



Panorama
sobre Compliance
nas Organizações:
contexto, conceito,
estratégias e práticas
comunicacionais

Abril 2018

© 2018 ABERJE – Panorama sobre Compliance nas Organizações:
contexto, conceito, estratégias e práticas comunicacionais

Concepção e planejamento:

Paulo Nassar – Diretor Presidente da Aberje e
Professor Titular da ECA-USP

Hamilton dos Santos – Diretor Geral da Aberje

Coordenação:

Carlos A. Ramello e Gisele Souza

Desenvolvimento:

Carlos A. Ramello

Realização

DMR Consulting

Análise de dados

Carlos A. Ramello

Copyright © 2018 by ABERJE. Todos os direitos dessa publicação são reservados à ABERJE
É proibida a duplicação ou reprodução no todo ou em parte, por qualquer meio, sem expressa autorização

ABERJE. *“Panorama sobre Compliance nas Organizações: contexto, conceito, estratégias e práticas comunicacionais”*.
São Paulo: Aberje, 2018. (Pesquisa)

A pesquisa “Panorama sobre Compliance nas Organizações: contexto, conceito, estratégias e práticas comunicacionais” busca identificar a preocupação e o investimento em gestão e comunicação ligados a compliance (ética e transparência) como pontos orgânicos na estratégia de negócios e de relacionamento. Ao mesmo tempo, propõe-se a traçar um panorama de abrangências e responsabilidades e a detectar a relevância das interfaces comunicacionais neste espectro.

A coleta de dados para este relatório ocorreu entre 09 de março e 09 de abril de 2018, por meio de autopreenchimento em sistema on-line. A amostra é não probabilística por conveniência, integrada por organizações brasileiras ou multinacionais, de todos os segmentos de negócio, sediadas em qualquer ponto do território nacional e integrantes do quadro de relacionamento da Aberje.

Participaram do estudo 62 organizações.

CARACTERÍSTICAS DAS EMPRESAS PARTICIPANTES

As organizações participantes são, em sua maioria, privadas (84%), tanto nacionais (34%) quanto multinacionais (50%), de diversos setores de atividade. A maioria (58%) tem o capital com origem brasileira, está localizada em São Paulo (50%) e tem mais de 1.000 colaboradores (59%).

TIPO EMPRESA

Privada Multinacional	50%
Privada Nacional	34%
Entidade / 3º setor	14%
Mista (Publ/Privada)	2%

SETOR DE ATIVIDADE

Automotivo	11%
Serviços	11%
Energia	9%
Química	7%
Ag. Comunicação	7%
Agricultura	5%
Construção	5%
Metalurgia	5%
Mineração	5%
Transportes e Logística	5%
Demais	30%

LOCALIDADE

São Paulo	60%
Rio de Janeiro	17%
Minas Gerais	14%
Outros	9%

ORIGEM DO CAPITAL

Brasil	58%
E.U.A.	19%
Espanha	4%
Alemanha	4%
Demais Europa	10%
Outras	5%

Nº FUNCIONÁRIOS

até 100	9%
de 101 a 1000	32%
de 1001 a 3000	19%
de 3001 a 5.000	5%
de 5.001 a 10.000	10%
acima de 10.000	25%

PROGRAMA DE COMPLIANCE

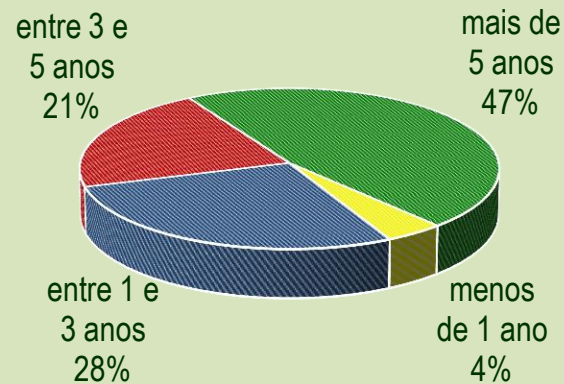
POSSUI PROGRAMA



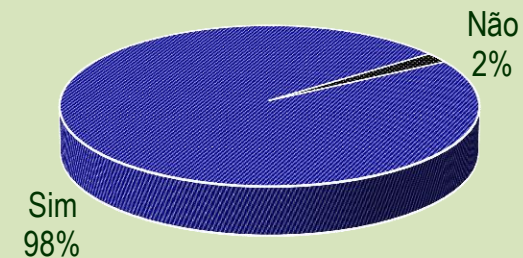
A quase totalidade das organizações participantes (91%) possui programa de compliance, há mais de 3 anos (68%), estando os mesmos formalizados e publicados (98%).

Das que não possuem programa, a maioria é constituída por entidades e agências de Comunicação.

