

**XXXI CONGRESSO NACIONAL DO
CONPEDI BRASÍLIA - DF**

DIREITO EMPRESARIAL II

FERNANDO PASSOS

PAULO ANTONIO RODRIGUES MARTINS

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte destes anais poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

Diretoria - CONPEDI

Presidente - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Naspolini - FMU - São Paulo

Diretor Executivo - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC - Santa Catarina

Vice-presidente Norte - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa - Pará

Vice-presidente Centro-Oeste - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG - Goiás

Vice-presidente Sul - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos - Rio Grande do Sul

Vice-presidente Sudeste - Profa. Dra. Rosângela Lunardelli Cavallazzi - UFRJ/PUCRio - Rio de Janeiro

Vice-presidente Nordeste - Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UNICAP - Pernambuco

Representante Discente: Prof. Dr. Abner da Silva Jaques - UPM/UNIGRAN - Mato Grosso do Sul

Conselho Fiscal:

Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho - UFMA - Maranhão

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara - SKEMA/ESDHC/UFMG - Minas Gerais

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UFERSA - Rio Grande do Norte

Prof. Dr. Fernando Passos - UNIARA - São Paulo

Prof. Dr. Edinilson Donisete Machado - UNIVEM/UENP - São Paulo

Secretarias

Relações Institucionais:

Prof. Dra. Claudia Maria Barbosa - PUCPR - Paraná

Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA - Bahia

Profa. Dra. Daniela Marques de Moraes - UNB - Distrito Federal

Comunicação:

Prof. Dr. Robison Tramontina - UNOESC - Santa Catarina

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho - UPF/Univali - Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS - Sergipe

Relações Internacionais para o Continente Americano:

Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch - UFSM - Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA - Maranhão

Prof. Dr. Felipe Chiarello de Souza Pinto - UPM - São Paulo

Relações Internacionais para os demais Continentes:

Profa. Dra. Gina Vidal Marcilio Pompeu - UNIFOR - Ceará

Profa. Dra. Sandra Regina Martini - UNIRITTER / UFRGS - Rio Grande do Sul

Profa. Dra. Maria Claudia da Silva Antunes de Souza - UNIVALI - Santa Catarina

Eventos:

Prof. Dr. Yuri Nathan da Costa Lannes - FDF - São Paulo

Profa. Dra. Norma Sueli Padilha - UFSC - Santa Catarina

Prof. Dr. Juraci Mourão Lopes Filho - UNICHRISTUS - Ceará

Membro Nato - Presidência anterior Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UNICAP - Pernambuco

D597

DIREITO EMPRESARIAL II [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI

Coordenadores: Fernando Passos, Paulo Antonio Rodrigues Martins – Florianópolis: CONPEDI, 2024.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5274-049-6

Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações

Tema: Saúde: UM OLHAR A PARTIR DA INOVAÇÃO E DAS NOVAS TECNOLOGIAS

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Direito. 3. Empresarial. XXX Congresso Nacional do CONPEDI Fortaleza - Ceará (3: 2024 : Florianópolis, Brasil).

CDU: 34



XXXI CONGRESSO NACIONAL DO CONPEDI BRASÍLIA - DF

DIREITO EMPRESARIAL II

Apresentação

Nesse GT de Direito Empresarial II foram apresentados trabalhos de pesquisa conectados com o que há de mais atual no regime jurídico empresarial brasileiro, como temas relacionados à recuperação judicial de empresas, títulos de crédito, holding familiar, negócios jurídicos processuais aplicados ao direito empresarial, ESG e 'Compliance'.

Todos os trabalhos possuem metodologias apropriadas e problemas de pesquisas relevantes, com fartas referências bibliográficas.

A discussão promovida pelos autores, inclusive, ultrapassou o campo da mera dogmática jurídica e se imiscuiu para o campo da teoria zetéica do direito, como, por exemplo, numa análise específica sobre a hermenêutica jurídica aplicada ao instituto da recuperação de empresas no Brasil.

Assim, o livro que se segue apresenta inúmeros contributos para os operadores do direito que lidam diretamente com os agentes econômicos responsáveis pelo desenvolvimento de nosso país.

COMPLIANCE E RESPONSABILIDADE SOCIAL: ASPECTOS DE SINERGIA
COMPLIANCE AND SOCIAL RESPONSABILITY: SINERGY ASPECTS
BETWEEN THEM

Fabiano Alves de Souza Filho
Fabiana Cortez Rodolpho
Luiz Otávio Benedito

Resumo

O presente artigo objetiva, em um primeiro momento, entender as definições e conceitos do compliance. Em segundo lugar, realizar uma análise dos aspectos gerais da responsabilidade social corporativa, e por fim, entender os aspectos de convergência entre o compliance e a responsabilidade social. A consecução desses objetivos específicos permitirá uma abordagem mais abrangente e esclarecedora sobre o tema proposto. O método utilizado é o dedutivo, a opção por esta metodologia neste estudo implica em uma abordagem de pesquisa que se inicia com premissas gerais relacionadas ao compliance. Essas premissas são derivadas da literatura acadêmica e doutrina especializada. Em seguida, por meio da coleta de dados provenientes de diversas fontes, como livros, notícias, artigos da área, sites oficiais, busca-se verificar a validade dessas premissas, analisando a responsabilidade social corporativa. A análise sistemática desses tópicos levará à questão central da pesquisa: aspectos de sinergia entre o Compliance e a responsabilidade social corporativa.

