Elaine Bimbato, Diretora Jurídica e de Compliance da MDS Brasil

O termo Compliance (em português, conformidade) já deixou de ser uma mera tendência ou um custo operacional para se firmar como um pilar estratégico e ético indispensável no cenário empresarial brasileiro. A pesquisa "Future of Controls" da Deloitte mostra que 58% das grandes empresas no Brasil já possuem seus controles de riscos alinhados à estratégia de negócios, um índice ligeiramente superior à média global. No entanto, o verdadeiro salto qualitativo não reside apenas na implementação de normas e procedimentos, mas sim na construção de uma cultura de Compliance robusta e enraizada.

A percepção inicial de muitos gestores era de que o Compliance se limitava a atender exigências regulatórias, como as impostas pela Lei Anticorrupção (Lei $12.846/13$). Hoje, felizmente, a visão amadureceu. A cultura de Compliance é a alma do programa, garantindo que as regras não fiquem apenas no papel, mas sejam vivenciadas por cada colaborador, do estagiário ao CEO.

Essa transformação significa que o Compliance não é sobre a multa, mas sim sobre a reputação. Uma cultura forte de conformidade transcende o risco legal e financeiro, tornando-se o maior ativo de confiança de uma empresa, o que protege a marca em momentos de crise e atrai investidores e parceiros de negócios que valorizam a integridade.

O ponto de partida é sempre a liderança, por meio do conceito de "Tone at the Top". Se a alta direção não demonstrar um compromisso com a ética – se houver "exceções" para líderes ou com a base de resultados – o programa de Compliance será percebido como pura formalidade. O engajamento da cúpula é o catalisador que transforma políticas em comportamentos, algo que está bem estabelecido no país: 62% das empresas no Brasil classificam o compromisso da alta liderança com controles e riscos como alto ou muito alto, reforça a pesquisa "Future of Controls" da Deloitte.

O Brasil possui um ambiente de negócios complexo, marcado por uma legislação vasta e, historicamente, por desafios de integridade. É neste contexto que a cultura de Compliance se torna ainda mais vital.

Em primeiro lugar, o Compliance não é um treinamento anual isolado. Ele exige comunicação constante, adaptada a diferentes públicos e funções. As mensagens devem ser claras, práticas e reforçadas em todas as oportunidades, transformando o código de conduta em um guia prático de tomada de decisão.

Em segundo lugar, um canal de denúncia bem gerido – que garanta anonimato, não retaliação e investigação imparcial – é o termômetro da cultura. Ele sinaliza para os colaboradores que a empresa realmente leva a sério a integridade e que está disposta a corrigir o curso, atuando como a válvula de segurança ética da organização.

Por fim, o Compliance deve ser um facilitador de negócios, e não um obstáculo. A equipe de conformidade deve atuar em parceria com as áreas operacionais, ajudando a encontrar maneiras éticas e legais de alcançar os objetivos. Quando a conformidade é vista como um parceiro estratégico, ela se integra naturalmente ao modus operandi da empresa. Para que isso seja plenamente atingido, a digitalização é crucial: 28% das empresas brasileiras ainda dependem de controles manuais e somente 2% entendem que seu ambiente de controles é altamente automatizado, indicando uma grande oportunidade para otimização e eficiência. (dados da pesquisa "Future of Controls" da Deloitte)

Em um mundo cada vez mais transparente e interconectado, a integridade não é mais um diferencial, mas sim uma condição para a sobrevivência dos negócios. As empresas que investem genuinamente na cultura de Compliance estão construindo não apenas um escudo protetor contra

penalidades, mas uma base sólida de confiança que perdurará por gerações. A transformação da conformidade de um mero conjunto de regras para um compromisso cultural é a chave para elevarmos o padrão ético do nosso mercado. É um investimento no futuro, na sustentabilidade e no papel social positivo que as empresas devem desempenhar no Brasil.

(07.01.2026)