TEMPO DO PROGRAMA



FORMALIZADO E PUBLICADO



PROGRAMA DE COMPLIANCE

Essas são as questões (políticas, regulamentos, normas) mais abrangidas pelos programas de Compliance das organizações participantes:

CÓDIGO DE ÉTICA E CONDUTA



COMPLIANCE DO FORNECEDOR



CONFLITOS DE INTERESSE



SUBORNO / CORRUPÇÃO



VAZAMENTO DE INFORMAÇÕES PRIVILEGIADAS



INTEGRIDADE DE COMPRAS



ASSÉDIO NO LOCAL DE TRABALHO



PRIVACIDADE E CONFIDENCIALIDADE DOS DADOS



FRAUDE E INTEGRIDADE FINANCEIRA



RELACIONAMENTO COM FUNCIONÁRIOS DO GOVERNO



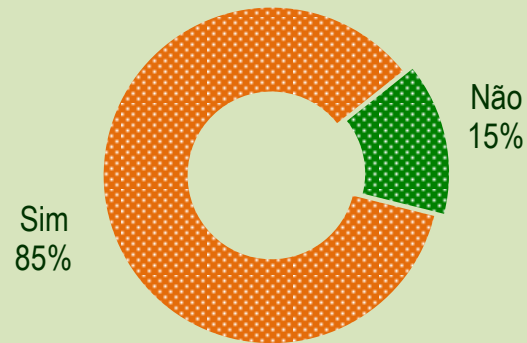
PATROCÍNIOS (CULTURAIS, SOCIAIS E/OU ESPORTIVOS)



Também destacam-se como abrangidos pelos programas, com 69%: *concorrência justa / anti-trust; lavagem de dinheiro; contratos com o governo e práticas comerciais justas.*

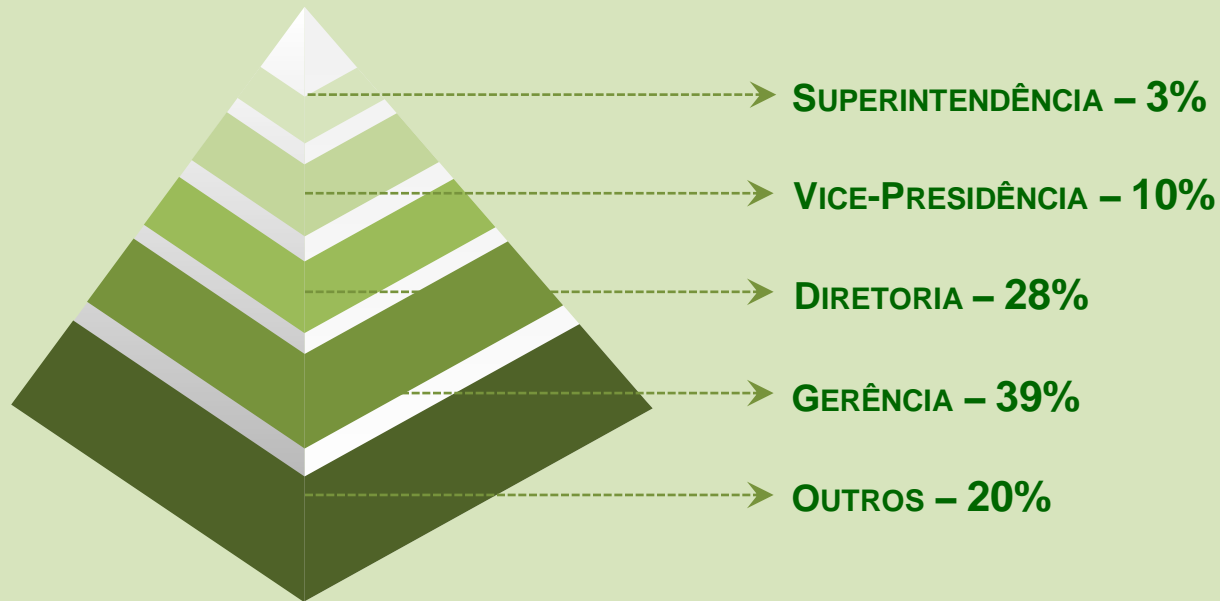
PROGRAMA DE COMPLIANCE

ÁREA ESTRUTURADA



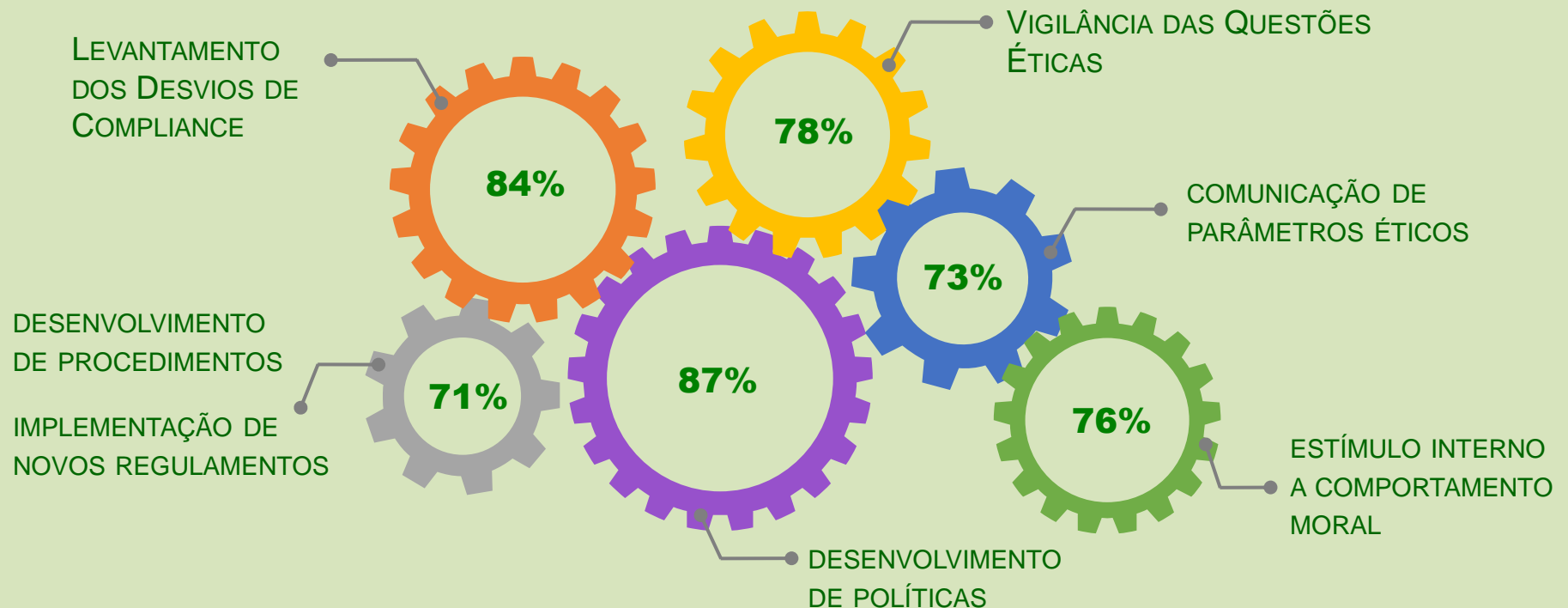
85% das organizações que possuem programa de compliance têm área formal estruturada para conduzir as questões relacionadas e, em sua maioria (80%), as áreas estão posicionadas nos mais elevados níveis da estrutura organizacional.