Palavras-chave: Compliance, Responsabilidade social corporativa, Sinergia, Anticorrupção, Diferencial econômico

Abstract/Resumen/Résumé

This present article aims, at first, to understand the definitions and concepts of compliance. Second point, it seeks to analyze the general aspects of corporate social responsibility, and, finally, to understand the points of convergence between compliance and corporate social responsibility. Achieving these specific objectives, will allow for a more comprehensive and enlightening approach to the proposed topic. The method used is deductive, and, the choice of this methodology in the study implies a research approach that begins with general premises related to compliance. These premises are derived from academic literature and specialized doctrine. Then, through the collection of data from various sources, such as books, news, articles in the field, and, official websites, the validity of these premises is verified by analyzing the corporate social responsibility. The systematic analysis of these topics will lead to the central research question: the aspects of synergy between Compliance and corporate social responsibility.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Compliance, Corporate social responsibility, Synergy, Anti-corruption, Economic advantage

Introdução

O conceito de Compliance tem se tornado cada vez mais central no ambiente corporativo, especialmente no contexto do mercado globalizado e competitivo atual. Compliance é um conjunto de políticas, valores e procedimentos que asseguram que as práticas de uma empresa estejam em conformidade com sua missão, visão, valores, e principalmente, com normas éticas e jurídicas. Esta conformidade é crucial tanto para garantir uma base legal sólida quanto para preservar a reputação social da empresa.

Por outro lado, a responsabilidade social corporativa (RSC) emergiu como uma necessidade premente no cenário atual, em que as empresas são cada vez mais compelidas a adotar práticas que vão além da busca por lucro, incorporando uma responsabilidade social abrangente. Archie B. Carroll, um dos pioneiros nesse campo, define a RSC como a capacidade das empresas de promover o bem-estar social enquanto desempenham suas funções econômicas e legais. O presente artigo tem como escopo e delimitação a análise desses fenômenos. O foco será na sinergia entre ambos.

Com o intuito de fundamentar de maneira robusta o alcance do objetivo geral delineado, torna-se crucial estabelecer objetivos específicos complementares que proporcionem suporte à abordagem da discussão supracitada. Desta forma, os seguintes objetivos específicos serão delineados: Primeiramente, entender o que é o compliance. Em segundo lugar, realizar uma análise da responsabilidade social corporativa. Ademais, será analisado aspectos de convergência entre os institutos. A consecução desses objetivos específicos permitirá uma abordagem mais abrangente e esclarecedora sobre o tema proposto.

Para alcançar os objetivos gerais e específicos, bem como dar subsídio ao problema de pesquisa abordado, optou-se pela utilização do método dedutivo, a opção por esta metodologia neste estudo implica em uma abordagem de pesquisa que se inicia com premissas gerais relacionadas ao compliance. Essas premissas são derivadas da literatura acadêmica e doutrina especializada. Em seguida, por meio da coleta de dados provenientes de diversas fontes, como livros, notícias, artigos da área, sites oficiais, busca-se verificar a validade dessas premissas, analisando a responsabilidade social corporativa. A análise sistemática desses tópicos levará à questão central da pesquisa: aspectos de sinergia entre o Compliance e a responsabilidade social corporativa

Com o intuito de proporcionar uma estrutura clara e facilitar a compreensão do leitor, o presente trabalho foi estrategicamente dividido em cinco capítulos principais. A introdução,

o segundo capítulo se concentra na abordagem das definições e conceitos acerca do Compliance. No terceiro capítulo, serão examinados aspectos gerais da responsabilidade social corporativa. O quarto capítulo, por sua vez, se dedica ao estudo da sinergia entre Compliance e responsabilidade social corporativa. Por fim, o quinto capítulo, concluirá a pesquisa elaborada. Essa estruturação visa fornecer uma abordagem sistemática e coerente à pesquisa, permitindo ao leitor uma compreensão aprofundada dos tópicos abordados.

1 Definições e conceitos acerca do Compliance.

O conceito de Compliance tem se tornado cada vez mais importante no ambiente corporativo, principalmente na situação atual do mercado globalizado extremamente competitivo. O Compliance é um conjunto de políticas, valores e procedimentos que visam assegurar que as práticas da entidade estejam em conformidade com a missão, visão e valores da empresa e, principalmente em conformidade ética e jurídica. Tal conformidade é necessária para ter uma base legal sólida e também preservar uma boa reputação social.

