



# Pesquisa: Perfil do Hotline no Brasil

2ª edição



**Ser inovador  
transforma negócios.**

---

[kpmg.com.br](http://kpmg.com.br)





# Índice

Introdução .....	4
Sumário executivo.....	7
Resultado detalhado da pesquisa	
Perfil do Hotline no Brasil .....	12
Investimentos .....	23
Governança.....	26
Confiabilidade.....	34
Pandemia .....	36
Metodologia da pesquisa e perfil das empresas respondentes .....	38



# Introdução

É imprescindível que programas de compliance efetivos estabeleçam iniciativas de controles preventivos, detectivos e de respostas imediatas aos riscos, como o Canal de Denúncias ou Hotline.

Este mecanismo, alinhado às boas práticas nacionais e internacionais, deve assegurar um fluxo de comunicação independente, com acesso livre para colaboradores, fornecedores, clientes, sociedade, entre outros *stakeholders*, garantindo o anonimato e a confidencialidade dos usuários e dos assuntos relatados, além de estar disponível nos países e nos territórios em que a empresa atua, respeitando o idioma, a cultura e o correto fluxo de apuração e investigação do que for recebido.

Trata-se de uma importante ferramenta no combate e na prevenção à corrupção, sendo, inclusive, considerada atenuante no caso de suspeita de fraudes e má conduta, conforme previsto na Lei nº 12.846/13, no Decreto nº 8.420/15 e nas boas práticas internacionais.

De acordo com o relatório divulgado pela Association of Certified Fraud Examiners (ACFE) em 2020, realizado a partir de pesquisas e estudos internacionais de casos de fraudes que ocorreram globalmente, 33% dos fraudadores são detectados em função de uma denúncia ou de uma queixa feita através de um Canal de Denúncias.

Outro ponto importante citado pela pesquisa é que cerca de 64% das organizações vítimas de irregularidades já possuem um Canal de Denúncias. Além disso, a pesquisa aponta que 49% das empresas e das instituições que dispõem desse mecanismo detectam fraudes e irregularidades rapidamente, permitindo a ação tempestiva dos executivos, contribuindo, assim, com possíveis reduções nos potenciais impactos na imagem, na reputação e nas perdas financeiras.

Desta forma, incentivar os *stakeholders* à comunicação por meio de um canal independente, anônimo e confidencial, no qual seja possível

expressar suas preocupações sem o temor de represálias, de forma totalmente transparente e ética, é essencial.

Dados divulgados na primeira edição da pesquisa *Perfil do Hotline no Brasil* mostram que 79% dos respondentes já tinham um Canal de Denúncias implementado, e 30% dos entrevistados que não possuíam o mecanismo relataram que o principal motivo foi a baixa maturidade da cultura de *compliance*. Esta segunda edição do estudo reforça que 93% dos participantes perceberam que a implementação do Hotline é uma ótima ferramenta de suporte ao combate à fraude, à corrupção e a outros desvios de conduta.

É importante ressaltar que organizações com mecanismos de Canal de Denúncias detectam suas fraudes em um tempo médio de 12 meses, enquanto as empresas e instituições que não possuem esse tipo de artifício identificam essas ocorrências em cerca de 18 meses, gerando impacto financeiro sobre as fraudes que perduraram por um período maior e um risco de imagem imensurável para as empresas. Para entender como as organizações estão respondendo a essa nova realidade, a KPMG no Brasil realizou uma pesquisa com aproximadamente 60 empresas de diversas indústrias, buscando capturar o *Perfil do Hotline no Brasil (2ª Edição)*.

Ao longo da pesquisa, é possível observar padrões e tendências quanto ao investimento anual em Hotline e outras questões referentes à governança e à confiabilidade, compreendendo as características gerais dos relatos, bem como o padrão das investigações e das medidas disciplinares geralmente aplicadas.

Dessa forma, os resultados da 2ª edição da pesquisa *Perfil do Hotline no Brasil* podem fornecer informações essenciais sobre como as

organizações estão monitorando e gerenciando o Hotline no País.

Aproveite e compare os relatos de irregularidades comportamentais da sua empresa com os números que apresentamos nesta pesquisa. Verifique se seus esforços e seus controles de prevenção à corrupção, fraudes, subornos e desvios de conduta estão sendo eficazes para transmitir a adoção das boas práticas de governança e *compliance*, bem como para reduzir perdas financeiras e exposição negativa da imagem e da reputação. Considere, ainda, a estrutura do Canal de Denúncias para monitorar riscos relacionados a eventuais desvios aos temas da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), como vazamento, tratamento ou utilização indevida de dados, além do descumprimento de práticas e diretrizes contratuais nos quesitos ambientais, sociais e de governança (ESG). Todos esses temas são de extrema relevância para as empresas, sendo tópicos de preocupação especial para o C-Level.

Por isso, acreditamos que os resultados desta pesquisa fornecerão informações valiosas a você. Aproveite o conteúdo.

Boa leitura!



**Emerson Melo**  
Sócio-líder da prática  
de Forensic da  
KPMG no Brasil



**Carolina Paulino**  
Sócia da prática  
de Forensic da KPMG  
no Brasil





# Sumário executivo

# Sumário executivo

A pesquisa contou com a participação de, aproximadamente, 60 empresas de diversos segmentos: Consumer & Retail (C&R), Industrial Markets (IM), Government & Infrastructure (G&I), Financial Services (FS), Technology, Media &

Telecommunications (TMT) e outros, das quais 85% já possuem o Hotline implementado.

Entre as organizações pesquisadas que já implementaram o Hotline, o estudo identificou o seguinte perfil:



**25%** das empresas possuíam um "Hotline para ética" maduro, com mais de cinco anos de operacionalização.



**91%** relataram que acreditam que seus colaboradores, funcionários e terceiros confiam no canal, e **87%** dos respondentes acreditam ainda na eficiência da ferramenta para a identificação de desvios de padrões de conduta.



**16%** informaram um investimento anual entre 24 mil e 36 mil com a plataforma de recebimento de denúncias, seguido de outros **22%** que relataram investir mais de 60 mil por ano.



**74%** das empresas informaram que recebem mais do que 36 relatos por ano em suas plataformas de Hotline.



**90%** dos respondentes disponibilizam o Hotline para os públicos interno e externo e **100%** afirmam que possibilitam o recebimento de denúncias anônimas, seguindo as boas práticas. Entretanto, segundo apontado pelas empresas, apenas **16%** dos denunciantes costumam se identificar.



O *website* é o meio mais utilizado para receber relatos, seguido de telefone e *e-mail*.





Profissionais nas funções de **compliance** e o Comitê de Ética e Compliance foram apontados como os responsáveis pelo recebimento de relatos para **45%** dos respondentes, seguidos de **22%** que utilizam empresas terceiras especializadas.



O processo de apuração de denúncias relacionado a desvio de conduta e assédio se destacou para **61%** dos respondentes da pesquisa como sendo de responsabilidade da função ou Comitê de *Compliance*. Já no que se refere às denúncias não relacionadas à má conduta e assédio, **38%** dos respondentes apontam a auditoria interna como responsável pela apuração, enquanto para **35%** deles esta ação fica a cargo do departamento de *Compliance*.



**48%** dos respondentes informaram que desvio de conduta e comportamento é o tipo mais comum dos relatos recebidos, seguido de assédio moral (**22%**) e descumprimento de políticas (**4%**).



De acordo com os respondentes da pesquisa, os perfis mais denunciados, em ordem de frequência, são os cargos de coordenação ou supervisão (**54%** para relatos sobre conduta e assédio), seguidos dos gerentes (**16%** para denúncias de corrupção).



O tempo médio para apuração de um relato é de cerca de 11 a 30 dias para **48%** dos respondentes, seguido de **38%**, que informaram que os processos de investigação podem durar de 31 a 60 dias.



**24%** dos relatos procedentes, **43%** dos relatos parcialmente procedentes, **22%** não procedentes e **11%** não conclusivos são provavelmente devido à falta de informações essenciais que viabilizem a investigação.


Por fim, cabe destacar que a baixa percepção de valor ao negócio foi apontada como o principal motivo para a não implementação do Hotline para 50% dos respondentes, seguido de 30% dos entrevistados que apontaram como justificativa a ausência de um processo estruturado para realizar as investigações.

Em contrapartida, o fortalecimento da cultura de ética e *compliance* foi apontado como o principal benefício percebido por 30%

dos respondentes da pesquisa que possuem Hotline, seguido da melhoria de processos e controles (25%) e da diminuição de ocorrência de comportamentos não desejados em geral (16%).

Vale destacar que durante a pandemia de covid-19, 20% dos entrevistados informaram que os relatos diminuíram, já 56% deles citaram que o descumprimento de políticas teve maior relevância durante a pandemia.





Resultado  
detalhado da  
pesquisa



# Perfil do Hotline no Brasil

# Perfil do Hotline no Brasil

A sua empresa possui Hotline (Canal de Denúncias) implementado?