NÍVEL HIERÁRQUICO DA ÁREA DE COMPLIANCE



RESPONSABILIDADES DA ÁREA DE COMPLIANCE

Entre as principais responsabilidades das áreas de compliance das organizações participantes, temos: o *desenvolvimento das políticas de compliance* (87%); o *levantamento dos desvios de compliance* (84%); a *vigilância das questões éticas* (78%); o *estímulo interno a comportamento moral* (76%); a *comunicação de parâmetros éticos* (73%), o *desenvolvimento de procedimentos e a implementação de novos regulamentos* (71%).



Destacam-se ainda: a *participação em entidades específicas do tema* (60%) e a *elaboração de reportes para o Conselho* (56%).

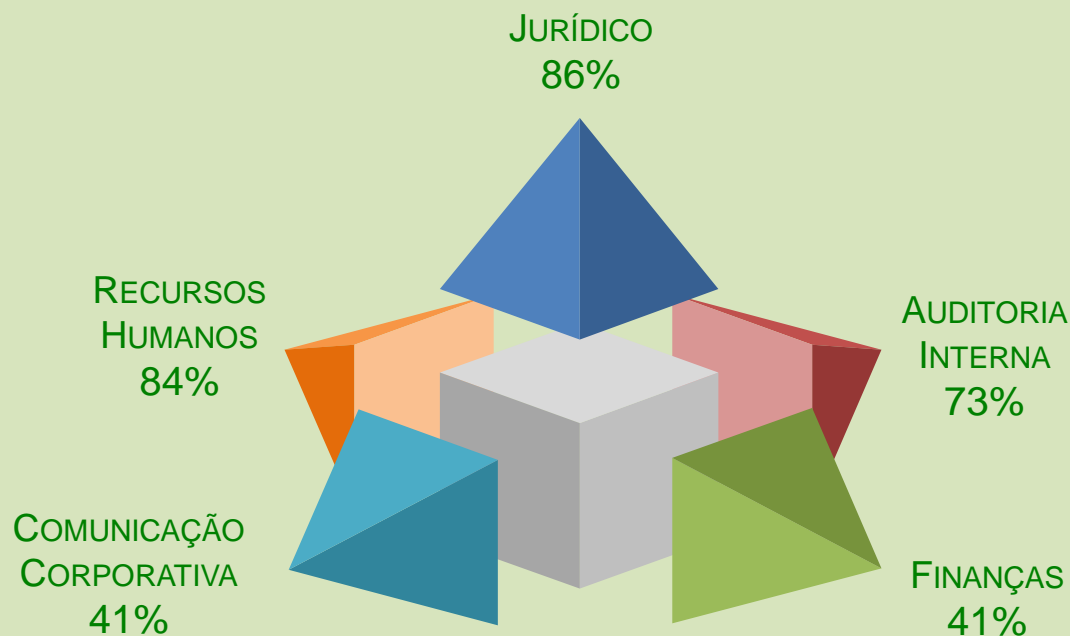
COMITÊ DE COMPLIANCE

COMITÊ FORMAL DE COMPLIANCE



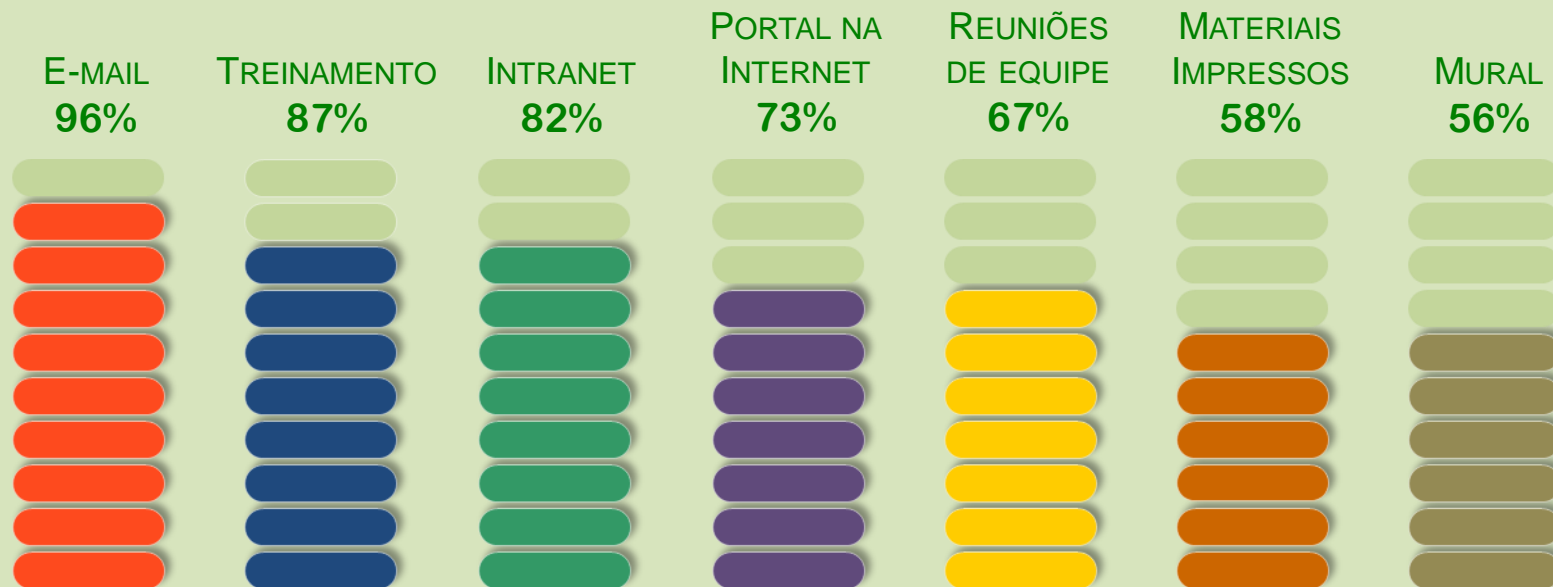
A maioria das organizações que possuem programa de compliance, (79%), tem comitê formal para tratar as questões relacionadas e, entre as áreas participantes do comitê, temos: Jurídico (86%); Recursos Humanos (84%); Auditoria Interna (73%), Comunicação Corporativa (41%) e Finanças (41%).

ÁREAS PARTICIPANTES DO COMITÊ DE COMPLIANCE



REPASSE DE INFORMAÇÕES E MENSAGENS

87% das organizações participantes disponibilizam as políticas de compliance por meio da intranet. O repasse das informações e mensagens relativas ao compliance não obedecem uma frequência definida, sendo efetuado sempre que oportuno, principalmente por meio de: e-mail (96%); pelas ações de treinamento (87%), por meio da intranet (82%), pelo portal na internet (73%), nas reuniões de equipe (67%), por meio de materiais impressos (58%) e através do mural (56%)



Outros meios como *boletim interno* (53%), *campanhas* (53%) e *vídeos / canal interno de TV dedicado* (47%) também são utilizadas para efetuar o repasse.

