

## O compliance consumerista e criação de um mercado ético e produtivo



O tema do *compliance* começou a ganhar destaque no Brasil no

inesquecível ano 2013<sup>[1]</sup>, quando o país foi sacudido por intensas manifestações populares, pela eclosão da operação "lava jato" e pela edição da Lei 12.846, que dispõe sobre a responsabilidade das pessoas jurídicas por danos à administração pública. Desde então, o *compliance* tem tido um foco importante como medida anticorrupção, mas não é disso apenas que trata, como veremos adiante.

A lei brasileira apropriou-se do termo sem contemplação de seus objetivos, fazendo uma tradução apressada como "integridade", a sugerir, de forma acrítica, que *compliance* se limita a buscar o cumprimento das leis e regulamentos. É isso, mas não apenas.

Trata-se de um instrumento de governança e administração, utilizado para identificar e reduzir riscos corporativos pelas próprias empresas. Não se refere, abstratamente, ao cumprimento da lei, mas, sim, à criação de procedimentos para evitar a fraude corporativa que atinge bens jurídicos protegidos pelo ordenamento. Seu objetivo é, de forma concreta, eliminar as práticas que possam ser consideradas infrações, seja à lei penal, às normas concorrenciais, ambientais, tributárias, trabalhistas e também às leis de proteção ao consumidor.

A realização desse objetivo se faz por meio de programas, os quais se estruturam sobre os chamados "pilares", que são: comprometimento da alta direção; avaliação de riscos; código de conduta; regras e procedimentos; auditoria; treinamento dos colaboradores; comunicação; investigação e aplicação de sanções. Todas essas rotinas são elaboradas "sob medida" e devem ser implantadas no âmbito das empresas voluntariamente, pois seu sucesso depende da verdadeira incorporação de valores na cultura corporativa.

Em que pese o seu caráter voluntário, o legislador brasileiro tem se ocupado de criar estímulos à adoção de programas de *compliance* pelas empresas. A Lei 12.846/13 previu a possibilidade de redução de multas administrativas, que podem alcançar o patamar de 20% sobre o faturamento bruto das empresas, pela adoção de um programa efetivo de *compliance* (artigo 7º, VIII). Posteriormente, a Lei 13.303/16 criou a sua obrigatoriedade para empresas públicas e sociedades de economia mista (artigos 6º e 9º). Já em outubro de 2017, o estado do Rio de Janeiro editou a Lei 7.753, que instituiu a "exigência do Programa de Integridade às empresas que celebrarem contrato, consórcio, convênio, concessão ou parceria público-privado com a administração pública direta, indireta e fundacional do Estado". A partir dessa norma, já se identifica uma tendência legislativa, tendo em vista a publicação da Lei 10.793/17 do Espírito Santo, e da Lei 6.112/18 do DF, bem como a existência de projetos de lei nos estados de Mato

---

Grosso, Tocantins, Paraíba e Bahia e nos municípios de São Paulo e Joinville.

A partir desse conjunto normativo, podemos identificar três ordens de efeitos jurídicos atribuídos ao programa de *compliance*: circunstância atenuante das sanções administrativas (Lei 12.846/13, artigo 7º, VIII); critério para aferição da culpa nas ações de responsabilidade dos dirigentes ou administradores das empresas (Lei 12.846/13, artigo 3º, parágrafo 2º) e obrigação legal, para contratantes com poder público, empresas públicas e sociedades de economia mista (leis estaduais e Lei 13.303/16). O reconhecimento desses efeitos já se faz notar também na incipiente jurisprudência sobre o tema[2].

Embora o aumento da atuação dos órgãos de repressão à corrupção tenha impulsionado o desenvolvimento do tema entre nós, o *compliance* não se limita a esse assunto[3], podendo alcançar diversas outras áreas, quais sejam: concorrencial, ambiental, criminal, trabalhista, tributário e também consumerista. Ainda pouco explorado, a proteção dos interesses do consumidor é um campo pleno de possibilidades de aplicação do instrumento, com vistas à redução do número de lesões causadas a esses direitos e à efetiva implementação das normas consumeristas.

O processo econômico se renova infinitamente, oferecendo produtos e serviços dotados de mais tecnologia, refigurando a própria relação de consumo, como se vê na economia compartilhada, e estabelecendo comunicação onipresente na vida privada, especialmente pelas mídias digitais. Tudo isso ocorre em grande velocidade, e de forma complexa, o que contribui para o crescente fracasso na judicialização dos conflitos surgidos entre consumidores e fornecedores.

Quase três décadas completa o CDC brasileiro e, embora tenham sido notáveis os avanços, tanto em termos econômicos como jurídicos, a relação de consumo ainda é marcada por intensa litigiosidade. A onda de acesso à Justiça levou à abertura da via judicial a conflitos represados ou inexistentes, alcançando hoje a assombrosa marca de quase 80 milhões de feitos em andamento[4], dos quais grande parte tem origem nas relações de consumo. Nesse cenário, não há dúvida de que o processo judicial se torna cada vez mais inadequado ou insuficiente para oferecer as respostas necessárias, que sejam rápidas, oportunas e capazes de recompor os danos causados por condutas ilegais e abusivas.

A repetição infundável de questões já pacificadas na jurisprudência e a persistente concentração de demandas em que figura o mesmo réu[5] demonstram que não estamos alcançando o desejado cumprimento das normas legais pelos fornecedores, ou o bom funcionamento do mercado de consumo. É urgente então procurar outras formas de implementação da lei consumerista, fundadas na prevenção. Vale lembrar que no próprio código, dentre os direitos básicos do consumidor, o legislador incluiu a “efetiva prevenção de danos materiais e morais, individuais e coletivos” (artigo 6º, V).