85%

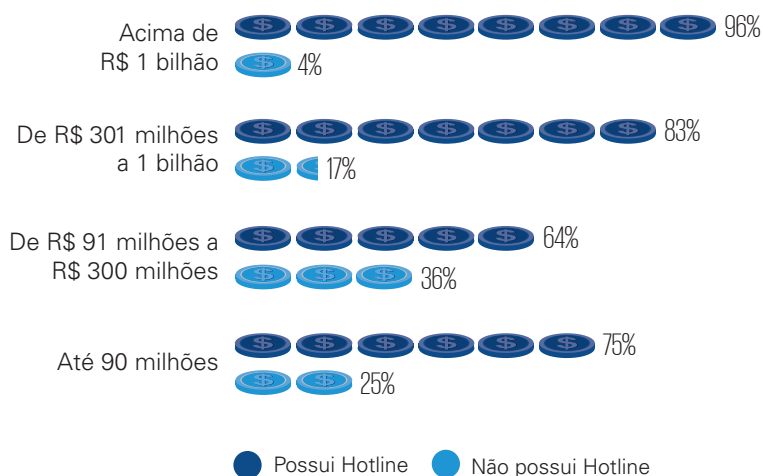
Sim



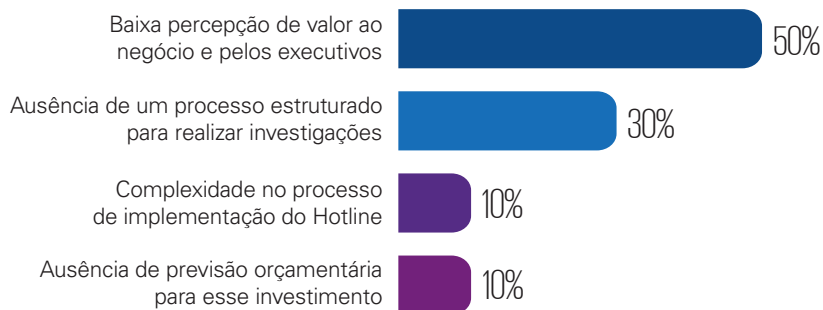
15%

Não

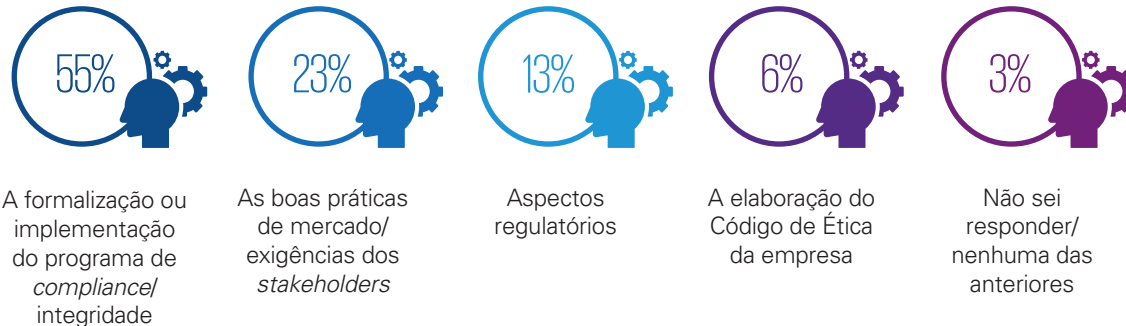
## Correlação entre Faturamento anual e Implantação do Hotline



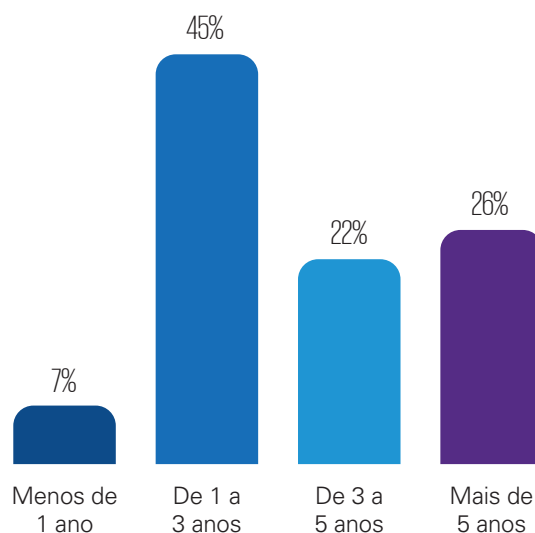
## Quais os principais motivos pelos quais a sua empresa não possui um Hotline implementado, em sua opinião?



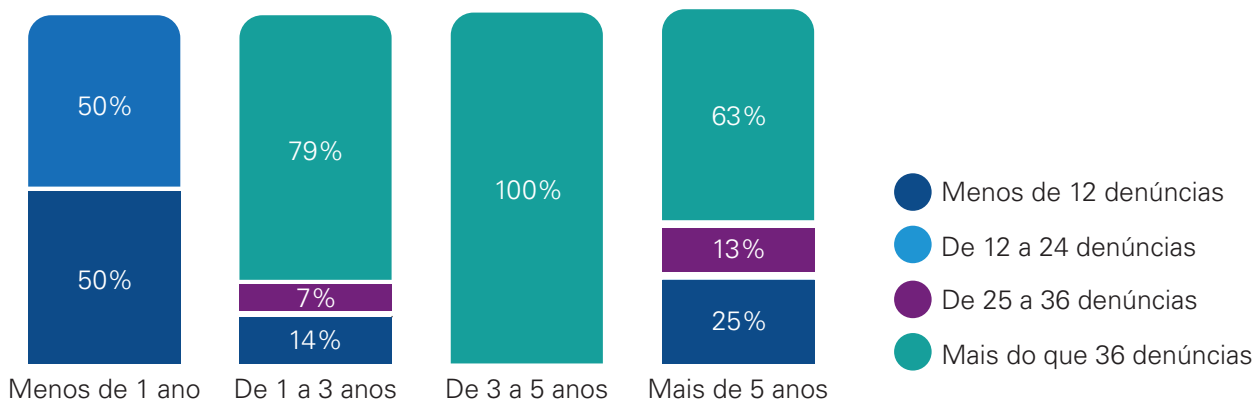
## Qual a principal razão que motivou a sua empresa a implementar o Hotline?



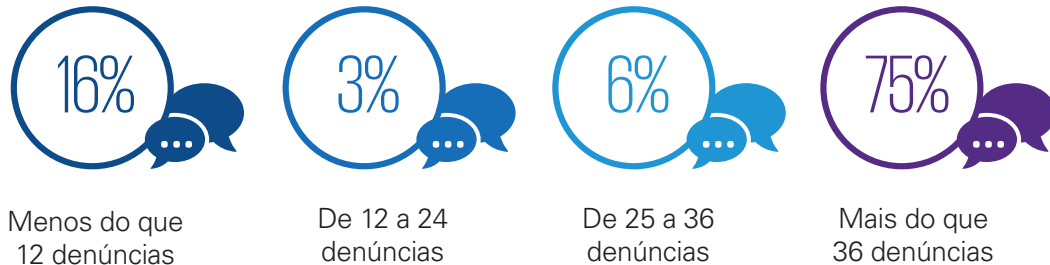
## Há quanto tempo o Hotline foi implementado?



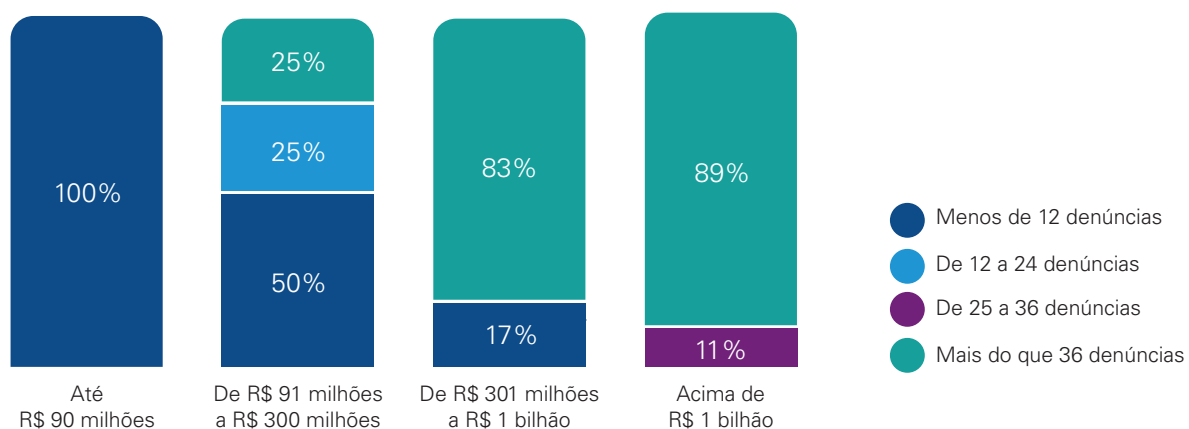
## Correlação entre volume de denúncia e tempo de implementação



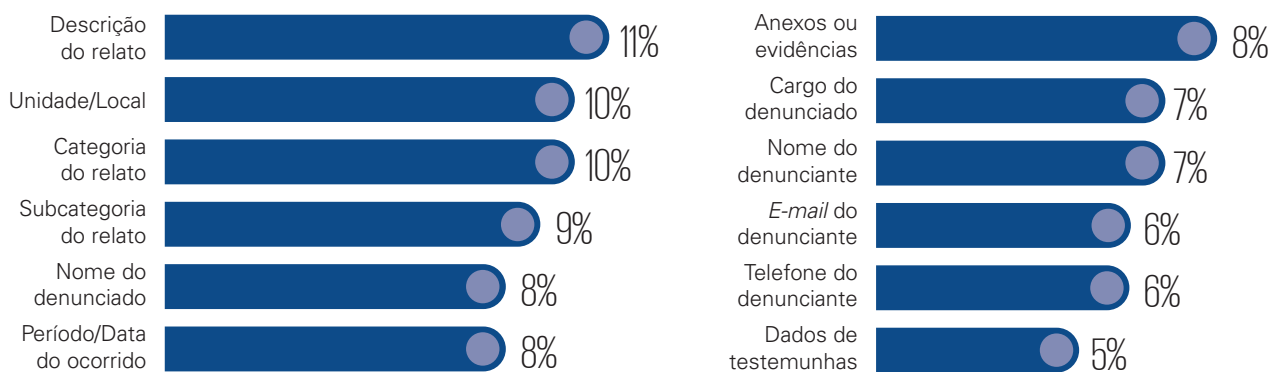
## Quantas denúncias foram recebidas nos últimos 12 meses?