De acordo com Treviño e Weaver, o Compliance implica na conformidade de uma organização com os requisitos legais e regulamentares impostos por autoridades externas, assim como, a adesão a padrões internos de comportamento ético e responsabilidade corporativa. Essa é apenas uma de diversas facetas do Compliance, no qual integra-se também aspectos legais, éticos e operacionais em um sistema coerente de governança.

Compliance é um conjunto de medidas internas que permite prevenir ou minimizar os riscos de violação às leis decorrentes de atividade praticada por um agente econômico e de qualquer um de seus sócios ou colaboradores. Por meio dos programas de compliance, os agentes reforçam seu compromisso com os valores e objetivos ali explicitados, primordialmente com o cumprimento da legislação. Esse objetivo é bastante ambicioso e por isso mesmo ele requer não apenas a elaboração de uma série de procedimentos, mas também (e principalmente) uma mudança na cultura corporativa. O programa de compliance terá resultados positivos quando conseguir inculcar nos colaboradores a importância em fazer a coisa certa. (Frazão, 2018, p. 42).

Indo além de regras e diretrizes, o Compliance precisa de treinamentos regulares para garantir que todos os colaboradores absorvam da forma correta o novo código de conduta. Esses treinamentos abordam questões do cotidiano e devem ensinar como lidar com situações da maneira adequada, sendo grave ou não, reduzindo a probabilidade de gerar problemas maiores e garantindo que os colaboradores estão alinhados com o programa.

Canais de feedback também são de extrema importância, eles que permitem aos funcionários comunicar seus problemas, recomendações, preocupações e violações éticas. Através desses respaldos a empresa toma atitudes com base no que foi exposto, podendo ocorrer punições e correções quando necessário.

A autorregulação também faz parte do programa de compliance, em que ocorrem auditorias em certos períodos, avaliando e validando a eficácia do programa. Essas atividades permitem à empresa identificar situações por parte de funcionários, possibilitando a implementação de ações corretivas antes que as questões se agravem ou causem danos significativos à organização.

Além disso, o Compliance contribui para o desenvolvimento de uma cultura que prega a ética e a integridade em todas as camadas da empresa. O Compliance também tem sido amplamente reconhecido como uma prática estratégica fundamental para o sucesso a longo prazo das organizações. Philip Kotler, pai do Marketing Moderno, destaca que o Compliance tem efeitos significativos ao longo do tempo. O mesmo escritor afirma que Compliance é muito maior que criar diretrizes e obedecer às leis, visto que ao minimizar riscos de sanções e danos à reputação com práticas de Compliance, não apenas evitam penalidades, mas também criam um diferencial competitivo.

Referido processo fica ainda mais nítido ao analisar o mercado econômico atual, que valoriza cada vez mais transparência e responsabilidade social. Empresas responsáveis ética e socialmente tendem a atrair mais clientes, funcionários e investidores. Kotler observa que, ao estabelecer parâmetros próximos à expectativa social, as organizações não só protegem a imagem própria, mas também corroboram para um ambiente de negócios mais sustentável e confiável.

A adoção do compliance é cada vez mais essencial às pessoas jurídicas. Não apenas pelos incentivos legislativos ou por imposição legal, mas também porque o compliance atesta a seriedade do agente econômico e, com isso, viabiliza mais negócios e maior inserção no mercado. (Oliva e Silva, 2018, p. 10).

Outro conceito que cerca o Compliance é sua função como ferramenta de fiscalização interna, autorregulatória, através da qual se estabelece regimes próprios para assegurar que todas as atividades estejam no mesmo regime que as regras e costumes estabelecidos anteriormente.

Os processos incluem a geração de códigos de conduta, treinamentos planejados para funcionários e a realização de auditorias internas e externas para avaliar a forma em que o Compliance foi aplicado. Ao utilizar esses mecanismos, as empresas cumprem a obrigação legal, desenvolvem um regime que valoriza a verdade, a ética e a transparência, acarretando em uma reputação sólida, que pode vir a ser um grande destaque e ativo invisível.

Sendo assim, o Compliance é uma ferramenta útil para se obter uma diferenciação no mercado. Michael E. Porter, em seus estudos sobre estratégia e competitividade, sustenta que a implementação de um Compliance eficaz pode fornecer à entidade uma vantagem sobre seus concorrentes, deixando nítido o fator que diferencia a empresa das demais. Em um ambiente cada vez mais competitivo e complexo, Porter afirma que, entidades capazes de transmitir um ideal de responsabilidade e ética são mais bem vistas por seus clientes, *stakeholders* e o estado.

Atualmente, onde a globalização e a crescente conscientização dos consumidores sobre questões éticas e sociais aumentam cada vez mais e, as expectativas sobre o como a empresa se comporta em seu meio. Sendo assim, o Compliance não é mais uma ferramenta para questões legais, mas uma evolução organizacional que fornece a mitigação de danos e a autopromoção no ambiente inserido.

