

Opinião: Ética no agronegócio, o maior ativo de uma companhia

Com a edição da Lei Anticorrupção (Lei 12.846/2013), que introduziu no nosso ordenamento jurídico sanções para as pessoas jurídicas, o conceito de *compliance*, que vem do inglês, *to comply*, que significa cumprir, estar de acordo com, passou a ser amplamente utilizado no ambiente corporativo como um mecanismo de prevenção e resposta aos riscos de violação à legislação.



Nos últimos anos, diversas empresas do agronegócio se

deram conta da necessidade de estabelecer práticas que não violem a legislação em vigor, pois perceberam que quanto mais íntegra e transparente for sua postura, mais sólidos e duradouros serão os relacionamentos com todos os seus *stakeholders*, isto é, seus produtores rurais, cooperados, clientes, investidores e colaboradores.

Por conta disso, a implementação de programas de *compliance* tem se multiplicado e as próprias áreas de *compliance* têm conquistado espaço cada vez mais estratégicos dentro das corporações, participando ativamente da tomada de decisões.

O programa de *compliance* não deve ser visto como um mecanismo que engessa os processos da empresa. Para que seja efetivo, deve ser estruturado de acordo com a realidade e riscos atrelados aquele negócio. Não há um modelo único de programa de *compliance* e cada um deve respeitar as peculiaridades de cada segmento da indústria e ser revisto frequentemente para contemplar novos riscos que, eventualmente, possam surgir.

Os programas de *compliance* auxiliam na detecção e prevenção de fraudes, melhoram os controles internos e conferem uma cultura de integridade ao ambiente corporativo. Portanto, atuar sem um programa de *compliance* deixa expostos os ativos e a reputação da companhia.

Violações às leis geram questionamento sobre o modelo de negócios de uma companhia, enquanto que o seu comprometimento com o cumprimento das mesmas inspira confiança nos investidores, parceiros comerciais, clientes e consumidores que valorizam organizações que operam de forma ética. O impacto econômico decorrente do dano reputacional — ainda mais quando potencializado pela cobertura midiática — pode resultar não só em perdas financeiras incalculáveis, mas também de oportunidades de negócios. Por outro lado, companhias que têm programas de *compliance* estruturados são cada dia mais atraentes como parceiros comerciais e como boas instituições para se trabalhar.

Nesse sentido, certificações como o Selo Pró-Ética, da Controladoria Geral da União, a ISO 37001 e a ISO 19600 são iniciativas criadas para incentivar empresas de qualquer setor a desenvolver a cultura de *compliance*. Em dezembro de 2019, o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa) lançou, por sua vez, o Selo Mais Integridade, com o objetivo de fomentar, reconhecer e premiar práticas de integridade por empresas e cooperativas do agronegócio sob a ótica da responsabilidade social, sustentabilidade, ética e ainda transparência e gestão de riscos.

Outra recente iniciativa do Mapa também voltada para o setor agro, é o Cadastro AgroÍntegro destinado a reconhecer ações iniciais efetivas de empresas e cooperativas agropecuárias que demonstrem a implementação de práticas de integridade, ética e transparência, ainda que em estágio inicial.

Assim, um bom programa de *compliance* além de reduzir riscos de penalidades e danos à reputação, confere maior credibilidade perante aos parceiros de negócios passando a ser um de seus ativos mais valiosos.

Date Created

25/12/2020