

## O COMPLIANCE NÃO É UMA TENDÊNCIA PASSAGEIRA: É UM ACTIVO ESTRATÉGICO DO NEGÓCIO

CLÁUDIA FERNANDES MARTINS

Muitas empresas ainda limitam o âmbito da sua responsabilidade e ética empresarial ao mero cumprimento de obrigações de fonte legal. A rentabilidade continua a ser o critério principal, se não o único (em muitos casos), pelo qual pautam as suas decisões de negócio.

Mudanças sociais, legais e regulamentares estão, porém, a forçar as empresas a adotar uma abordagem diferente. A título de exemplo, as empresas devem agora fornecer uma divulgação clara não apenas da sua posição financeira, mas também não financeira, nomeadamente dos seus princípios e práticas de bom governo, e de responsabilidade social. Devem também contribuir para o respeito pelos direitos humanos, proibir qualquer discriminação no emprego e agir de uma forma social e ambientalmente responsável, aparecendo a sustentabilidade e o ESG (*Environment, Social and Governance*), como um “mote” agregador desta atual tendência, que veio (e bem) para ficar e com a visibilidade devida.

No mundo de hoje, a governação societária, a responsabilidade social das empresas/sustentabilidade e o *compliance* devem funcionar em uníssono. Os pontos de vista tradicionais sobre competitividade e rentabilidade estão a mudar. E a mudança vai ser vertiginosa.

Algumas destas questões há muito que são reguladas, mas o controlo das práticas empresariais por outros intervenientes só agora tem vindo a crescer. Clientes, fornecedores, colaboradores e a sociedade em geral estão a prestar cada vez mais atenção à forma como as empresas se comportam socialmente e a exigir que satisfaçam determinados critérios, que as colocam em um diferente patamar da competitividade. Disto também dependerá a competitividade da empresa e o seu posicionamento no mercado face aos demais concorrentes.

Com efeito, é essencial que as empresas decidam rever as suas práticas de governação, não só para cumprir com as suas obrigações estatutárias, mas também para definir o seu posicionamento interno e no mercado, assim como assegurar a sua responsabilização perante os seus *stakeholders* (partes interessadas).

### DESAFIOS E MUDANÇAS NO COMPLIANCE

As empresas enfrentam também novos desafios em áreas como a gestão da diversidade e a igualdade de oportunidades, com o objetivo de aumentar proporcionalmente posições ocupadas por minorias e mulheres em cargos superiores.

A gestão da diversidade centra-se na valorização da “diferença” e na não discriminação, bem como no respeito por cada indivíduo no local de trabalho, independentemente da sua raça, género ou orientação sexual. O anti assédio, que recentemente ganhou força com o movimento “#MeToo”, é outra preocupação que está a impulsionar a introdução de novas políticas e procedimentos no local de trabalho.

Assistimos também a um surto de novas leis e regulamentos em relação à responsabilidade social, sustentabilidade, prevenção do branqueamento de capitais, anticorrupção, proteção de dados pessoais, entre outros.

A responsabilidade social e a sustentabilidade - reconhecendo o papel de uma empresa na sociedade - através, por exemplo, de apoio mecenático e responsabilidade ambiental - não devem ser vistas como uma ferramenta de

marketing para maximizar os lucros futuros, mas como um contributo para o bem-estar de todos os interessados: colaboradores, acionistas, fornecedores, clientes e sociedade.

## A ÉTICA É UMA PARTE ESSENCIAL E COMPLEMENTAR DO COMPLIANCE

Os investidores estão a mudar a forma como analisam o desempenho de uma empresa e tomam decisões com base em critérios que incluem considerações éticas. Há provas de que o comportamento ético empresarial está a ter um impacto crescente nas perceções de mercado das partes interessadas e nas decisões dos investidores e clientes relativamente à escolha das empresas da sua cadeia de fornecimento.

Em organizações com uma fraca cultura e ética empresarial, os colaboradores tendem a comportar-se de uma forma que pode levar a comportamentos pouco éticos e prejudiciais, aumentando o risco de violações e danos subsequentes.

Ora, as empresas serão obrigadas a assumir a responsabilidade pela sua gestão e pelos actos dos seus colaboradores, a menos que possam provar que realizaram todos os esforços para dissuadir ou aconselhar contra comportamentos ilegais e/ou fraudulentos.

Por isso, é essencial que todos os colaboradores recebam formação relevante e que sejam desenvolvidos controlos em toda a empresa envolvendo todos os departamentos, especialmente os jurídicos e de *compliance*. As políticas, procedimentos ou controlos não serão eficazes se não forem preparados, implementados e aplicados de uma forma muito mais inclusiva dentro da empresa.

A chave não é apenas seguir a lei, mas ensinar aqueles dentro da empresa que o que deve ser feito não é uma escolha. A empresa deve compreender o "porquê" daquilo que deve ser seguido e o "porquê" de dever ser seguido enquanto prioridade empresarial.

## O COMPLIANCE NÃO É UMA TENDÊNCIA PASSAGEIRA

O *compliance* não pode ser reduzido a um conjunto de listas de controlo. Não existe uma solução de conformidade de tamanho único.

Os departamentos jurídico e de *compliance* devem tomar medidas para desenvolver um quadro de promoção de ética empresarial e de *compliance* jurídico dentro da empresa e sobretudo à medida da sua organização. Estas medidas devem incluir:

1. Implementação de auditorias jurídicas internas;
2. Disponibilização regular de informação dentro da empresa sobre responsabilidade social empresarial e *compliance* jurídico;
3. Transmitir internamente informações relevantes sobre legislação local e outra legislação relacionada com a empresa;
4. Proporcionar cursos/*workshops* de formação sobre ética empresarial e *compliance* jurídico para cada colaborador e discutir a prevenção de condutas incorretas em toda a empresa; e,
5. Criação de uma linha de apoio à ética empresarial e ao *compliance* jurídico, ou seja, um sistema interno de denúncias.

As empresas devem compreender que a governação societária, responsabilidade social e *compliance* afetam toda a empresa, incluindo o conselho de administração, a direção, os acionistas, os colaboradores e outras partes interessadas. Está a tornar-se um exercício quotidiano para o qual devem estar totalmente preparadas.

É tempo de as empresas repensarem o *compliance* jurídico para além da tradicional gestão de risco e vê-lo como um activo empresarial estratégico. Responsabilidade, transparência e diálogo podem ajudar a tornar uma empresa mais fiável e a impulsionar os padrões de outras empresas ao mesmo nível. Todos ganham, mas não já necessariamente no sentido tradicional do lucro!

© 2022 MACEDO VITORINO