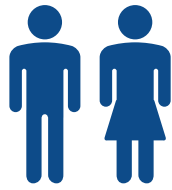
## Correlação entre volume de denúncia e faturamento



## Quais informações padrão geralmente são coletadas pela plataforma de Hotline? Selecione todas as que se aplicarem



## O Hotline está disponível para quais públicos?



90%

Públicos interno e externo, incluindo terceiros, sociedade, fornecedores, clientes etc.

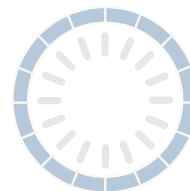
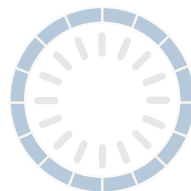


10%

Apenas público interno, por exemplo: colaboradores, funcionários etc.

## Correlação entre tempo de Implantação do Programa de Compliance e Disponibilidade

### Interno



### Interno e externo



Sim, há menos de 1 ano

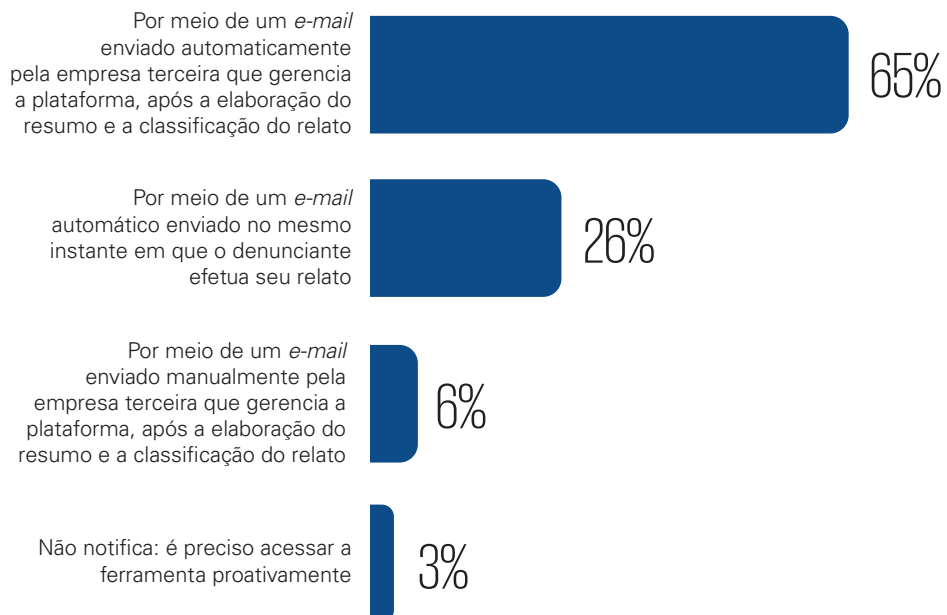
Sim, faz entre 1 e 3 anos

Sim, faz entre 3 e 5 anos

Sim, há mais de 5 anos



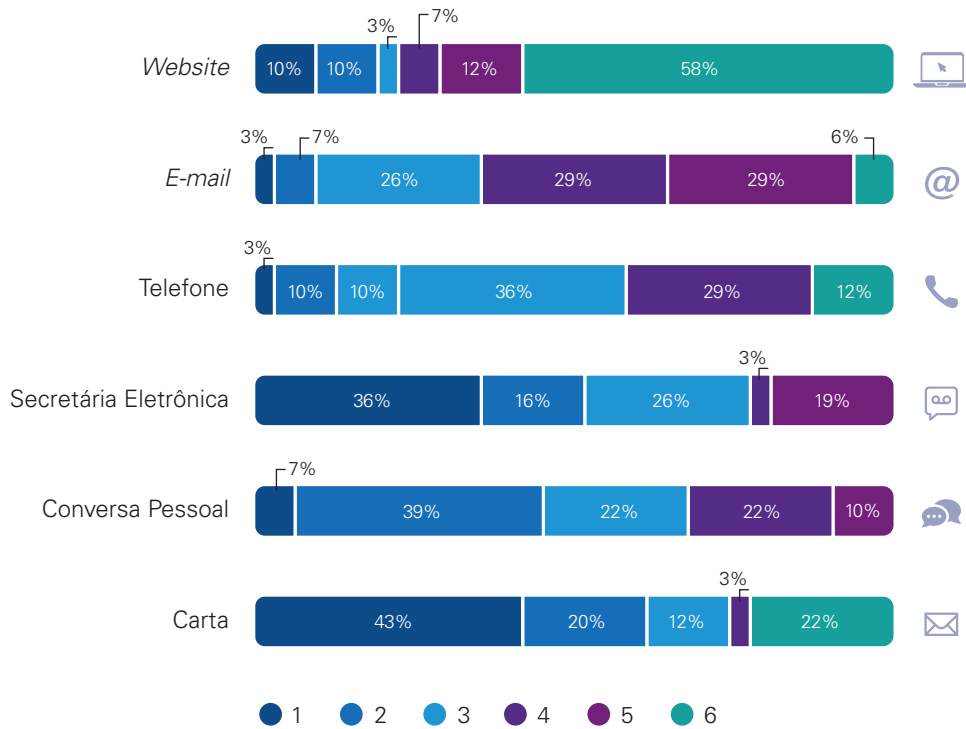
## De que forma a sua plataforma de *Hotline* notifica o recebimento de uma nova denúncia?



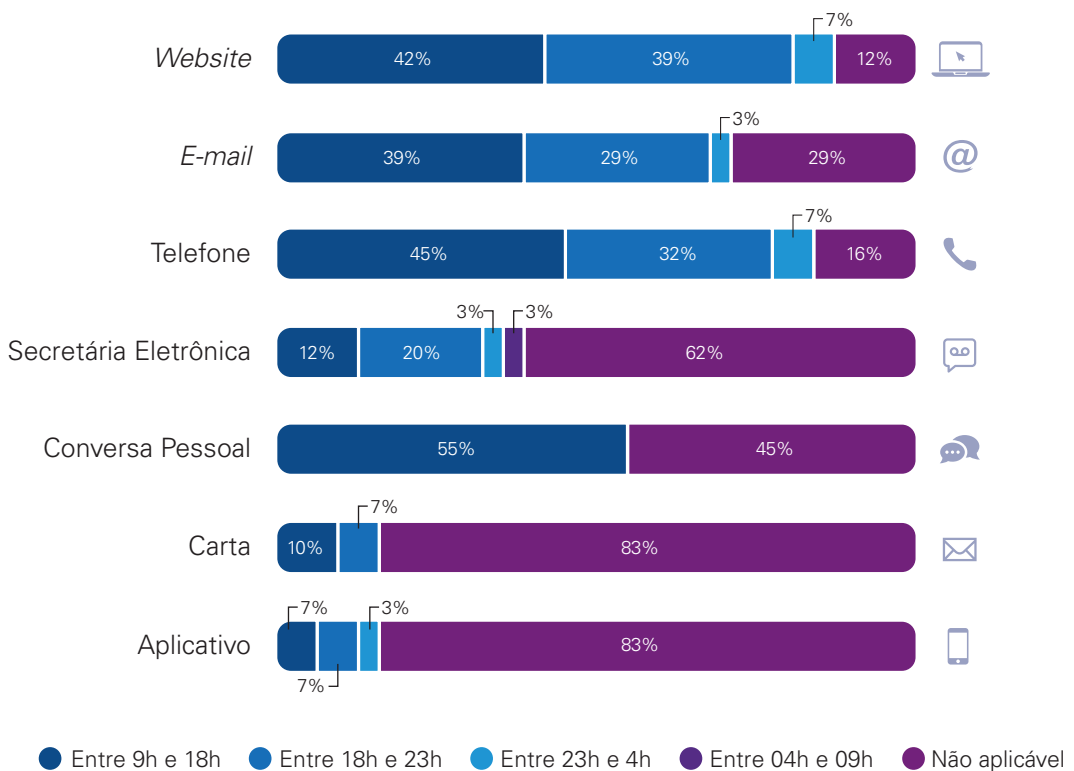
Os respondentes destacaram, ainda, que a maioria das denúncias é recebida no período das 9h às 18h.