Os riscos de *compliance* consumerista são as condenações individuais e coletivas ao pagamento de indenizações por danos morais e materiais, as multas administrativas aplicadas por Procons e outros órgãos de fiscalização setoriais, e aqueles relacionados à imagem da empresa. Riscos que podem ser reduzidos ou eliminados pela adoção de um programa que envolva todas as fases de produção e tenha como objetivo a preservação dos interesses dos consumidores da empresa.

Individual ou coletivamente, os fornecedores podem implementar práticas de *compliance* consumerista.

Pelo programa intitulado “*Collective actions*”, a Transparência Internacional fomenta a adoção de “pactos de integridade”<sup>[6]</sup>, que são instrumentos de prevenção de corrupção em contratações públicas. Através desse documento, empresas de determinados setores voluntariamente se comprometem a adotar práticas éticas e transparentes, segundo regras por elas convencionadas. O cumprimento do pacto é acompanhado por uma organização da sociedade civil, que monitora a atuação das empresas e reporta seus resultados. Essas ações vêm sendo implementadas desde os anos 1990 em mais de 15 países, dentre os quais o Brasil. Aqui, dois exemplos de sucesso podem ser mencionados: o Instituto Ética Saúde<sup>[7]</sup> e o Pacto pelo Esporte<sup>[8]</sup>. Ambos são práticas de *compliance* coletivo e, embora tenham como preocupação central a eliminação de condutas de corrupção, em boa medida se referem também à proteção de consumidores e podem ser replicados por outros setores, com foco nesses interesses.

O CDC, em seu artigo 107, instituiu a convenção coletiva de consumo, solução que até então não foi aplicada, mas que, na perspectiva do *compliance*, pode ser revigorada como base legal para tais iniciativas.

As práticas corporativas antiéticas, assim como as que afrontam diretamente a lei, constituem “vantagens competitivas”, pelo menos até que sejam identificadas e sancionadas. A partir dessa constatação, resta claro que a sua eliminação por determinado setor produtivo interessa igualmente a todos os agentes econômicos: ao Estado, aos concorrentes e aos consumidores. A adoção do *compliance* consumerista, em última análise, representa compartilhar entre eles a responsabilidade pela criação de um mercado ético, justo e produtivo.

<sup>[1]</sup> Registre-se que, anteriormente, a Lei 9.613 (Lei de Lavagem de Dinheiro), com redação dada pela Lei 12.683/12, ao criar deveres de informação para empresas relativamente a seus clientes e operações, inaugurou a noção de *compliance* no Brasil, na sua vertente criminal.

<sup>[2]</sup> Em ação ajuizada contra a Petrobras por empresa excluída de processo licitatório, conclui-se que “a exclusão está fundada em elementos objetivos de *compliance*, especificamente pelo fato de o grupo empresarial da Autora estar diretamente envolvido nas investigações da Operação Lava Jato, cujas irregularidades implicaram em ser considerada como elevado grau de risco” (TJRJ; DÉCIMA QUINTA CÂMARA CÍVEL; AGRAVO DE INSTRUMENTO 0036371-65.2017.8.19.0000; Rel. Des(a). MARIA REGINA FONSECA NOVA ALVES – Julgamento: 27/03/2018).

<sup>[3]</sup> No mesmo sentido, Paulo Teixeira Fernandes: “Apesar do estudo do tema Compliance não estar limitado à corrupção pública e privada, por envolver gerenciamento de riscos de diversas áreas, tais como fiscal, ambiental, trabalhista, regulatória...” (Maturidade e efetividade dos programas de compliance. In OLIVEIRA, Luis Gustavo Miranda de. (org.) *Compliance e integridade: aspectos práticos e teóricos*. Belo Horizonte: D'Placido, 2017, p. 53).

<sup>[4]</sup> Relatório *Justiça em Números 2017*. Disponível em [www.cnj.jus.br/jn2017](http://www.cnj.jus.br/jn2017). O mesmo relatório aponta que, em demandas iniciadas no ano de 2016, o Direito do Consumidor aparece em 2º lugar na Justiça estadual e em 1º nos juizados especiais, com quase 20% do total.

<sup>[5]</sup> <http://www4.tjrj.jus.br/MaisAcionadas/>; <http://rj.consumidorvencedor.mp.br/top-20>;  
<https://www.consumidor.gov.br/pages/indicador/geral/abrir>

<sup>[6]</sup> [https://www.transparency.org/whatwedo/tools/integrity\\_pacts/3](https://www.transparency.org/whatwedo/tools/integrity_pacts/3)

<sup>[7]</sup> Esse instituto tem por missão “promover as melhores práticas nas relações comerciais e institucionais

entre os entes que compõem a área da saúde, como, distribuidores, fabricantes, hospitais, médicos, fontes pagadoras e órgãos reguladores, por meio de mecanismos de autorregulamentação, para gerar um ambiente de concorrência justa e transparente e garantir a segurança do paciente”.

<https://eticasaude.org.br/>.

[8] O pacto é definido como “acordo voluntário entre empresas patrocinadoras do esporte nacional, que define regras e mecanismos nas relações entre investidores e entidades esportivas (confederações, federações e clubes). O objetivo é fornecer ferramentas de autorregulamentação que definam boas práticas em governança, integridade e transparência, para a efetivação dos patrocínios feitos pelas empresas às entidades”. <http://www.pactopeloporte.org.br/>.

**Date Created**

01/08/2018