As empresas que não conseguem aplicar um programa de Compliance correm o risco de enfrentar muitas turbulências, desde sanções e penalizações legais, até a destruição sem volta de sua reputação. No entanto, empresas que se comprometem de forma efetiva ao Compliance estão melhor colocadas para protegerem seus interesses.

Ademais, para Thomas R. Fox, o Compliance tem como base 9 (nove) pilares fundamentais: Comprometimento; Avaliação de riscos; Código de Conduta; Política Interna; Canal de Denúncias; Investigação Interna; Treinamentos; Due-Diligence; Auditoria e Monitoramento.

Os 9 pilares do Compliance são essenciais para a construção de um programa de conformidade eficaz. Estes incluem o comprometimento da alta administração, que é vital para o sucesso do programa, e a avaliação de risco, que permite identificar e mitigar possíveis violações. As políticas e procedimentos claros são necessários para guiar as ações dos funcionários, enquanto o treinamento contínuo garante que todos compreendam as expectativas de conformidade. O monitoramento regular, aliado à comunicação eficaz e à aplicação de medidas disciplinares, assegura a aderência às normas. Finalmente, a revisão constante do programa e a documentação minuciosa de todas as ações completam a estrutura de um Compliance robusto. (Fox, Thomas, 2020, p. 45).

Em síntese, a avaliação de risco demonstra sua importância ao prever problemas futuros. Política interna mantém a empresa em conformidade jurídica seguindo leis e regulamentos de uma empresa, sendo necessária para a criação e implementação de métodos que pretendem mitigar os riscos que podem ou não vir à tona. Dessa forma, a avaliação de risco se torna uma ferramenta essencial para alinhar as políticas internas.

A partir do momento em que todos estão devidamente motivados e conscientes, o código de conduta criado a partir do programa de compliance deixa de ser apenas palavras, e serão o novo guia para um compromisso com a ética e a transparência. Ele será uma referência que orienta as ações de todos na empresa, assegurando que as operações sejam conduzidas de maneira ética e legal.

Os treinamentos são necessários para que todos os funcionários compreendam as políticas de Compliance. Além disso, o monitoramento e a auditoria regulares asseguram que as políticas sejam seguidas e que a eficácia do programa seja avaliada.

A Avaliação de Riscos, o quinto pilar, envolve analisar os problemas futuros da empresa. Esse processo permite que a empresa evolua e gere oportunidades em meio a crises, implementando controles internos adequados para minimizar o risco de violações.

Também se necessário após análises e validações à imposição de sanções para qualquer infração. Isso vai assegurar que as medidas disciplinares sejam proporcionais e consistentes, reforçando a seriedade do compromisso da empresa com o que é certo.

Além disso, os canais de comunicação são eficazes para que os funcionários possam relatar preocupações e buscar orientação. O programa de Compliance também deve passar por revisão e melhoria contínua, ajustando-se às novas informações e mudanças nas circunstâncias. A implementação desses pilares ajuda a criar uma cultura corporativa sólida e ética, prevenindo violações e promovendo a responsabilidade dentro da organização.

Por fim, a investigação interna estabelece um processo para tratar de alegações de má conduta. Apenas com esse pilar conseguira analisar os fatos e apurar o exposto antes de tomar qualquer atitude. As investigações devem ser conduzidas de forma justa e confidencial, garantindo que quaisquer violações sejam analisadas e abordadas adequadamente.

Figura 1: 9 pilares de Compliance



Fonte: GEP compliance

Diante do exposto, é possível afirmar que o Compliance vai muito além de um simples conjunto de normas a serem seguidas; ele representa um compromisso profundo com a ética, a legalidade e a responsabilidade social dentro das organizações. A implementação eficaz de um programa de Compliance é essencial não apenas para evitar sanções legais e proteger a reputação da empresa, mas também para criar uma cultura organizacional que valoriza a transparência e a integridade

2 Responsabilidade Social– Aspectos gerais

A Responsabilidade Social Corporativa (RSC) surgiu como uma opção para entidades de forma urgente devido às condições mercadológicas do mundo atual, tendo em vista que as empresas estão sendo cada vez mais obrigadas a adotar uma série de ações e práticas que vão além da busca pelo lucro econômico e incorporam uma responsabilidade social ampla.

Archie B. Carroll (1991), o pioneiro quando se trata sobre responsabilidades além do lucro, define a RSC como a capacidade que as empresas têm para obter o bem-estar social enquanto desempenham suas funções econômicas e legais. Carroll criou um conceito teórico

chamado Pirâmide de Carroll. A pirâmide organiza as responsabilidades corporativas em quatro níveis, trazendo à tona do quão complexo é conciliar lucro com responsabilidade social.

Assim, pode-se verificar que na base da pirâmide estão as responsabilidades econômicas, com o objetivo mais intrínseco e fundamental para a existência e sustentabilidade de qualquer empresa: ser lucrativa. O lucro é uma condição de existência para a perpetuação, sobrevivência e o crescimento contínuo da organização. Esse lucro é o que possibilita todas as outras partes da pirâmide, por isso é a base, o alicerce.