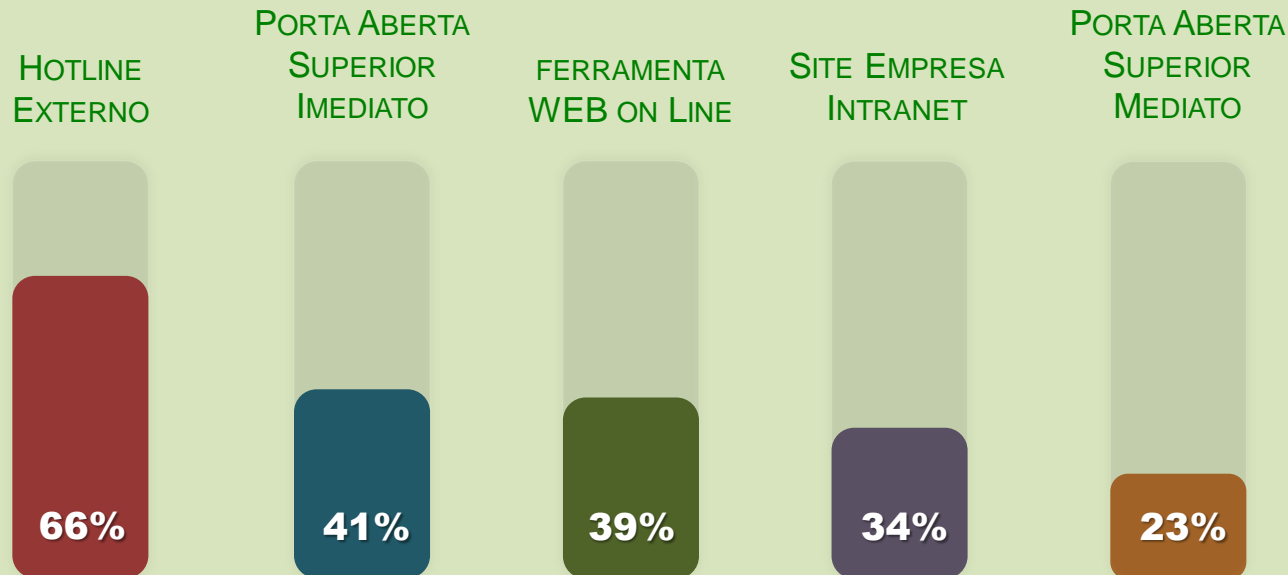
CANAIS PARA RECLAMAÇÕES E DENÚNCIAS

EXISTÊNCIA DE CANAIS



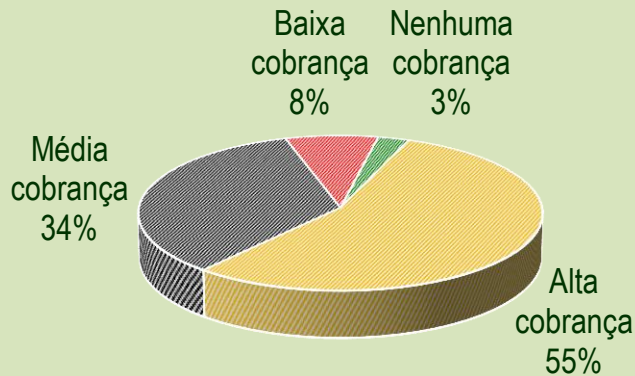
A quase totalidade das organizações participantes (96%) mantém canais seguros para receber reclamações e denúncias relativas à potenciais violações do programa de Compliance e são utilizados tanto para denúncias internas quanto externas (91%). Os principais canais utilizados são Hotline mantida por terceiros (66%), o superior hierárquico imediato (41%) e ferramenta web on-line (39%).

CANAIS UTILIZADOS



COMPROMISSO DO COLABORADOR

INTENSIDADE DE COBRANÇA

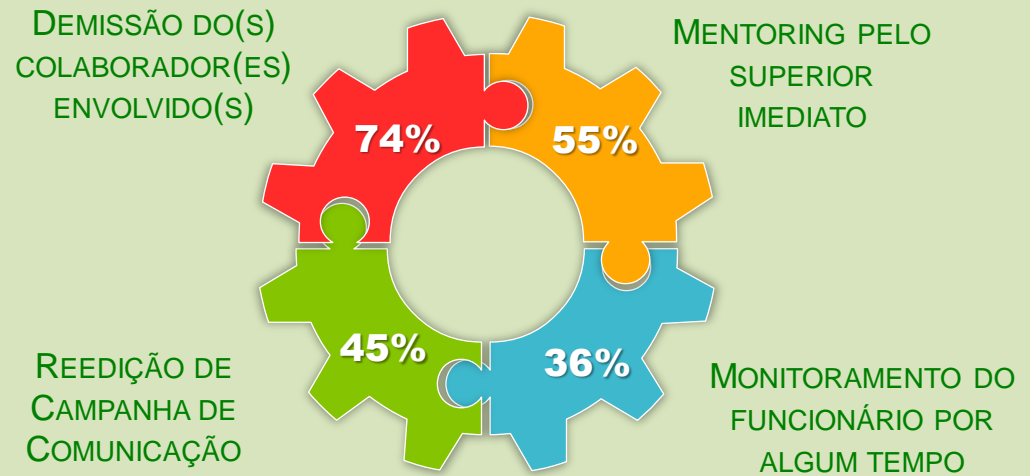


55% das organizações efetuam uma alta cobrança do compromisso dos colaboradores quanto ao atendimento do programa de Compliance.

Em caso de má conduta do colaborador, a medida mais adotada é a demissão (74%), seguida de mentoring realizado pelo superior imediato (55%), da reedição de campanha de comunicação (45%) e do monitoramento do colaborador (36%).

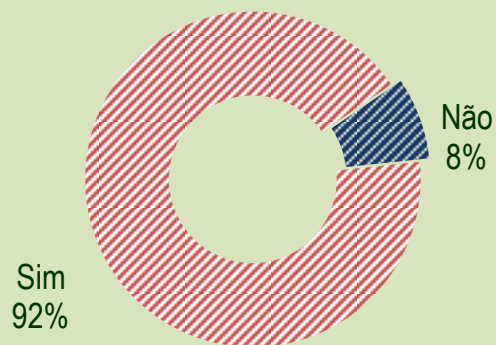
Apenas 21% das participantes mantêm programa de reconhecimento dos colaboradores em relação à prática dos valores éticos, que se dá através da concessão de prêmios e/ou do reconhecimento formal.

