

O CUSTO DA CONFORMIDADE E A REPUTAÇÃO EMPRESARIAL NO BRASIL

THE COST OF COMPLIANCE AND BUSINESS REPUTATION IN BRAZIL

Virna Lisley Schaedler[1]
Centro Universitário Univel – Cascavel/PR, Brasil

Silvia Albarello[2]
Centro Universitário Univel – Cascavel/PR, Brasil
silviazantut@hotmail.com

RESUMO: O Compliance ganhou notoriedade no Brasil, principalmente após o escândalo da operação lava-jato e o advento da Lei Anticorrupção, todavia, sabe-se que a maioria das empresas ainda não o possuem. O fato é que para aquelas empresas onde não é obrigatório ter um programa de compliance, como as que não possuem ações em bolsas de valores, ou ainda, aquelas que não possuem contratos com Poder Público (uma vez que a partir da nova legislação das licitações públicas passou a ser exigido), vale-se, então, a pena ter um programa dispendioso como é o Compliance? Há que se fazer uma análise pormenorizada acerca do custo benefício da implantação de tal programa, que poderá representar um instrumento de mitigação de riscos principalmente quanto à reputação da empresa, que precisa demonstrar ser transparente e ética. Estar em conformidade com leis e regulamentos é o correto e deveria ser a praxe do mundo empresarial, porém quantos efetivamente entendem a necessidade de se ter um programa de grande monta para prevenir e combater as fraudes e corrupções em suas atividades? Mais do que isso, mesmo que haja essa compreensão o seu alto custo possibilita que os mais diversos empresários lancem mão dessa opção? E caso não possa abrir mão de ter, por algum regulamento, normativo ou contrato que lhe alcance, como saber se esse custo-benefício irá compensar? O que está em risco? A sua reputação perante seus clientes e a sociedade? O principal objetivo é descobrir se somente tendo um programa de compliance é que a empresa demonstrará que está mitigando o risco de ser considerada antiética e ter a sua reputação abalada. Para Redecker e Hackmann (2022) o Compliance, surge como elemento que traz robustez às forças de controle, tanto como suporte à indispensável conformidade legal, quanto como balizador de um padrão de comportamento ético superior no seio das organizações e que, inequivocamente, reflete-se na promoção de solidez e credibilidade junto aos mercados. Em contrapartida, como os economistas consideram reputação como uma força que pode tornar as pessoas corretas e honestas, mesmo quando guiadas pelo próprio interesse; mesmo quando não tem nenhuma moral além do que possam fazer de errado e se dar bem; e mesmo quando não há

[1] Mestranda do Programa de Pós Graduação em Direito Centro Universitário de Cascavel – UNIVEL, em Direito, Inovações e Regulações, e-mail: mestrandavirnals@hotmail.com e OrcID: https://orcid.org/0009-0007-5985-0893
[2] Mestranda do Programa de Pós Graduação em Direito Centro Universitário de Cascavel - UNIVEL em Direito, Inovações e Regulações e-mail silviazantut@hotmail.com e OrcID: https://orcid.org/0009-0003-5348-2912

uma autoridade externa para impor normas de conduta (WHITFIELD, 2015). Nessa hipótese não será um programa de Compliance que irá tornar a empresa, seus administradores e colaboradores, éticos e probos. A metodologia utilizada foi a teórica-bibliográfica, utilizando o método hipotético-dedutivo. O atual estágio da pesquisa demonstra que os programas de Compliance servem apenas às grandes empresas, eis que o seu custo de implantação e manutenção representa um investimento de grande monta.

Palavras-chave: Compliance; Alto custo; Reputação; Empresas; Risco.

REFERÊNCIAS

COUTINHO, Aldacy Rachid. Compliance Jurídico: entre eficácia, efetividade e eficiência, p. 182-191. In: BUSSINGUER, Elda Coelho de Azevedo; SARLET, Ingo Wolfgang e TRINDADE, André Karam (org.) **Estado, regulação e transformação digital**: o futuro das democracias: hipervigilância, fake news e outras ameaças. 1.ed. São Paulo: Tirant lo Blanch, 2023.

GONÇALVES, José Antônio Pereira. **Alinhando processos, estrutura e compliance à gestão estratégica**. São Paulo: Atlas, 2012.

MAEDA, Bruno Carneiro. Programas de Compliance anticorrupção: importância e elementos essenciais. In: DEBBIO, Alessandra Del; MAEDA, Bruno Carneiro; **YRES**, Ano 52 Número 205 jan./mar. 2015, p. 105.

SILVA, Carlos Henrique da. **Temas de anticorrupção e Compliance**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013. p. 167-201.

PATRUS-PENA, Roberto; CASTRO, Paula Pessoa de. **Ética nos negócios**: condições, desafios e riscos. São Paulo: Atlas, 2010.

REDECKER, Ana Cláudia; HACKMANN, Evaldo Osorio. Compliance: Sistema de gestão como força de controle das corporações. **Revista Jurídica Luso-Brasileira**, Lisboa, v. 8, n. 5, p. 1-42, 2022.

WHITFIELD, John. **O poder da reputação**. 1. ed. Rio de Janeiro: BestBusiness, 2015.