

Empresas

Como a cultura de compliance pode salvar a sua empresa

Marta Santos Silva
25 Novembro 2016



Não basta ter um código de conduta, é preciso exercê-lo. Caso contrário, a organização arrisca-se a ser o "idiota útil", diz António Cluny, o procurador português na Eurojust.

Todas as empresas devem ter um código de conduta que deixe claras as práticas que são aceitáveis — é um passo essencial para evitar problemas mais tarde e para proteger o prestígio na sociedade. Mas sabia que o código de conduta não é suficiente? **Para melhor proteger a sua empresa há mais passos a tomar para criar uma verdadeira cultura de *compliance*.**

O que é *compliance*? A palavra inglesa, que significa “cumprir com” determinadas instruções, usa-se para representar uma procura ativa de cumprimento das regulamentações aplicáveis, em parte pela via da prevenção. Numa conferência organizada esta sexta-feira pela sociedade de advogados Morais Leitão, Galvão Teles, Soares da Silva e associados, sublinhou-se a importância de cultivar uma cultura de *compliance* no seio das empresas.

“**Todas as empresas devem ter um código de conduta**”, afirmou António Cluny, procurador português no Eurojust. **Mas não se pode ficar por aí.** É preciso “um plano de prevenção e contenção de riscos para o negócio”, assim como, numa relação com parceiros comerciais, é necessário “pedir garantias de que não há impedimentos que possam vir a pôr em causa o prestígio da empresa”.

As estratégias servem **para a sociedade não se arriscar a ser o “idiota útil, desculpem a expressão**”, disse o procurador ao referir-se a um dos casos práticos que serviu de base à discussão sobre corrupção e branqueamento de capitais da conferência. Isto significa que, não tendo uma cultura que incentive a investigação não só dos riscos no interior da empresa mas também os apresentados pelos seus parceiros comerciais nas suas diferentes iniciativas, a empresa fica exposta a problemas mais tarde.

Que características deve ter um programa de *compliance*?

“A primeira premissa é existência de regras”, começou por explicar o advogado da sociedade Morais Leitão, Duarte Santana Lopes. A cultura de *compliance* cria-se à volta dessas regras. O advogado delineou alguns dos principais componentes para a sua criação:

1. **Fazer uma análise dos riscos** — sejam eles os riscos do setor de atividade em que a organização está inserida, seja do país onde opera. Importa também conhecer os riscos apresentados pelos parceiros da organização.
2. **Elaboração de um código de conduta... e não só** — é necessário acompanhar o código de conduta de procedimentos de decisão transparentes e da adesão expressa dos funcionários ao código de conduta criado, havendo mecanismos de responsabilização quando este não é cumprido.
3. **Criação de tarefas específicas para promover a *compliance*** — muitas empresas já têm apostado na contratação de um *compliance officer*, cujo trabalho é especificamente tentar prever e prevenir a tomada de riscos que venham a violar as regulamentações. Devem ainda ser promovidas investigações externas à organização.
4. **Formação regular** — os funcionários devem ter acesso a formações frequentes para manter presentes as regulamentações do código de conduta e as práticas de *compliance* na organização.
5. **Divulgação pública dos códigos de conduta** — não basta fazer, é preciso mostrar que se faz. A organização deve ter o cuidado de comunicar as suas práticas de *compliance* de forma a reforçar a sua reputação e a sua imagem.