MEDIDAS ADOTADAS EM CASOS DE MÁ CONDUTA



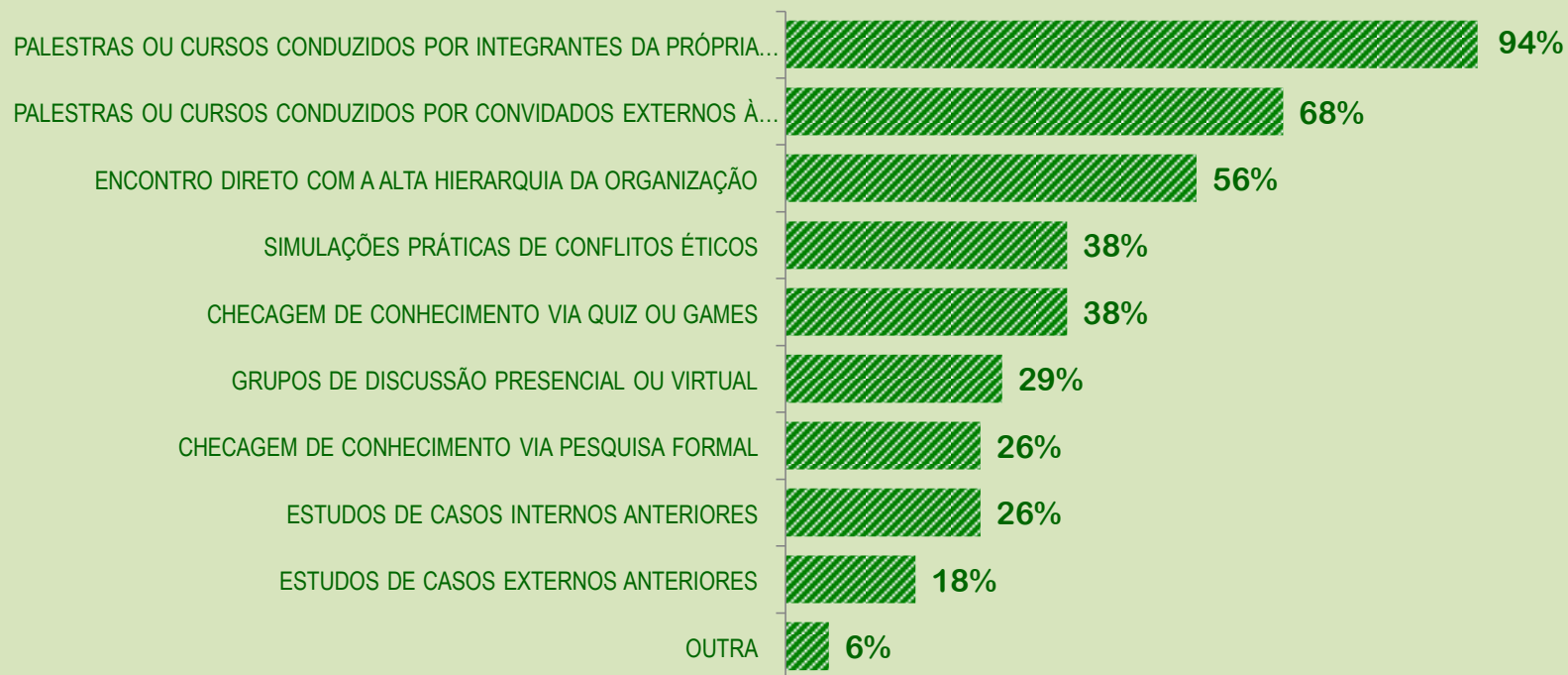
TREINAMENTO SOBRE COMPLIANCE

TREINAMENTO DOS COLABORADORES



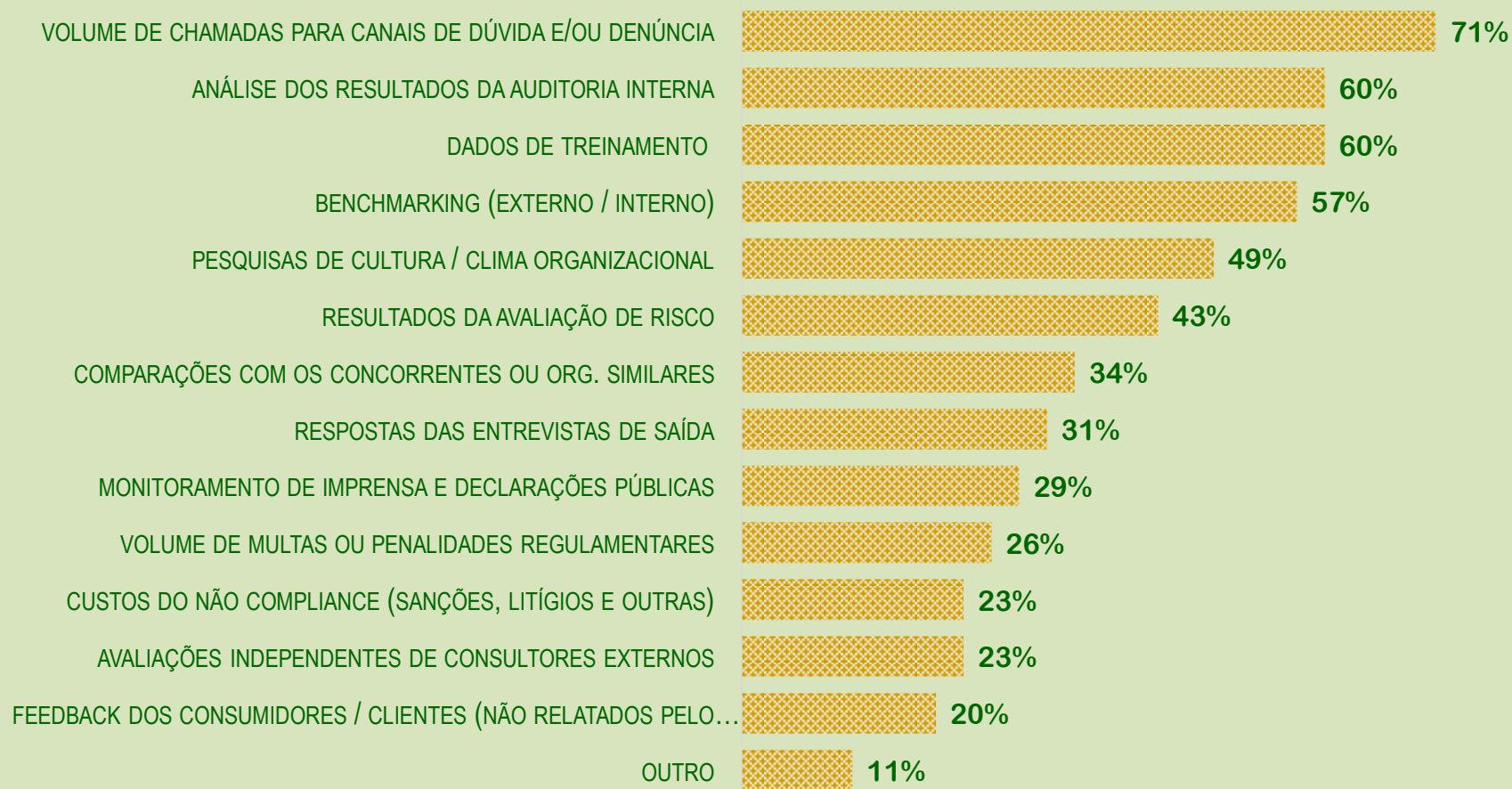
92% das organizações participantes realizam treinamento dos colaboradores para as questões relacionadas ao compliance. A atividade mais comum é a realização de palestras ou cursos desenvolvidos por integrantes da própria organização (94%), seguida das realizadas por convidados externos à organização (68%).

