



OPINIÃO

‘Compliance’ como oportunidade do negócio



RUI PATRÍCIO

Advogado e membro
da direção do OPCR

De há uns anos a esta parte, fala-se muito, e cada vez mais, em *compliance*. E ainda bem, pese embora nem sempre – como é próprio do que primeiro se estranhou e depois rapidamente se entranhou, como aconteceu nesta área – as coisas sigam o caminho inteiramente certo, seja no que se regulamenta, seja no que se elabora, seja no que se aplica, seja no que se diz. Mas o caminho faz-se caminhando, e longe vão os tempos em que *compliance* era uma “modernice” quase incompreensível ou tida por supérflua.

Hoje está aí, e para lavar e durar, sendo certo que – para além de ser obrigatório em muitos casos (cada vez mais, e com peso acrescido) – vai-se generalizando a consciência da sua importância, desde logo no campo da gestão do risco e da prevenção, mas também da defesa corporativa já em sede de processos, seja como caminho para exclusão da responsabilidade, seja como atenuante (questões que suscitariam e justificariam, não um artigo ou vários, mas um livro ou mais, pelas suas importância e complexidade).

Mas há ainda outra dimensão muito relevante do *compliance*, que nem sempre é suficientemente enfatizada, que é a sua importância para o negócio. Não me refiro ao *compliance* como oportunidade de negócio (o título do texto diz “do” negócio, e não “de”, propositadamente), que também o é, para todos quantos se dedicam a assessorar (e quão importante isso é) as empresas no seu trabalho de elaboração, aplicação e vida dos programas de *compliance*, para que as coisas saiam *tailor made* e bem feitas.

Refiro-me, aqui e agora, ao papel interno (e sua consequente projeção para fora) que ele tem (ou pode e deve ter) nas empresas, criando e fortalecendo a cultura interna e as boas práticas (em diversos níveis e perspetivas), bem como reforçando os laços entre todos os envolvidos na cadeia de valor.

Um sistema de *compliance* bem elaborado e bem aplicado fomenta a capilaridade de uma certa cultura, enraíza boas práticas, promove a necessidade de diálogo, torna maior a coesão interna, agiliza e melhora procedimentos, aproxima o topo das bases (desde logo pelos célebres *tone from the top* e *top-down*), mas também vice-versa (o celebrado *bottom-up*, por exemplo); enfim pode, e deve, contribuir para melhorar o negócio, e não, como nos velhos tempos da desconfiança se pensava, para o dificultar e entorpecer.

E isto para já não falar num outro aspeto desta vertente, que se prende com o facto de, além de glamoroso ou mesmo social ou economicamente exigível pelo ar dos tempos, ter um correto programa de *compliance* ser requisito para, por exemplo, ir a certos concursos ou participar em certos projetos. O que, para além da questão interna que aqui quis enfatizar, é mais um tema (melhor, verdadeiramente uma condição) “do” negócio. ●

**Um sistema de
‘compliance’ pode,
e deve, contribuir
para melhorar
o negócio, e não,
como nos velhos
tempos
da desconfiança
se pensava,
para o dificultar
e entorpecer**