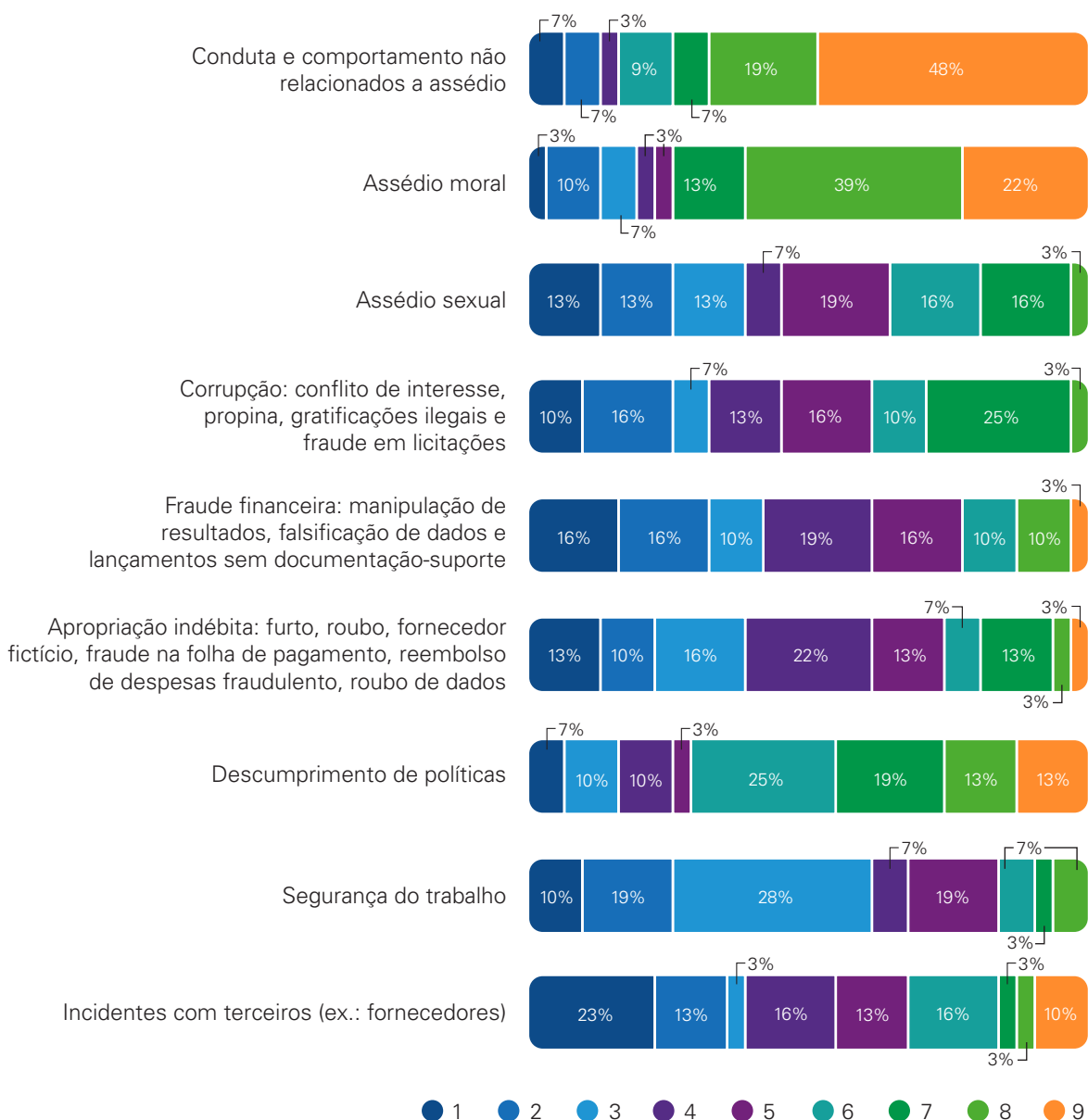
**Indique os meios mais utilizados para capturar os relatos/denúncias, sendo 1 não utilizado e 6 o mais utilizado.**



**Indique o horário de maior recebimento de denúncias por canal utilizado.**



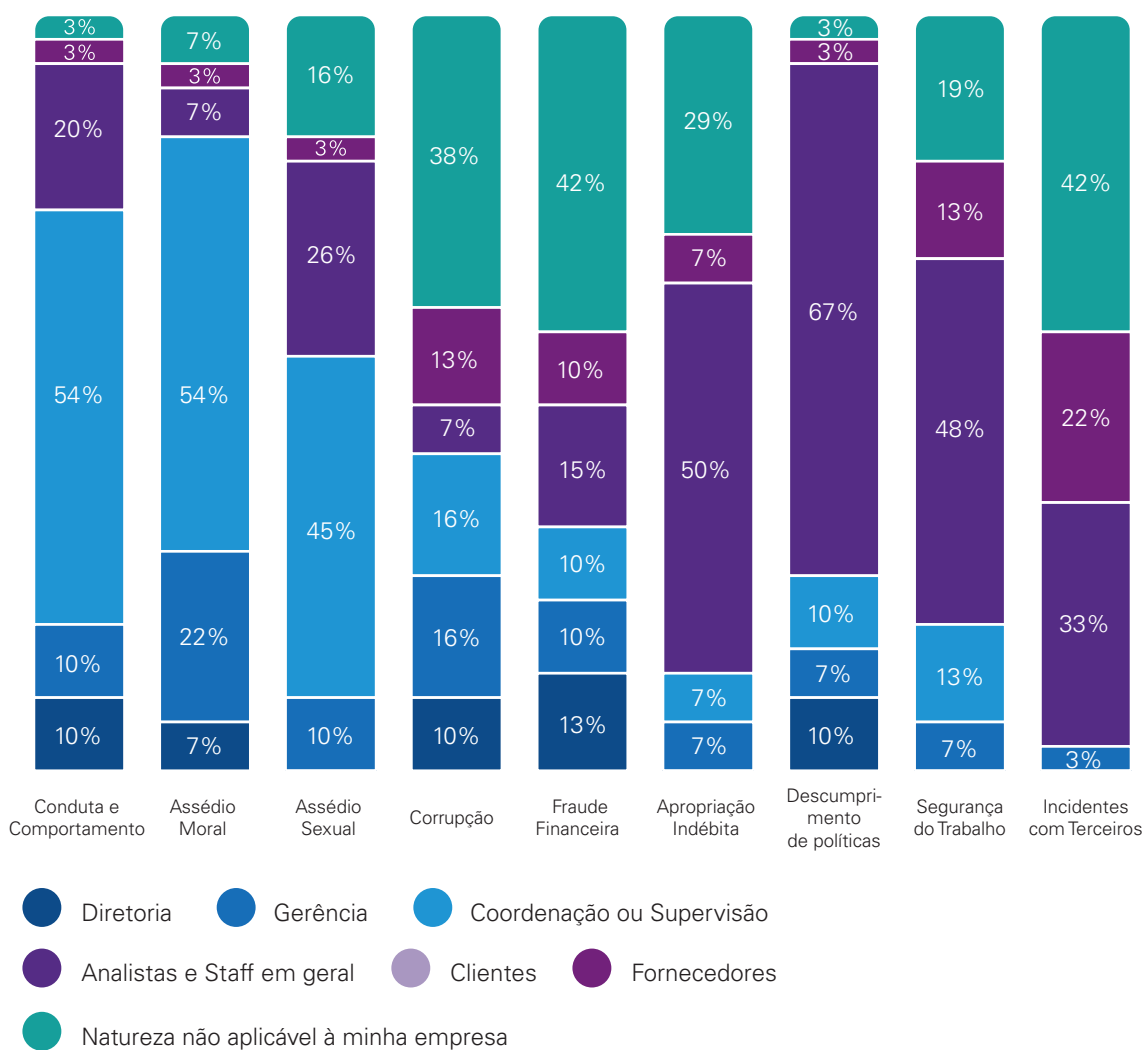
Indique os tipos mais comuns das denúncias em ordem crescente, sendo 1 não aplicável e 9 mais frequente.



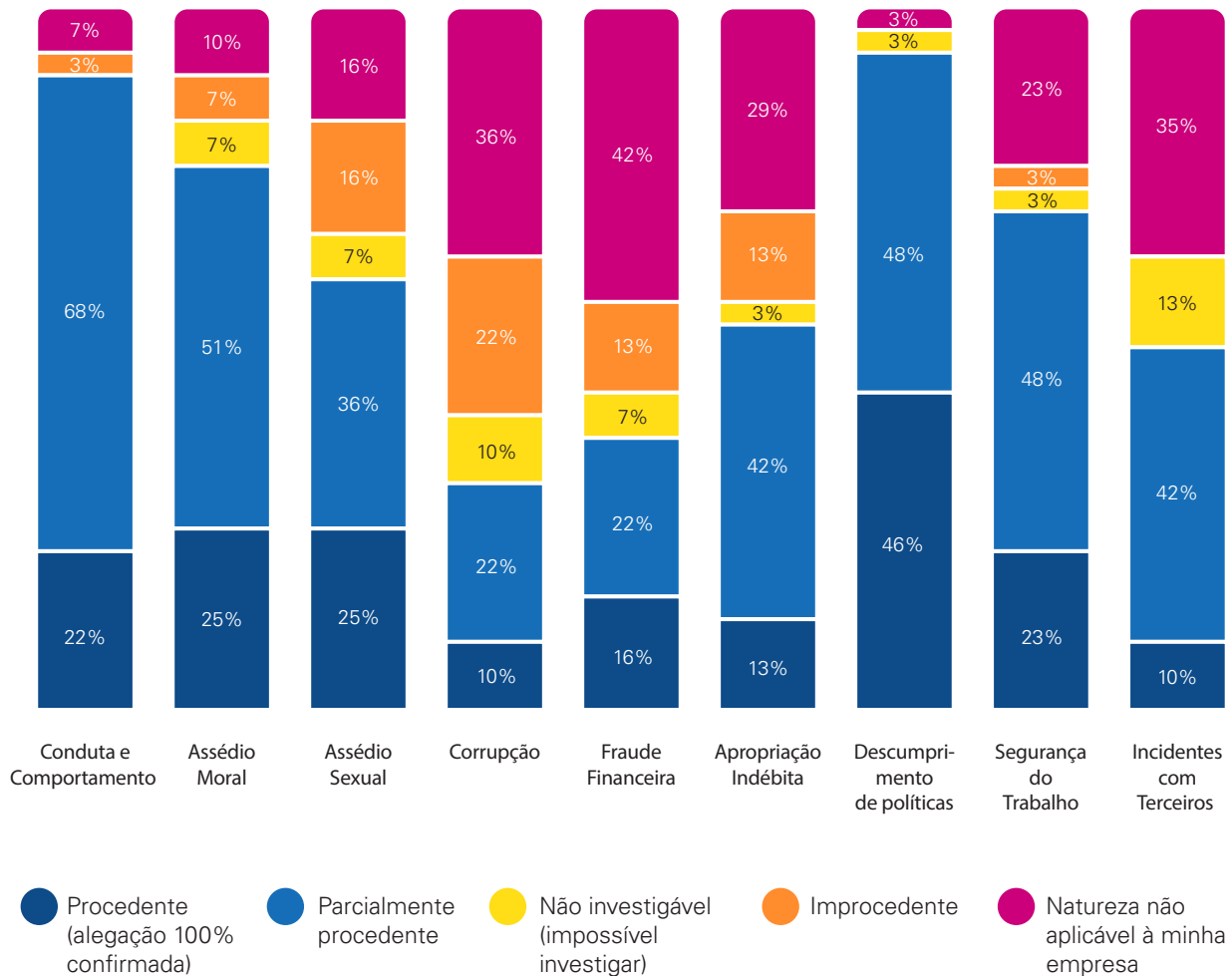
**48%** dos respondentes afirmaram que “Conduta e comportamento não relacionados a assédio” são os relatos mais comuns, seguido de “Assédio moral”, “Segurança do trabalho” e “Conflito de interesse”.

