco legal e/ou regulatório a que se sujeitam no seu dia a dia.

No Brasil o compliance efetivamente entra em pauta com a edição da [Lei nº 12.846, de 01.08.2013](#), também conhecida como "Lei Anticorrupção", que altera a [Lei nº 9.613/1998](#) (Lei de Lavagem de Dinheiro). Dada a ampliação das responsabilidades trazidas pela Lei Anticorrupção no que se refere à configuração e participação nos delitos nela previstos e a necessidade de criação de mecanismos internos para coibir condutas impróprias por parte de colaboradores, a adoção de regras de compliance tornou-se indispensável para a própria sobrevivência da empresa, em face da gama de negócios e a quantidade de agentes neles envolvidos e à impossibilidade de um controle centralizado de todas as operações.

Porém, mais do que preocupação em observar a Lei Anticorrupção, nota-se que as empresas têm estabelecido códigos de integridade e de conformidade bastante abrangentes, na busca não só de estarem adequadas ao emaranhado normativo brasileiro, mas também às regras, valores e princípios pelas quais a própria empresa pauta sua imagem e seu relacionamento com toda a sociedade.

Isso leva a uma conclusão que, aos poucos, vem sendo compreendida pelo empresariado brasileiro: antes de configurar uma despesa, outra burocracia a se observar para elidir uma atividade delituosa, o compliance é o instrumento para fixar definitivamente a filosofia de negócios da empresa junto aos seus colaboradores, é o meio para demonstrar à sociedade a convergência de seus interesses internos com os anseios de respeito às diferenças, ao meio ambiente, à igualdade de gêneros, a não discriminação, à qualidade dos produtos e serviços e o respeito aos consumidores.

É daí que se dá a dimensão multidisciplinar que a instituição de códigos de conformidade e integridade nas empresas deve tomar. Não basta redigir um documento, há que se ter o comprometimento dos sócios, da alta administração e de todos os demais colaboradores no estabelecimento das regras de conduta a serem observadas, na identificação dos riscos a que está sujeita a empresa, nos instrumentos e metodologias a serem utilizados na prevenção e detecção de eventuais não conformidades, no procedimento para aplicação das penalidades aos responsáveis, dentre outros elementos verificados caso a caso.

É nesse cenário que o compliance obtém o novo status de definidor do comportamento ético, de propulsor de inúmeras vantagens à organização, pois além dos evidentes benefícios advindos da prevenção de condenações e perdas financeiras e na proteção do patrimônio e liberdade do empresário, traz comprovadamente uma melhor rentabilidade dos negócios, redução dos custos operacionais, aumento da credibilidade por parte de investidores, fornecedores e clientes, melhoria

da governança corporativa, fortalecimento da relação direta com seus empregados, o que somado reflete na qualidade dos produtos e serviços oferecidos e difunde os valores e princípios pelos quais se pauta a empresa. E isso tudo reflete no desenvolvimento econômico e social do País.

(*) **Sandro Rafael Bonatto** é advogado especialista em Direito Societário e Negócios Internacionais, Sócio do [Pereira Gionédis Advogados](#).

Fonte: [Jornal Bem Paraná](#), em 06.01.2019.