ATIVIDADES DE TREINAMENTO



INDICADORES / MÉTRICAS DE EFICÁCIA

Entre os 3 indicadores / métricas mais utilizados para avaliar a eficácia do programa de Compliance encontram-se: o *volume das chamadas para os canais de denúncia* (71%), a *análise dos resultados da auditoria interna* (60%) e os *dados de treinamento* (60%).



DESAFIOS DO PROGRAMA DE COMPLIANCE

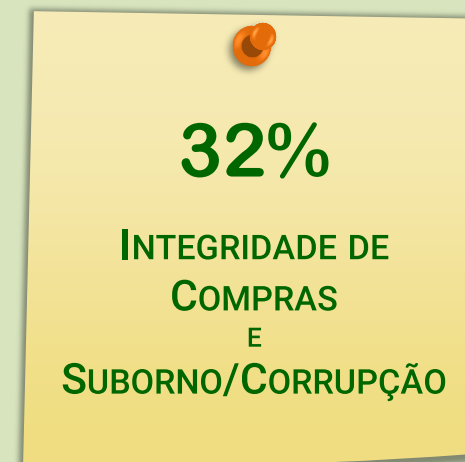
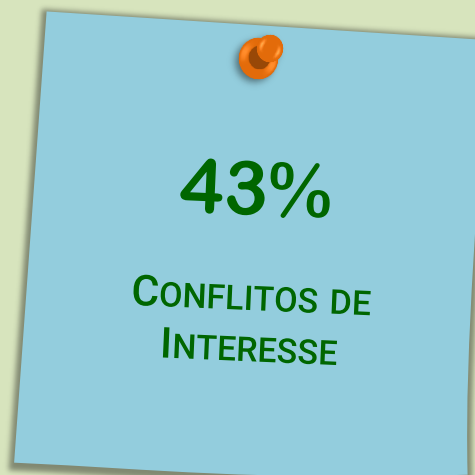
Entre os aspectos mais desafiadores do programa de compliance para as organizações, estão os relacionados aos terceiros, aos colaboradores e ao próprio programa: a *gestão de risco de compliance de terceiros* (72%), o *fortalecimento da cultura e governança de Compliance* (31%) e o *controle do cumprimento das políticas pelos funcionários* (20%).



Destacam-se, também, com 19%, o *processo de contratação de novos terceiros*, a *integração de segurança cibernética e privacidade de dados de Compliance* e a *gestão das investigações internas*.