A pesquisa demonstra que os executivos percebem a implementação do Hotline como uma ferramenta de suporte à governança corporativa e de combate à fraude, corrupção e outros desvios de conduta.

### Qual é, geralmente, o perfil mais denunciado por categoria?

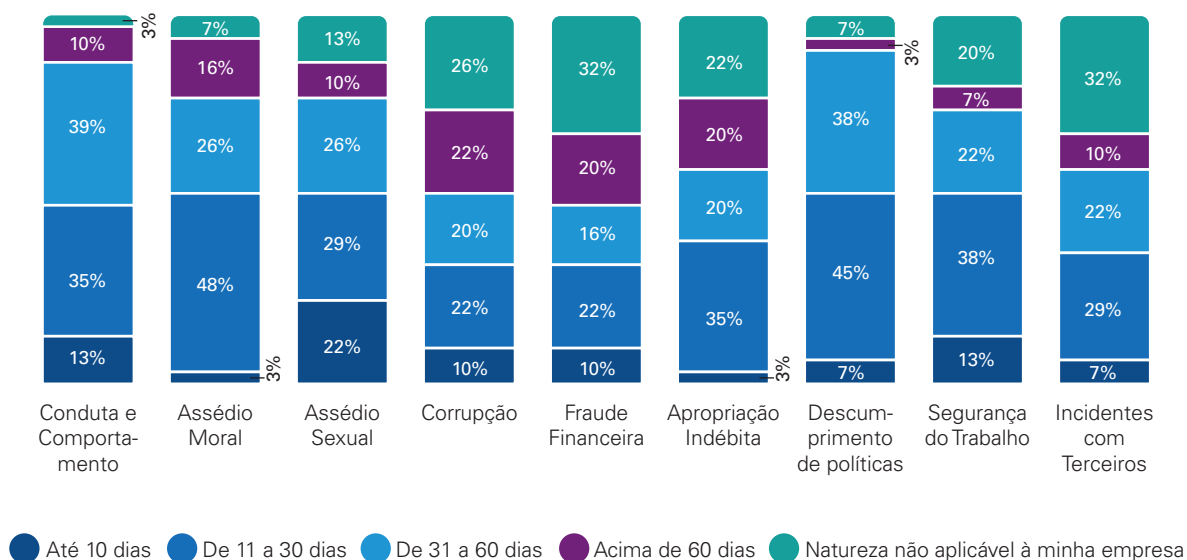


## Quais são os resultados mais comuns das apurações por categoria?

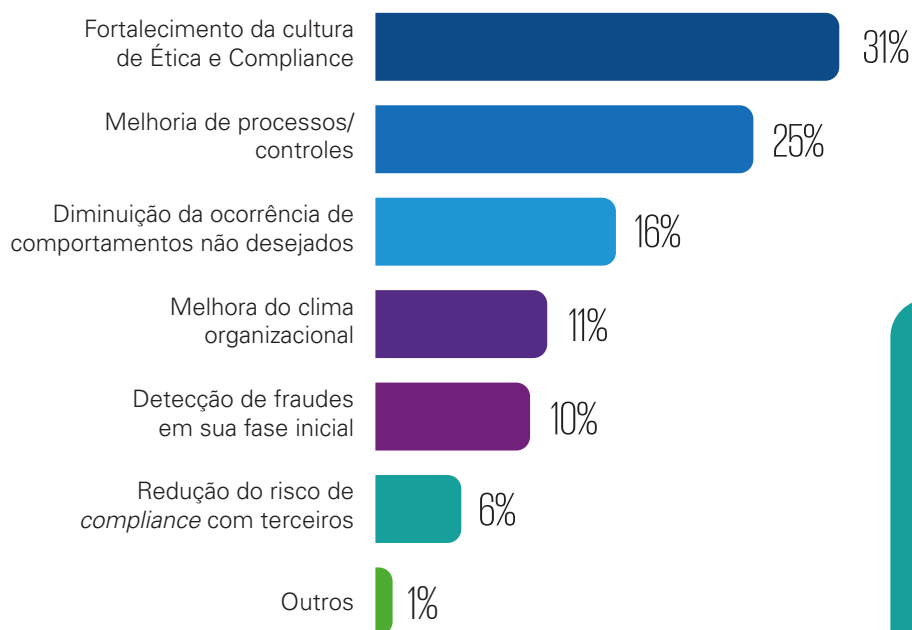


**Nos primeiros anos, as empresas tendem a receber um número menor de denúncias em decorrência de um processo de aculturação. Entretanto, após o terceiro ano, a maioria dos respondentes relatou ter recebido mais de 36 relatos no ano.**

## Qual é o tempo médio de apuração das denúncias (quantidade de dias entre a data de registro da denúncia e a sua finalização) para cada categoria?



## Quais os impactos positivos que a sua empresa percebeu após a implantação do Hotline?



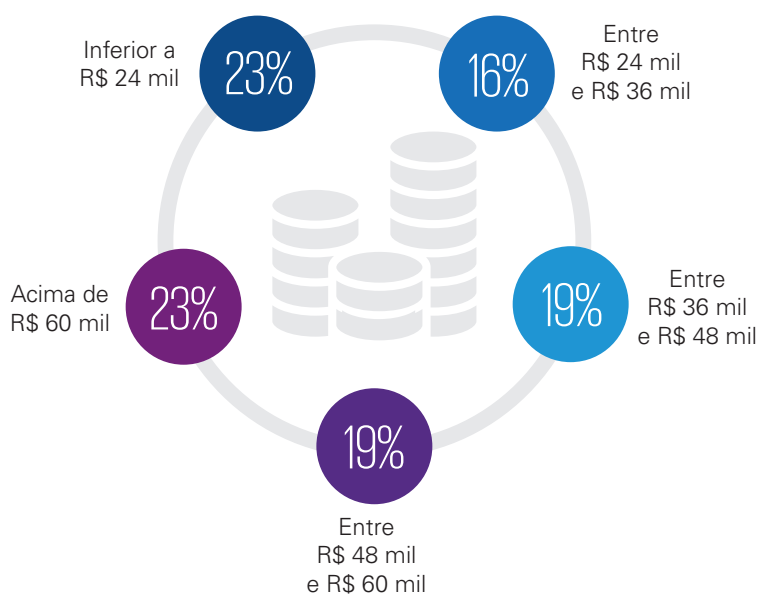
O "Fortalecimento da Cultura de Ética e Compliance" e "Melhoria de Processos/controles" são os principais benefícios percebidos após a implantação de um Hotline.