Responsabilidade econômica: é o principal tipo de responsabilidade social encontrada nas empresas, sendo os lucros a maior razão pela qual as empresas existem. Significa produzir bens e serviços de que a sociedade necessita, de modo à garantir a continuidade das atividades da empresa, de forma a satisfazer suas obrigações com os investidores e maximizar os lucros de seus stakeholders. (Prado, et al. 2011, p. 60).

O segundo nível da pirâmide traz as responsabilidades legais, que representam a obrigação das empresas de operarem dentro dos moldes da Lei local. Carroll afirma que cumprir as obrigações legais é o mínimo que a sociedade espera e, o não cumprimento pode resultar em implicações e sanções.

Responsabilidade legal: define o que a sociedade considera importante com respeito ao comportamento adequado da empresa. Ou seja, espera-se das empresas que atendam às metas econômicas das exigências legais e que sejam responsáveis pela observância das leis municipais, estaduais e federais, por parte dos seus funcionários (Prado, et al. 2011, p. 60).

No terceiro nível estão as responsabilidades éticas, que vão além das exigências legais e englobam as questões morais e éticas. Enquanto as responsabilidades legais definem o que uma empresa deve fazer, as responsabilidades éticas indicam o que ela deveria fazer, ou seja, traz à tona questões como honra, justiça e princípios.

Responsabilidade ética: inclui comportamentos ou atividades que a sociedade espera das empresas, mas que não são necessariamente codificados na lei e podem não servir aos interesses econômicos diretos da empresa. Para a empresa ser ética na tomada de decisão, deve agir com equidade, justiça e imparcialidade, além de respeitar os direitos individuais. (Prado, et al. 2011, p. 60).

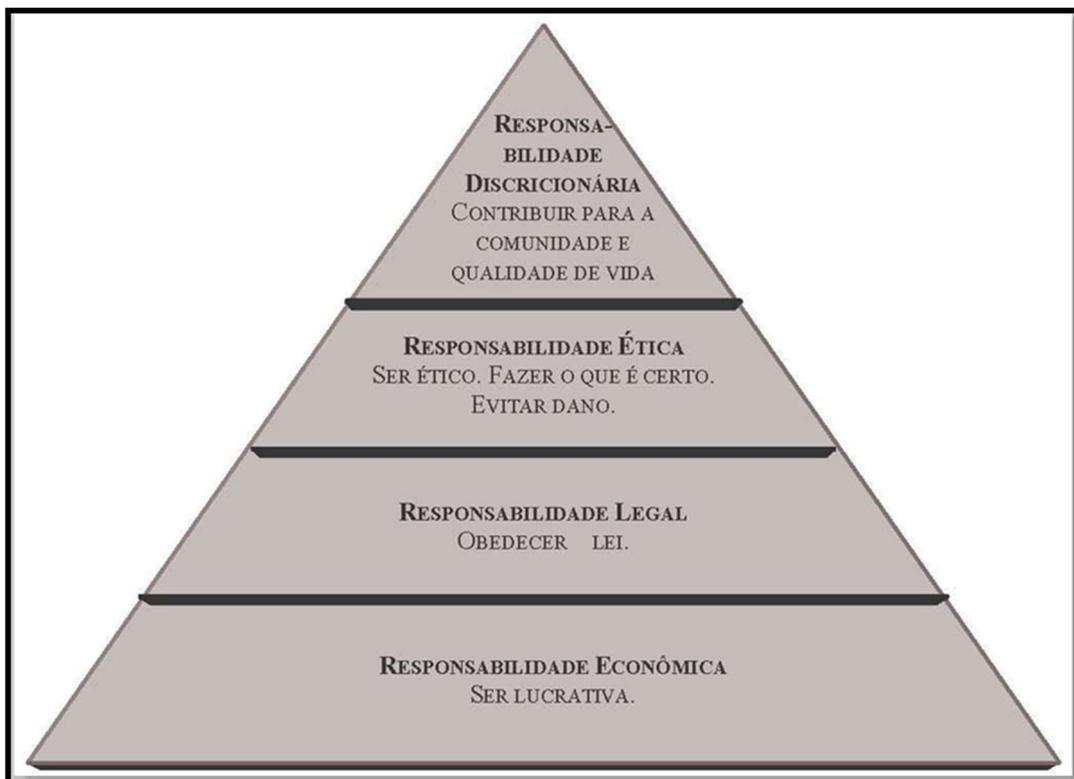
Por fim, no topo da pirâmide, encontram-se as responsabilidades filantrópicas, que envolvem as atividades voluntárias que as empresas fazem para corroborar com o bem-estar da sociedade. Ninguém obriga a fazê-las, mas, são muito bem-vindas como parte do

compromisso social da empresa, demonstrando seu compromisso com a sociedade além do que é pedido.

