

EM ANÁLISE

O modo da moda e a necessidade de ser *compliant*

Deve o *compliance* ter um sentido e orientação preventivos, e não meramente reativo, urgindo ter bem presente que um bom programa de compliance, adequado e construído à medida de cada empresa, das suas características de negócio, necessidades e singularidades, pode isentá-la quando, penal ou contraordenacionalmente, se pretendam assacar responsabilidades também a quem a governa.

CATARINA VEIGA RIBEIRO



Co-head da Área de Crime e Compliance da Miranda & Associados, membro da Miranda Alliance

JAYR FERNANDES



Sócio da Fátima Freitas & Associados, membro da Miranda Alliance



O *compliance* está na ordem do dia e é hoje uma área do direito, em constante dinâmica, na qual advogados e *compliance officers* trabalham à velocidade da luz para não deixar escapar nenhuma “novidade legislativa” que possa melhorar o “fato feito à medida” que orienta as organizações e que sempre deve ser ajustado de cada vez que os instrumentos regulatórios e/ou sancionatórios se impõem. Fundamentalmente porque os crimes económicos – o branqueamento de capitais, a corrupção e as infrações económicas conexas, como o abuso de poder, o peculato, a participação económica em negócio, entre outras - têm ganho, nos últimos anos, uma importância crescente no panorama jurídico nacional e internacional quer do ponto de vista preventivo, quer do ponto de vista repressivo na abordagem que os operadores judiciais, no seu conjunto, lhes dispensam. Naturalmente porque estes crimes fazem parte de um tipo de criminalidade altamente complexa, dissimulada, de difícil prova (o que contribui para um quadro de cifras negras) e que mina os pilares do Esta-

O legislador angolano tem sido sensível, porque alinhado com as melhores práticas internacionais

do de direito, fazendo perigar a saúde da economia nacional e a transparência das organizações e entidades públicas e privadas.

Assim - e apesar de os desafios nem sempre serem justos ou equilibrados se considerarmos, nomeadamente, a dimensão das empresas e correspondente capacidade financeira para desenvolver um programa normativo interno e alocar recursos a este e outros propósitos - deve o *compliance* ter um sentido e orientação preventivos, e não meramente reativo, urgindo ter bem presente que um bom programa de compliance, adequado e construído à medida de cada empresa, das suas características

de negócio, necessidades e singularidades, pode isentá-la quando, penal ou contraordenacionalmente, se pretendam assacar responsabilidades também a quem a governa. E a este respeito é importante verificar que o legislador angolano tem sido sensível, porque alinhado com as melhores práticas internacionais, à demonstração da existência e aplicação nas empresas de um programa de *compliance*, por parte das pessoas coletivas e seus administradores quando chamados a “prestar contas” pela sua gestão, e também judicialmente.

Por isso, mais do que uma moda, a necessidade de ser *compliant* deve ser encarada como um modo: um modo de bem fazer.

Nesta medida, é preciso, primeiro, diagnosticar a organização e só depois elaborar o programa, pois mais importante do que ter um programa de *compliance* é saber que esse programa se adequa aos fins de governação corporativa que se impõem: a filosofia implementada terá tradução de êxito ou insucesso consoante a política

imposta se adequa ou não às características e tipo de negócio, de clientes, de *stakeholders* e aos objetivos de uma específica organização. Depois, tender a reforçar as auditorias internas e a realização de simulações de situações de crise, de forma a testar a capacidade de resposta interna da empresa, mitigando putativas situações de risco. Adotar igualmente Códigos de Ética e de Conduta, adequados, e manuais de procedimento internos, impelindo todos ao seu cumprimento.

Depois destes primeiros passos - diagnosticar e elaborar - têm que se seguir os momentos

Mais do que uma moda, a necessidade de ser *compliant* deve ser encarada como um modo: um modo de bem fazer

(para dentro da empresa) de comunicar e formar. E que as obrigações e o compromisso com a ética são responsabilidade de todos e, por isso, a inevitabilidade da importância do *compliance* na mudança de paradigma da atividade empresarial é notória e crescente, com relevância e enorme expressão na necessidade de formação da gestão de topo e dos trabalhadores para a filosofia adotada. Todos têm de estar conscientes do seu papel e obrigações e das consequências em caso de incumprimento.

A cultura de *compliance* tem, pois, que fazer parte do compromisso dos órgãos de administração para o bom governo das empresas, pois o não ser *compliant* tem, hoje em dia, não só impacto nas perspetivas e prosperidade do negócio (em virtude da ameaça à liberdade de negócio, à credibilidade das empresas e, por consequência, na atração do investimento), como pode acarretar, à frente do risco de incumprimento, um risco reputacional e contraordenacional/criminal que ninguém quer correr.