

A importância das competências dos CFO e CEO para o compliance dentro das organizações, e o surgimento de novos cargos

Acontece, nesse momento, uma transformação nos meios corporativos nos EUA e na Europa. Esta transformação está longe do radar da grande maioria dos altos executivos brasileiros. O nome correto é Compliance, uma nova metodologia.

24/08/2016 17:36:53

Hoje, dentro das empresas encontramos o CCO (Chief Compliance Officer). Esse executivo tem a responsabilidade a mais ao se tornar CECO, ou Chief Ethics & Compliance Officer. Não é pouco, não.

Acontece, nesse momento, uma transformação nos meios corporativos nos EUA e na Europa. Esta transformação está longe do radar da grande maioria dos altos executivos brasileiros. O nome correto é Compliance, uma nova metodologia. Embora a denominação leve a entendê-la como modinha, na verdade, muda tudo. Até aqui o conceito seguido pelas companhias sempre foi o da conformidade com conceitos rígidos de conduta, a percepção passa a ser a da flexibilidade e do entendimento de que nem tudo pode ser controlado.

Não é que as noções básicas de compromisso com a verdade, ética e autoproteção da organização tenham mudado. Elas permanecem. A alteração se deu em notar como esses compromissos afetam a realidade e são por ela afetados. Flexibilidade então é ver que nem sempre o azul é azul: há gradações. Para sair da teoria e ir para a prática em um exemplo extremo, é claro que pagar propina não é lícito. Mas se uma companhia e seus funcionários estão sob ameaça de um grupo terrorista ou criminoso, seria ilícito pagar a um dos bandidos para que traia a quadrilha e dê dados para desbaratá-la? Essa pergunta é quase uma metáfora, mas creio que ela ajuda a dar os insights ao executivo, o porquê da importância de pensar mais alto e mais arejado sobre esse tema.

A questão, portanto, não é se vale a pena para a empresa, de qualquer porte, ter uma política de compliance, isso já está posto. A questão será: se essa política será verdadeira ou se, será o pior dos mundos, ou ainda uma ação de marketing.

O Brasil vive um momento delicado, de grande pressão por ética, nas relações políticas, corporativas e pessoais, confrontada por um crescimento ímpar de escândalos públicos e no deboche de alguns

de seus atores em relação ao que ocorre.

Marcia de Salvi Pillat VP da United HR Management Partners afirma: "é inocente que o tipo de situação que levou à operação Lava-Jato não continue a existir nesse exato momento".

Essas mudanças não são em absoluto maquiagem. Elas demonstram uma transformação poderosa em curso no formato "existencial" de uma companhia. Mas há outros pontos fundamentais de inflexão, uma mudança da direção ou da posição normal, e ambos já denotam o resultado dessa conquista de poder".