Responsabilidade discricionária ou filantrópica: é puramente voluntária e orientada pelo desejo da empresa em fazer uma contribuição social não imposta pela economia, pela lei ou pela ética. A atividade discricionária inclui: fazer doações a obras beneficentes, contribuir financeiramente para projetos comunitários ou para instituições de caridade que não oferecem retornos para a empresa e nem mesmo são esperados. (Prado, et al. 2011, p. 60).

A função da Pirâmide de Carroll serve para ajudar empresas a visualizarem essas responsabilidades de forma hierárquica, incentivando-as a buscar lucros, mas também a adotar práticas que beneficiem a sociedade. Ela serve como um modelo abrangente para entender as várias responsabilidades que uma empresa precisa ter para ser ética e responsável. Dessa forma, a pirâmide atua como uma ferramenta para o desenvolvimento de uma estratégia corporativa extremamente eficaz, equilibrando o lucro com responsabilidades sociais.

Figura 2: Modelo Piramidal de Responsabilidade Social



Fonte: Archie B. Carroll, The Pyramid of Corporate Social Responsibility, 1999

Complementando a visão de Carroll, Michael E. Porter e Mark R. Kramer (2006) criam o conceito de "Criação de Valor Compartilhado" (CSV), sugerindo que a RSC pode ser integrada às operações empresariais de forma estratégica, no qual beneficia tanto a empresa quanto a sociedade.

Porter e Kramer defendem que as empresas podem obter vantagem sobre seus concorrentes ao adotar práticas sustentáveis e socialmente responsáveis, o que não só melhora a reputação da empresa, mas também colabora financeiramente. Essa integração de RSC e Compliance dentro das estratégias corporativas é essencial em um mundo atual, no qual as empresas precisam se adaptar constantemente ao ambiente. Empresas que valorizam RSC, estão sempre alinhando suas práticas de Compliance com suas responsabilidades sociais, gerando valor econômico, social e legal.

Diante do exposto, a implementação de programas de RSC, levando em conta a Pirâmide, melhora o relacionamento com os stakeholders, aumentando a confiança e melhorando a reputação para consumidores. Dessa forma, no contexto mundial atual, a RSC desempenha um papel fundamental, garantindo que as empresas cumpram suas obrigações legais e éticas, enquanto servem como uma evolução e vantagem competitiva. Ao integrar profundamente a RSC em suas operações e cultura organizacional, as empresas estão melhor posicionadas para enfrentar o mercado, criando valor para seus negócios e para a sociedade como um todo.

3 Sinergia entre RSC e Compliance

A ligação entre Compliance e Responsabilidade Social Corporativa (RSC) é essencial para se manter relevante no mercado atual. Embora Compliance e Responsabilidade Social possam parecer diferentes, pois o Compliance é focando na conformidade com Leis e regulamentos enquanto a RSC na contribuição positiva para a sociedade, ao convergir ambos, há uma oportunidade que promove tanto desenvolvimento quanto cultura consolidada.

Treviño e Nelson (2011) argumentam que integrar os elementos não só ajuda na parte legal, mas também melhora a capacidade das empresas de enfrentar desafios éticos e sociais. Sendo assim, esse tópico irá explorar como essas práticas se inter-relacionam e como a Lei nº 12.846 é a base legal para sua integração.

Michael E. Porter (2014) observa que quando o Compliance se integra a uma

estratégia de Responsabilidade Social, acaba promovendo um comportamento corporativo que respeita e contribui para a sociedade. Carroll (1991) argumenta que a Responsabilidade Social deve ser vista como uma dimensão complementar que reforça a ética e a transparência nas empresas.

A sinergia entre Compliance e RSC surge quando as políticas de conformidade são incorporadas como parte de uma estratégia mais ampla que visa gerar valor social, além de atender aos requisitos legais. Em um estudo sobre a relação entre ética e práticas de responsabilidade social, Carroll (1991) destaca que as empresas que adotam essa junção tendem a não impactar negativamente suas comunidades, promovendo assim um comportamento corporativo mais responsável.

A sinergia entre compliance e responsabilidade social é fundamental para o desenvolvimento de uma governança corporativa eficaz. As práticas de compliance, quando alinhadas com uma estratégia robusta de responsabilidade social, não apenas garantem o cumprimento das leis e regulamentos, mas também promovem uma cultura empresarial que valoriza a ética e o compromisso com a sociedade. As empresas que conseguem integrar esses elementos em suas operações diárias frequentemente percebem uma melhora significativa em sua reputação, relação com os stakeholders e desempenho geral. (Carroll & Buchholtz, 2014, p. 10).

Um importante marco no Brasil que converge o compliance e a responsabilidade social corporativa (RSC) é a Lei nº 12.846/2013, pois seu conteúdo traz elementos que revolucionaram o combate à corrupção brasileira no ambiente empresarial. Essa legislação estabelece a responsabilidade das empresas por atos ilícitos. Com isso, o Brasil passou a se adequar às práticas internacionais, como a Lei de Práticas de Corrupção no Exterior (FCPA) dos Estados Unidos e a Lei Antissuborno do Reino Unido, que detém o mesmo propósito que a legislação brasileira.

