



Lei Anticorrupção: o compliance como vantagem competitiva

Como fazer do seu programa de compliance um aliado dos bons negócios

O combate à corrupção é seguramente uma das principais lutas do nosso tempo. Sem freios, os malfeitos acarretam a perda da confiança nos negócios,

bloqueando o desenvolvimento das nações e enfraquecendo a promessa da democracia, além, é claro, de aumentarem os custos de se fazer negócios globalmente, colocando em risco a estabilidade e a fé nos mercados. Por

fim, o fenômeno “corrupção” é, dentre várias opções, a principal razão para que muitos brasileiros declarem a ausência de confiança no País.

Nesse contexto (e considerando o cenário atual), 15% dos executivos

brasileiros, pressionados por resultados, dizem estar dispostos a pagar propina para atingir as metas estabelecidas por suas empresas, de acordo com o estudo Global Fraud Survey, elaborado pela Ernst&Young. Isso faz jus ao triste e preocupante índice divulgado pela Federação das Indústrias do Estado de São Paulo, de que a corrupção em solo brasileiro consome por volta de 2,3% do PIB anual – algo como R\$ 95 bilhões por ano.

Na contramão desse cenário, temos presenciado cada vez mais empresas brasileiras e multinacionais observarem com mais atenção a importância de contar com um programa de compliance robusto e eficaz. Frente ao novo cenário regulatório atual, empresas com programas de compliance reduzirão significativamente a incidência de corrupção em suas operações e perderão menos oportunidades de negócios em comparação com empresas sem esses tipos de programa. Enfim, é o compliance como vantagem competitiva.

Difundir a cultura da ética e integridade corporativa nas empresas é, sem dúvida, um dos papéis mais importantes da alta liderança de uma empresa, dado o nível de exposição e importância que a área de compliance assumiu nas corporações. Iniciativas globais e leis internacionais, como o U.S. Foreign Corrupt Practices Act (FCPA), a lei anticorrupção britânica (UK Bribery Act), além da recente Lei Anticorrupção brasileira (Lei 12.846/13) – aprovada em agosto de 2013 e em vigor desde 29 de janeiro de 2014 –, levam, salvo melhor juízo, a um nível maior de exposição das empresas. Isso faz com que o compliance torne-se cada vez mais estratégico e necessário, não apenas para mitigar os riscos financeiros e de imagem, mas também para garantir que os resultados corretos sejam obtidos de maneira correta, reforçando a ética e a integridade nas operações corporativas.

Para as empresas que agora terão que se adaptar ao novo marco regu-

latório brasileiro, será imprescindível que estejam preparadas para responder às agências reguladoras quando elas perguntarem o seguinte, ao se depararem com qualquer indício de corrupção: o que você fez para evitar que essa situação acontecesse na sua operação?

Ainda que a Lei Anticorrupção brasileira esteja pendente de regulamentação na esfera federal, considerando a experiência de comportamentos análogos e as boas práticas do setor, as agências reguladoras seguramente reconhecerão a pré-existência de programas robustos de compliance como fator preponderante na atenuação da aplicação das sanções, que são bastante severas. Assim, as empresas serão beneficiadas quando comprovarem que fizeram de tudo para combater a corrupção dentro do negócio e colaboraram com as autoridades quando tal crime foi descoberto.

Neste cenário, alguns passos terão um papel importante na apuração das sanções. São eles: (I) divulgação voluntária da violação às autoridades; (II) o nível executivo da empresa não poderá estar envolvido na conduta ilegal; (III) cooperação plena com as autoridades reguladoras, incluindo a entrega de informações e evidências contra empregados e alta administração; (IV) plano com medidas de reparação para evitar novas condutas ilegais, incluindo medidas disciplinares e melhoria dos controles internos aprimorados e do programa anticorrupção; e (V) contar com um programa de compliance robusto antes de a conduta ilegal ter acontecido.

A área de compliance vive um momento sem precedentes no cenário de crescimento e desenvolvimento do Brasil e do mundo. As empresas brasileiras e estrangeiras que fazem negócios no País devem contar com apoio especializado para orientá-las a agir de acordo com as diferentes regras de conduta nos vários países onde operam, além das diretrizes mais recentes emanadas das agências reguladoras, como o Department of Justice e a Securities

and Exchange Commission, dos Estados Unidos, e o Serious Fraud Office, por causa do advento da legislação conhecida como UK Bribery Act.

O ciclo de vida de um programa de compliance sólido se aplica a qualquer indústria. O que é necessário, no entanto, é entender as necessidades e os riscos específicos de uma determinada indústria e seu respectivo setor de atuação (avaliação de risco completa). A partir daí, é preciso desenhar um programa de compliance efetivo que atenda às necessidades e mitigue os riscos de possíveis violações de legislações aplicáveis especificamente ao seu setor.

Por fim, fica clara a necessidade de posicionar-se a favor do (a) estabelecimento de políticas e procedimentos claros; (b) envolvimento direto e irrestrito da alta administração; (c) educação continuada e comunicação clara e concisa; (d) auditorias periódicas e monitoramento de transações; (e) presença de um canal de comunicação para os funcionários externarem suas dúvidas, reclamações e denúncias, (f) due diligence projetada para os riscos do negócio, especialmente para os terceiros que interagem com órgãos governamentais em nome da empresa; e, finalmente, (g) revisão periódica do Programa Anticorrupção. Esses são os principais elementos para um programa de compliance best-in-class com base na tríade: prevenção, detecção e resposta.

Um novo marco regulatório está estabelecido e em vigor em nosso País. E a pergunta urgente – aquela para a qual é preciso ter uma resposta assertiva agora mesmo – é também bastante simples: você e sua empresa estão preparados para se adequarem a esse novo marco regulatório e às diretrizes por ele exigidas?

Fernando M. Caleiro Palma é diretor executivo de compliance da EY (antiga Ernst & Young). E-mail: fernando.palma@br.ey.com