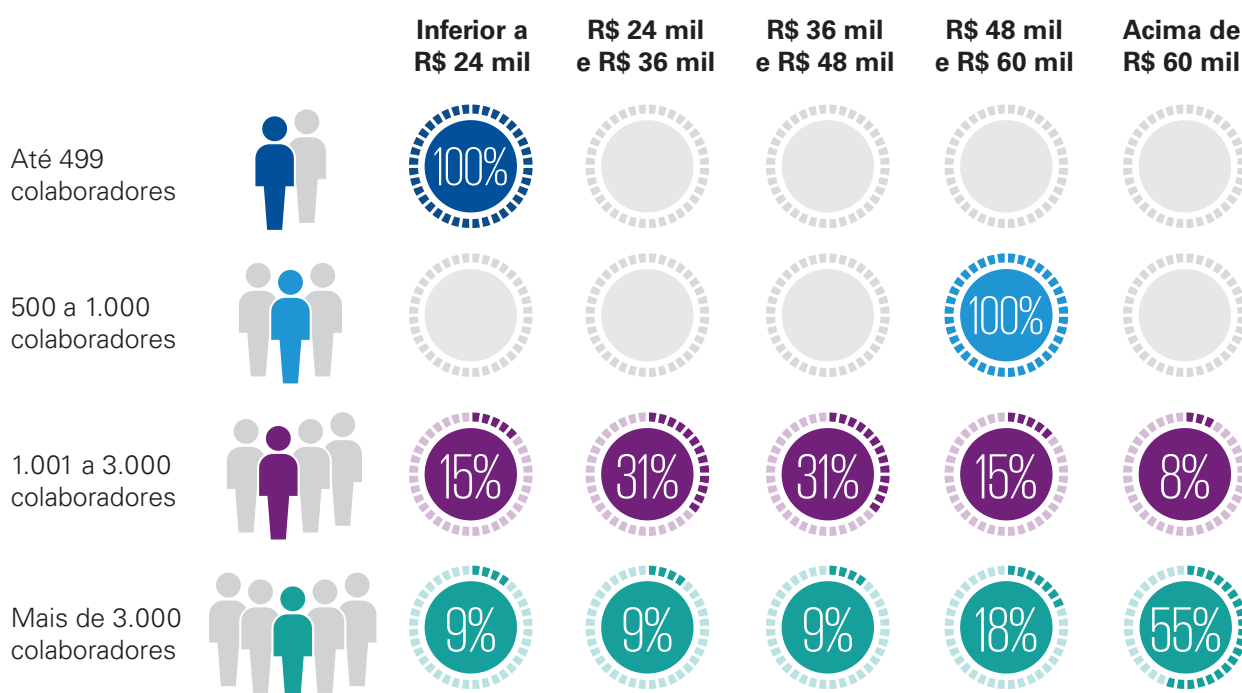
# Investimentos

# Investimentos

## Qual o investimento anual com o Hotline (apenas a plataforma)?

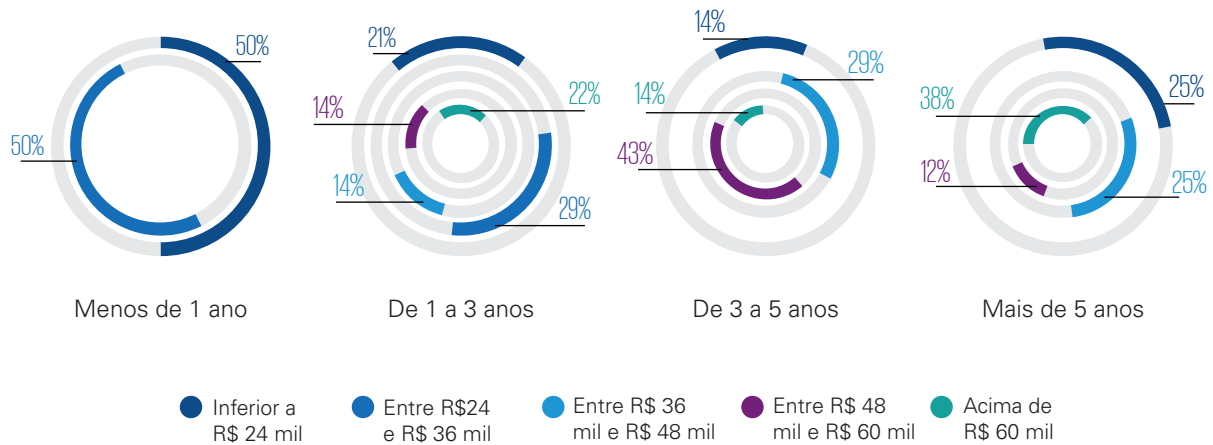


## Correlação entre Investimento e Quantidade de Profissionais





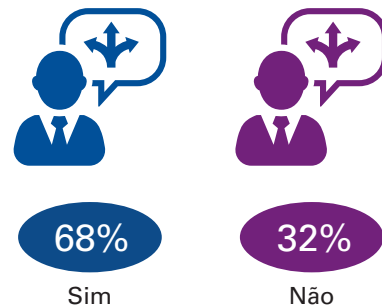
## Correlação entre Investimento e Maturidade do Canal



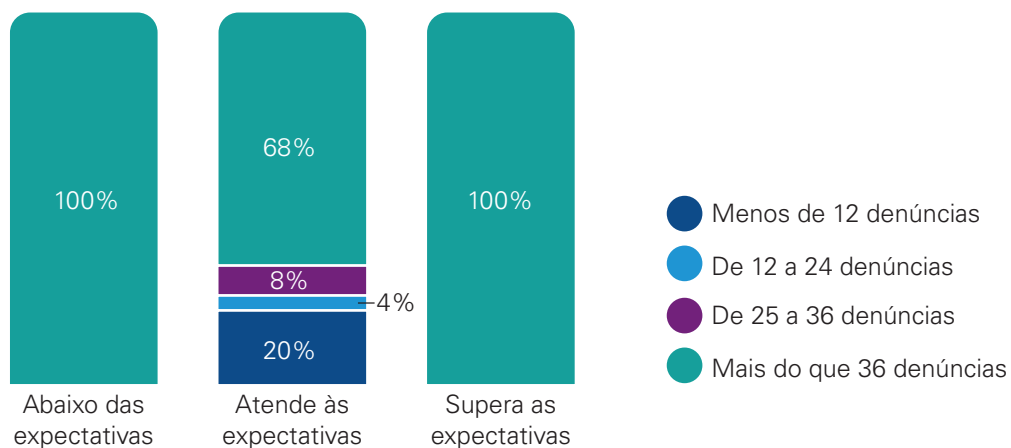
### Como você avalia a qualidade da sua plataforma de recebimento de denúncias?



### Além do Hotline, sua empresa utiliza outros indicadores, BIs e ferramentas de análise de dados para a identificação de possíveis casos de fraudes?



## Correlação entre Qualidade da Plataforma e volume de denúncias

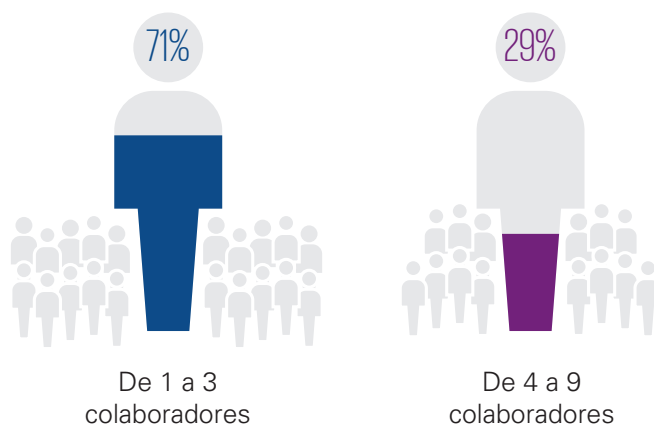




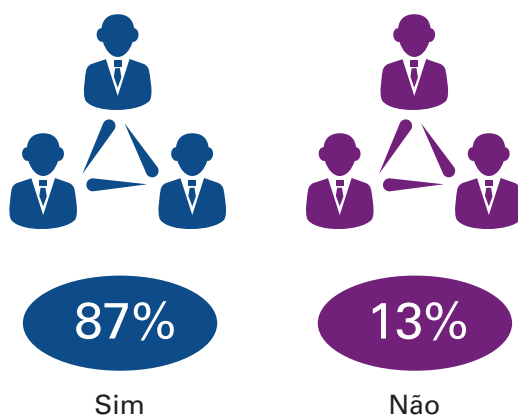
# Governança

# Governança

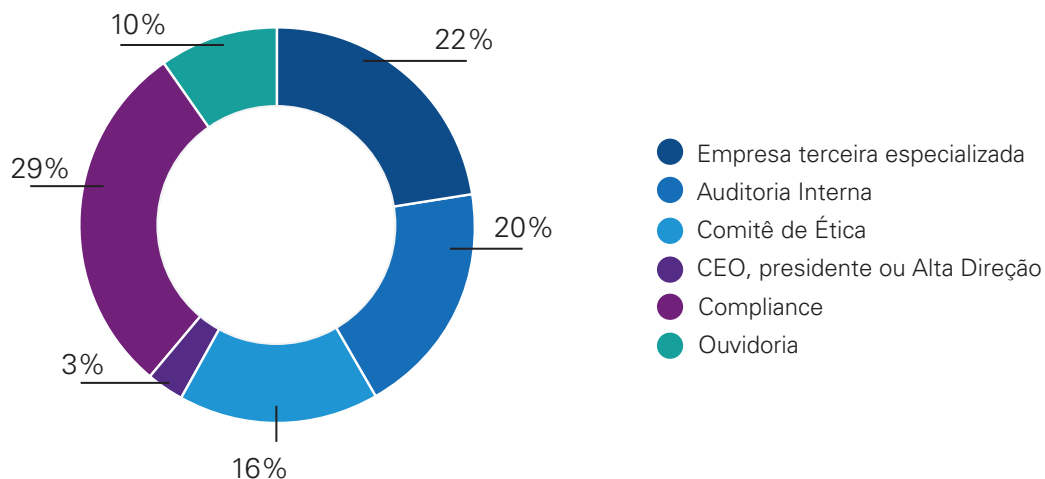
**Qual a quantidade de colaboradores que recebem as denúncias ou que geralmente possuem livre acesso às denúncias recebidas?**