A promulgação da Lei nº 12.846/2013, era de extrema urgência devido à carência de mecanismos para responsabilizar diretamente as empresas por atos de corrupção. A antiga Lei de Licitações e Contratos (Lei nº 8.666/1993) era a mais próxima e relevante referência para a problemática ao introduzir maior transparência nas contratações públicas. Apesar disso, ela era pouco abrangente, sem abordar de forma explícita a responsabilidade corporativa objetiva.

A Lei nº 12.846 traz consigo o artigo 7º que é especialmente relevante, pois prevê que a existência de um programa de integridade (Compliance) pode ser considerada um atenuante em processos administrativos e judiciais. Essa lei estabelece os critérios e

parâmetros que devem ser considerados na aplicação das punições às empresas envolvidas em atos ilícitos.

Assim, empresas com programa de Compliance bem estruturados têm uma vantagem significativa, pois são vistos como uma demonstração do compromisso da empresa com a prevenção e o combate à corrupção. A Lei Anticorrupção não apenas reforça a necessidade de programas de Compliance, mas também incentiva as empresas a adotar práticas de Responsabilidade Social, criando um ambiente onde a conformidade legal e a responsabilidade social se inter-relacionam de maneira eficaz.

Art. 7º Serão levados em consideração na aplicação das sanções:

I - a gravidade da infração;

II - a vantagem auferida ou pretendida pelo infrator;

III - a consumação ou não da infração;

IV - o grau de lesão ou perigo de lesão;

V - o efeito negativo produzido pela infração;

VI - a situação econômica do infrator;

VII - a cooperação da pessoa jurídica para a apuração das infrações;

VIII - a existência de mecanismos e procedimentos internos de integridade, auditoria e incentivo à denúncia de irregularidades e a aplicação efetiva de códigos de ética e de conduta no âmbito da pessoa jurídica;

IX - o valor dos contratos mantidos pela pessoa jurídica com o órgão ou entidade pública lesados; e

X - (VETADO).

Parágrafo único. Os parâmetros de avaliação de mecanismos e procedimentos previstos no inciso VIII do caput serão estabelecidos em regulamento do Poder Executivo federal. (Brasil, Lei nº 12.846/2013).

A Lei Anticorrupção elucida a importância da integração entre Compliance e Responsabilidade Social. Empresas que conseguem alinhar suas práticas de Compliance com seus esforços de Responsabilidade Social sempre serão melhor vistas no mercado como oportunidades. Além disso, um programa de Compliance pode ajudar a identificar e como proceder a riscos sociais e ambientais. A abordagem integrada entre Compliance e RSC facilita o cumprimento das normas legais e contribui para o desenvolvimento de uma prática empresarial responsável e sustentável.

Tal sinergia fortalece a reputação da empresa ao demonstrar um compromisso genuíno com a ética e a sustentabilidade. Além disso, reduz os riscos legais e operacionais, já que uma empresa que cumpre rigorosamente as leis e adota práticas responsáveis está menos

vulnerável. Essas práticas vão gerar uma maior lealdade dos clientes e uma melhor relação com os stakeholders, resultando em um desempenho financeiro mais sólido e sustentável. A sinergia entre Compliance e RSC contribui para uma abordagem compatível e socialmente responsável.

A interseção entre Compliance e Responsabilidade Social, usando a Lei nº 12.846, cria um norte claro para ser seguido. A integração dessas práticas ajuda as empresas a atenderem às exigências legais e promoverem uma conduta empresarial responsável. Tais empresas sempre estarão melhor posicionadas para enfrentar problemas e aproveitar oportunidades, contribuindo para um impacto positivo mais amplo na sociedade e no meio ambiente. A sinergia entre Compliance e RSC melhora o bem-estar pessoal, a imagem da entidade, gera valor de mercado e passa credibilidade.

Conclusões

Ao longo deste estudo, emergiram conclusões fundamentais para abordar de forma abrangente o problema de pesquisa apresentado na introdução. Em uma análise preliminar, é notório que o compliance e a responsabilidade social revelam oportunidades significativas devido ao ponto em comum entre elas. Dessa forma, revelam um ponto de partida valioso para nossa compreensão da implementação abordada na presente pesquisa.

Em decorrência da crescente ênfase na ética no mundo corporativo, tornou-se claro que o compliance desempenha um papel de suma importância na gestão eficaz e na construção de uma reputação sólida. Nesse contexto, destaca-se o desenvolvimento e a sinergia entre a responsabilidade social corporativa e compliance, levando a um ponto em comum que é a lei 12.846/2013, sendo um elemento de ligação entre ambos os aspectos.