POTENCIAL RISCO PARA A ORGANIZAÇÃO

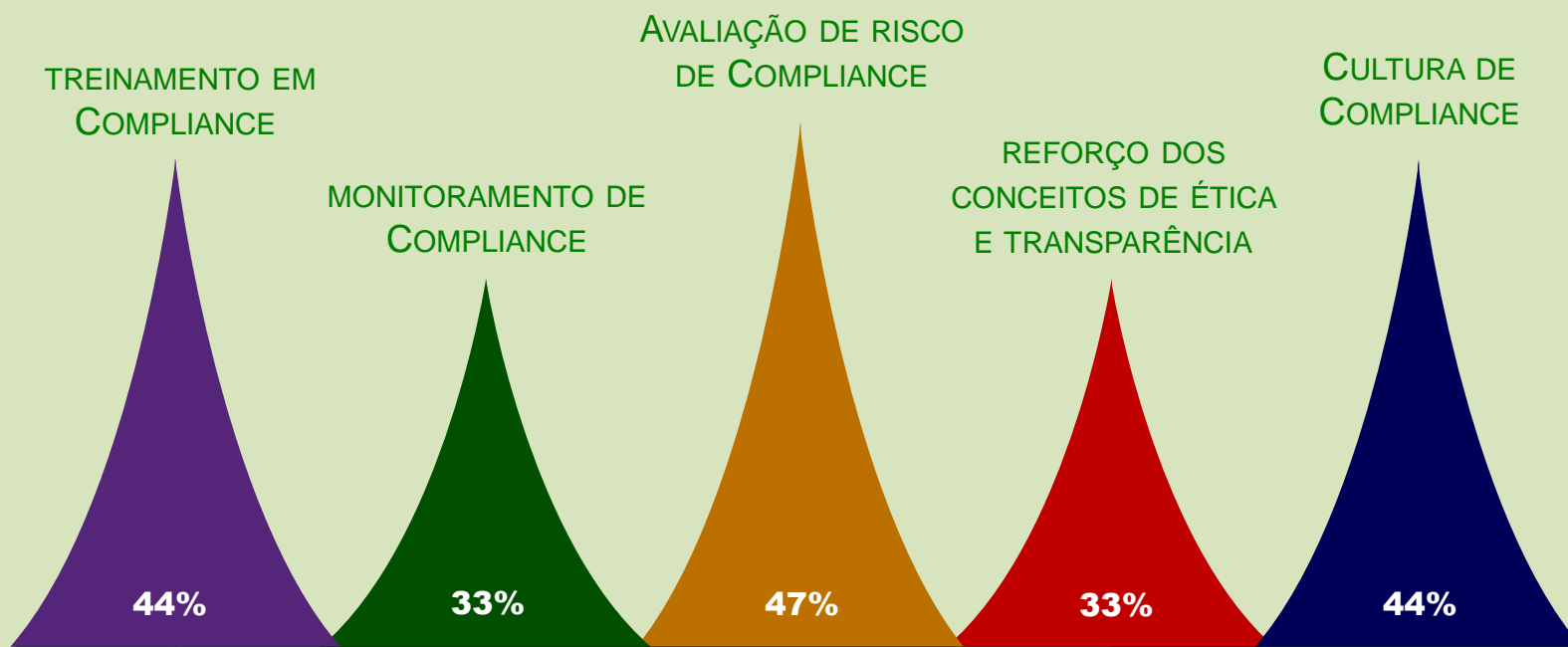
As áreas percebidas como potencial risco para as organizações são: o *compliance do fornecedor* (54%), os *conflitos de interesse* (43%), a *integridade de compras* (32%) e o *suborno / corrupção* (32%).



A *concorrência justa / anti-trust* com 22%, os *contratos com o governo* e a *privacidade e confidencialidade dos dados*, ambos com 19%, também são percebidos como potencial risco pelas empresas.

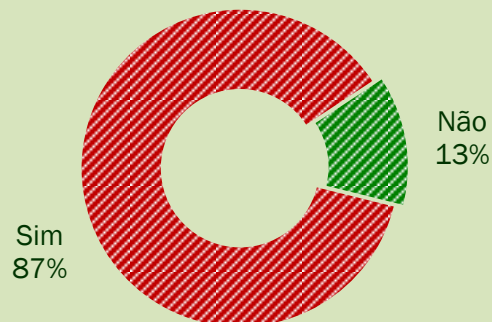
PRIORIDADES EM COMPLIANCE – PRÓXIMOS 12 MESES

As prioridades em Compliance definidas pelas organizações participantes para os próximos 12 meses demonstram que, apesar do tempo de implantação dos programas, ainda existe um esforço para torná-lo parte integrante da cultura organizacional, uma vez que, entre as mais identificadas estão: a *incorporação da cultura de compliance em toda a empresa* (44%), o *estabelecimento ou intensificação do treinamento em compliance* (44%) e o *reforço dos conceitos de ética e transparência* (33%).



RESULTADOS DO PROGRAMA DE COMPLIANCE

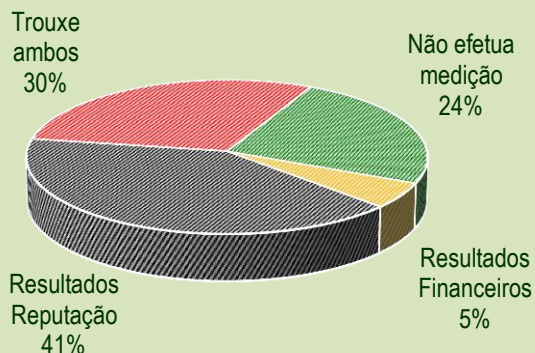
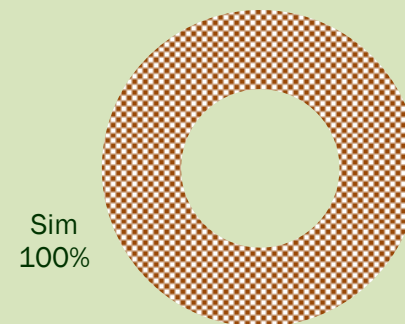
CONSISTÊNCIA E COERÊNCIA



87% dos participantes acreditam que a organização é consistente e coerente na aplicação das medidas disciplinares decorrentes do compliance. Entre as que não acreditam, a falha se dá em relação à divulgação dessas medidas.

CONFIANÇA DOS STAKEHOLDERS

Todos os participantes acreditam que a comunicação do compliance (ética e transparência) na organização aumenta a confiança dos stakeholders.



RESULTADOS DO PROGRAMA

30% dos participantes acreditam que o programa de compliance trouxe resultados tanto financeiros quanto de reputação para a organização, enquanto que 41% acreditam que os resultados foram somente de reputação. 24% não efetuam medição sobre o tema.



VISÃO

*Ser um Think Tank de referência global em
Comunicação e Relacionamento.*

MISSÃO

*Produzir conhecimento e compartilhar as melhores práticas
para fortalecer a Comunicação das empresas e instituições, e
reforçar o papel estratégico e cidadão do comunicador.*

Rua Amália de Noronha, 151 6º andar - Sumaré - São Paulo - SP

Tel.: (11) 5627-9090

Site: www.aberje.com.br