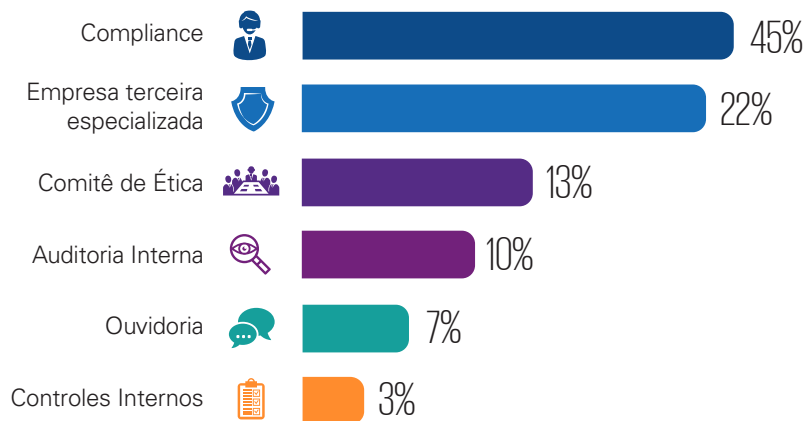
**Você considera que a gestão do Hotline da sua empresa é eficiente no processo de prevenir, detectar e remediar condutas irregulares?**



### Qual a área/função responsável por receber as denúncias oriundas do Hotline?

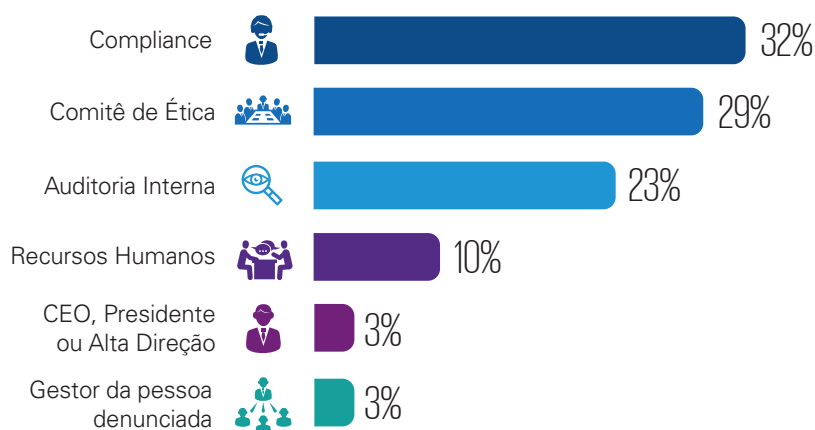


### Na sua opinião, qual área deveria receber as denúncias oriundas do Hotline?

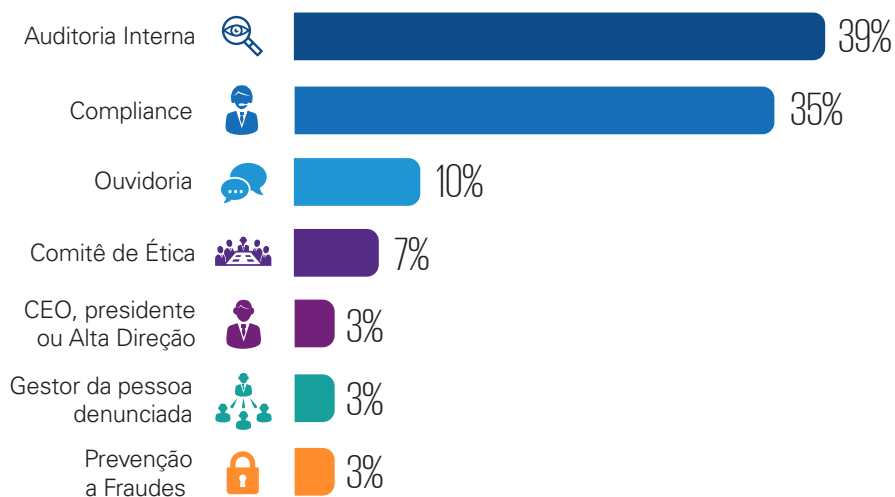


Existe um consenso entre os respondentes de que o recebimento das denúncias deve ser independente, e mais de 67% entende que essa atribuição é do Comitê de Ética/Compliance ou de uma consultoria especializada.

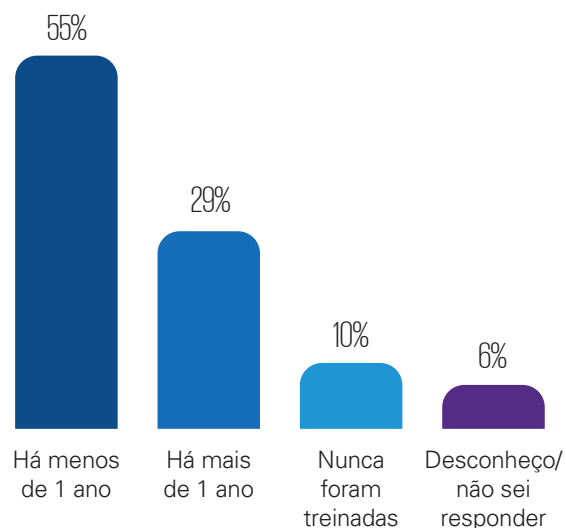
**Qual a área/função responsável pela apuração dos relatos recebidos no Hotline relacionados a desvio de conduta e assédio?**



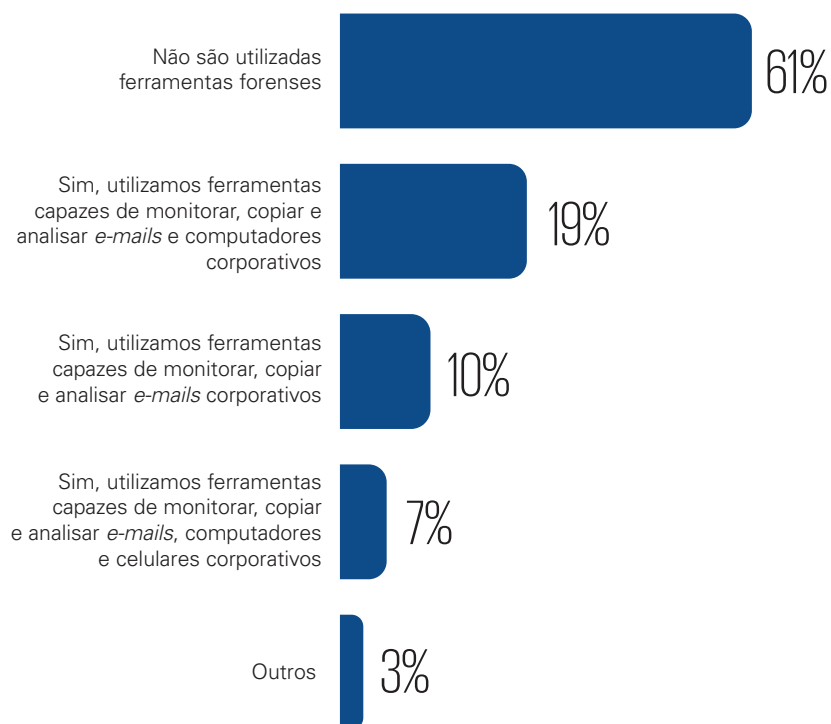
**Qual a área/função responsável pela apuração da maioria dos relatos que NÃO são relacionados a desvio de conduta (ex.: fraude, corrupção etc.)?**



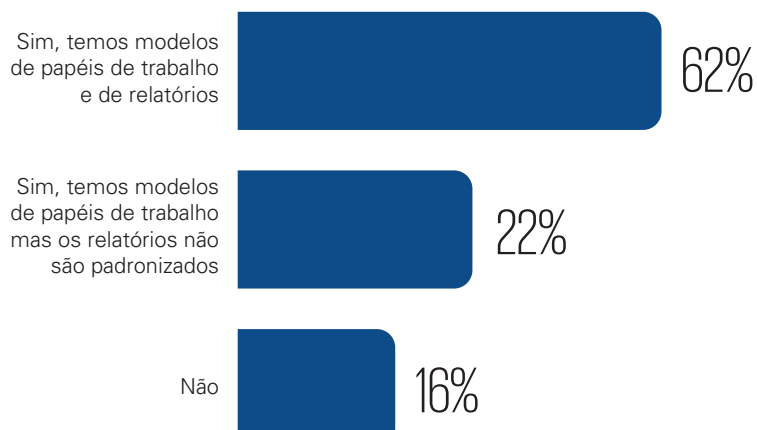
## Quando foi o último treinamento de técnicas de investigação para as pessoas responsáveis pelo processo de apuração de denúncias?



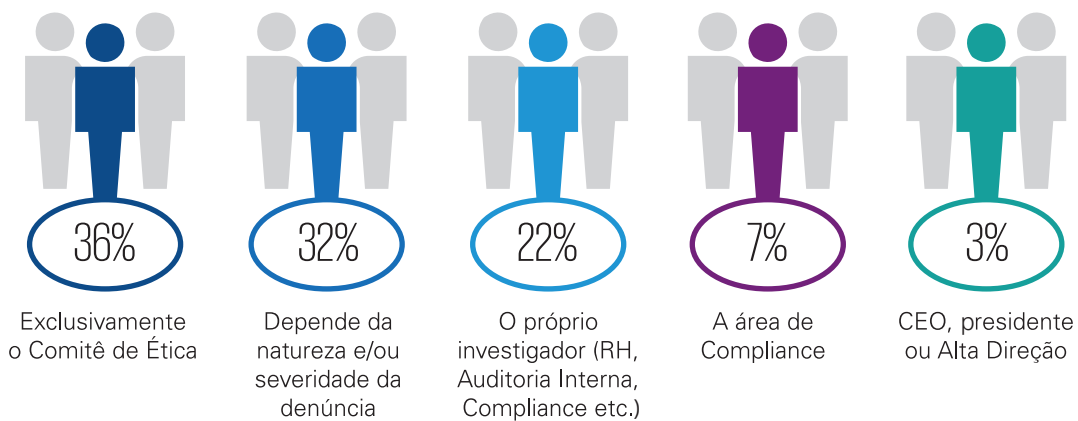
## Na apuração das denúncias são utilizadas ferramentas de tecnologia forense?