Após essas questões iniciais, nos debruçamos sobre o problema central deste estudo: os aspectos de interseção entre compliance e responsabilidade social. A relevância desse enfoque reside na constatação de que a adoção de práticas de compliance imbuídas com a responsabilidade social corporativa. Utilizando de teorias como a pirâmide Carrol, constatou-se que a implementação dessas práticas protege a empresa de sanções legais, fortalece sua imagem e colabora com um ambiente mais ético e responsável.

Em síntese, este estudo destaca a importância fundamental da integração entre

compliance e RSC, ressaltando sua influência na gestão estratégica e na reputação organizacional. Ao direcionar o foco para a pirâmide de Carrol e os 9 (nove) pilares do compliance identificamos nuances cruciais, especialmente quando consideramos os desafios e oportunidades associadas à implementação dessas práticas. Esta análise contribui não apenas para a compreensão dos impactos na mitigação de riscos e na construção de uma cultura ética, mas também para o desenvolvimento de estratégias eficazes que promovem a sustentabilidade e a competitividade das empresas no mercado.

REFERÊNCIAS

BRASIL. **Lei nº 12.846/2013.** Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/lei/112846.htm>. Acesso em 14 de agosto de 2024.

CARROLL, A. B. **A Pirâmide da Responsabilidade Social Corporativa: Rumo à Gestão Moral dos Stakeholders Organizacionais.** Business Horizons. 1991

CARROLL, Archie B.; Buchholz, Ann K. **Business and Society: Ethics and Stakeholder Management.** 8. ed. Mason: South-Western Cengage Learning, 2015.

CARROLL, A. B. **Corporate Social Responsibility: A Three-Domain Approach.** In: CRANE, A.; MATTEN, D.; MOON, J.; SCHOENEBOERN, D. (Ed.). *The Cambridge Handbook of Social Responsibility.* Cambridge: Cambridge University Press, 2015. p. 88-102.

CARROLL, A. B., & Buchholtz, A. K. **Negócios e Sociedade: Ética, Sustentabilidade e Gestão de Stakeholders.** 9ª edição. Cengage Learning Brasil. 2014.

CARROLL, A. B. **A History of Corporate Social Responsibility: Concepts and Practices.** In: CRANE, A.; MATTEN, D.; MOON, J.; SCHOENEBOERN, D. (Ed.). *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility.* Oxford: Oxford University Press, 2008. p. 19-46.

CARROLL, A. B. **Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct.** *Business & Society*, v. 38, n. 3, p. 268-295, 1999.

CARROLL, Archie B. **The Pyramid of Corporate Social Responsibility.** 1999.

FRAZÃO, Ana. **Programas de compliance e critérios de responsabilização de pessoas jurídicas por ilícitos administrativos,** cit., p. 42 Fonte: http://www.cade.gov.br/acessoainformacao/publicacoesinstitucionais/guias_do_Cade/guia-compliance-versao-oficial.pdf. V. tb. a lição de Ana Frazão. Acesso em 14 de agosto de 2024.

FOX, Thomas. **Guia Prático de Compliance.** 2020. Editora Gen.

GEP, **Soluções em Compliance.** Disponível em: <https://www.gepcompliance.com.br/blog/consultoria-em-compliance-contratar/>. Acesso

em 14 de agosto de 2024.

OLIVA, Milena Donato; SILVA, Rodrigo da Guia. **Notas sobre o Compliance no Direito Brasileiro.** vol. 11, nº. 04, Rio de Janeiro, 2018. pp. 2708-2729. DOI: 10.12957/rqi.2018.33843

PARKER, C. **O Papel da Lei na Formação da Responsabilidade Social Corporativa.** In Responsabilidade Social Corporativa: Uma Perspectiva Legal. Routledge. 2002

PORTER, Michael E.; KRAMER, Mark R. **Criando Valor Compartilhado: Como reinventar o capitalismo — e desencadear uma onda de inovação e crescimento.** Harvard Business Review, São Paulo: HSM Editorial. 2011.

PORTER, M. E. **Criando Valor Compartilhado: Como Reinventar o Papel dos Negócios na Sociedade.** Harvard Business Review. Harvard Business Publishing, 2014

PRADO, André Alves, *et al.* **Rewresponsabilidade Social Empresarial: Uma ferramenta estratégica e a visão do consumidor.** Revista de Administração da Fatea, v. 4, n. 4, p. 57-68, jan./ dez., 2011.

RESEARCHGATE: Disponível em: <https://www.researchgate.net/figure/Figura-1-Modelo-Piramidal-de-Responsabilidade-Social-Fonte-Archie-B-Carroll-The_fig1_291827405>. Acesso em 14 de agosto de 2024.

TREVINO, L. K., & Nelson, K. A. **Gerenciamento de Ética nos Negócios: Conversas Francas Sobre Como Fazer Corretamente.** 5ª edição. John Wiley & Sons Brasil, 2011

TREVINO, Linda K.; Weaver, Gary R. **Managing Ethics in Business Organizations: Social Scientific Perspectives.** Stanford: Stanford University Press, 2003.