## O reporte de resultados do processo de apuração é padronizado (ou seja, existem modelos de papel de trabalho que são utilizados)?



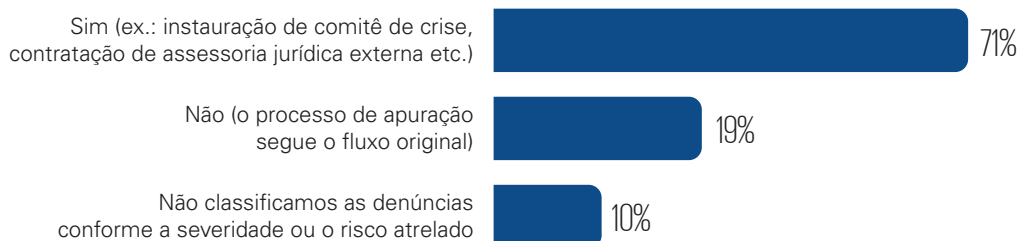
## Quem é responsável por definir, em última instância, se a denúncia é procedente ou não?



## Qual é o plano de ação mais comum aplicado para cada tipo de denúncia?

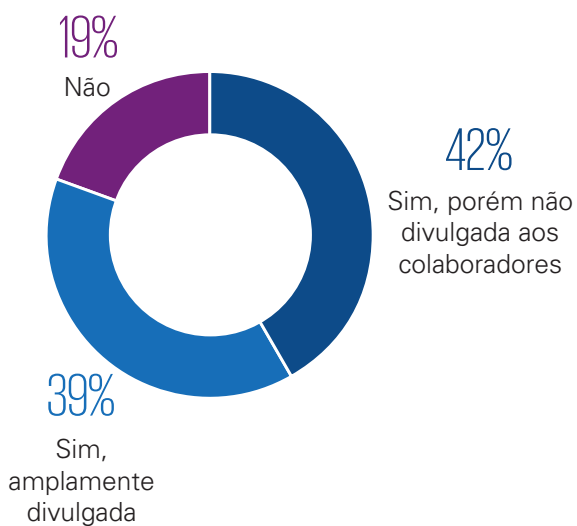


## Existe alguma tratativa especial para as denúncias consideradas de alta severidade ou risco?

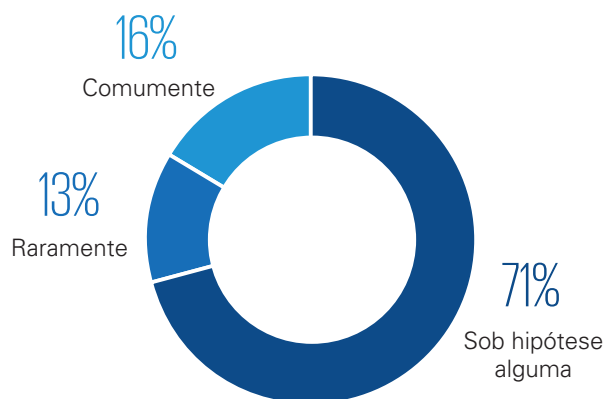




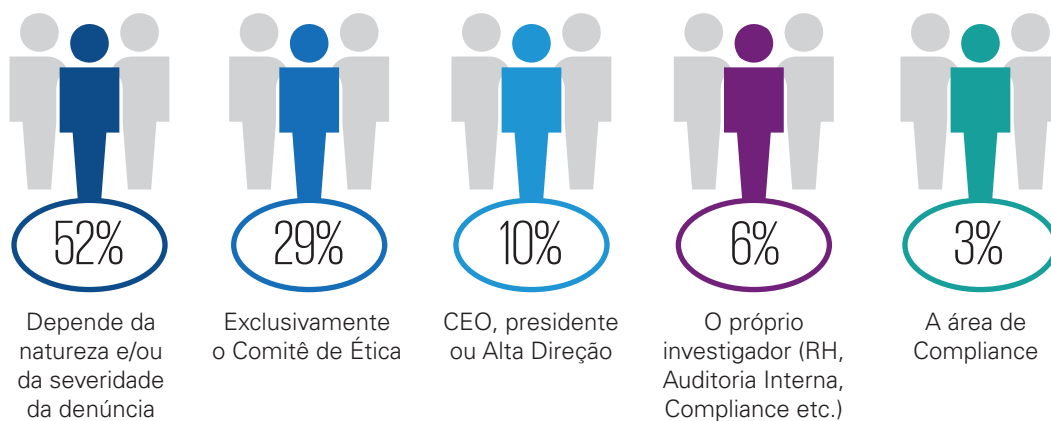
**Sua empresa possui uma política formal de consequências ou de medidas disciplinares?**



**A definição das medidas disciplinares ou das consequências considera o cargo ou a produtividade do denunciado?**



**Quem é responsável pela definição do plano de ação ou da medida disciplinar após o processo de apuração da denúncia?**





Confiabilidade

# Confiabilidade

É possível efetuar uma denúncia anônima por meio do Hotline da sua empresa?



100%

Sim

Os denunciadores do Hotline da sua empresa costumam identificar-se?



16%

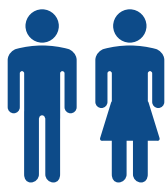
Sim



84%

Não, a maioria das denúncias é anônima

Você acredita que os colaboradores, os funcionários e os terceiros confiam neste canal?



90%

Sim



10%

Não

Você tem conhecimento da existência de algum incidente relacionado à falta de confidencialidade do canal ou à quebra de anonimato do denunciante?



10%

Sim



90%

Não

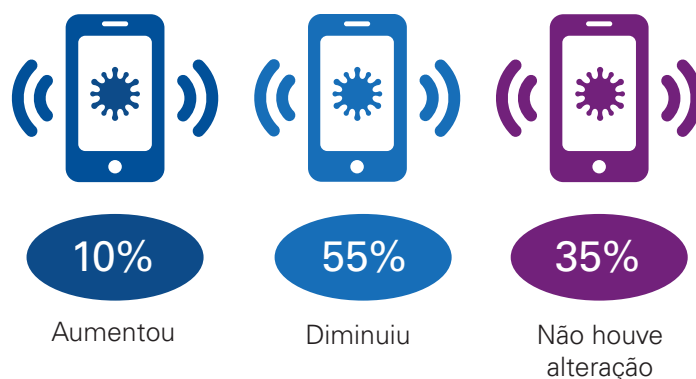
Conforme relatado por **9%** dos respondentes, o principal motivo pelo qual não existe a confiança no canal deve-se à falta de confiança nos membros do Comitê de Ética e/ou à cultura organizacional pouco fortalecida.



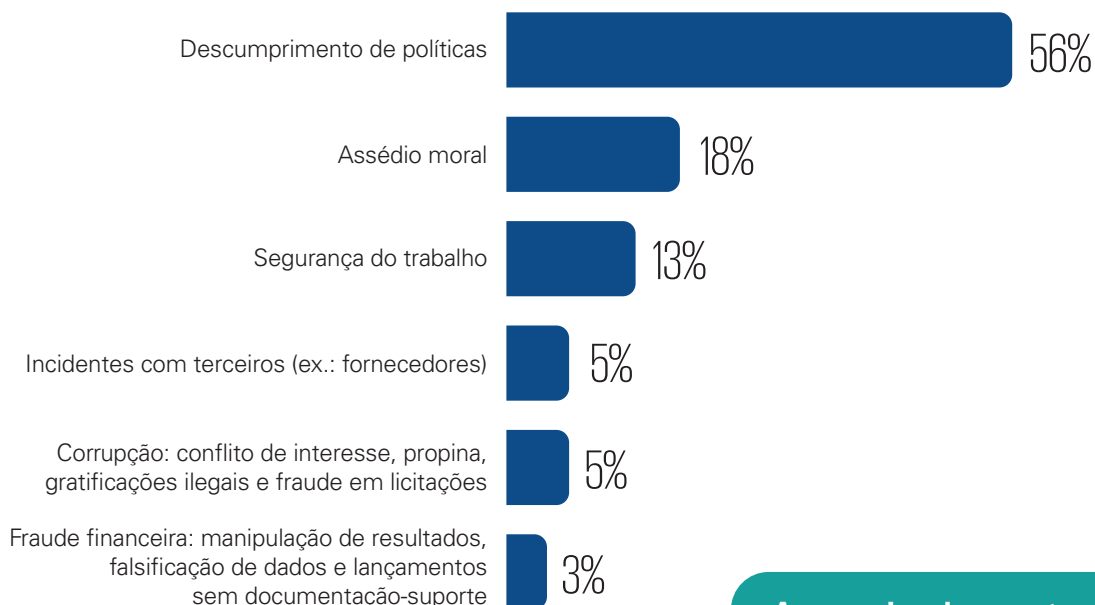
# Pandemia

# Pandemia


Com a chegada da pandemia da covid-19 em 2020, a quantidade de casos reportados no Canal de Denúncias:



Houve alguma alteração quanto à natureza das denúncias devido à covid-19? Selecione abaixo os tipos de denúncia que mais aumentaram:



A pesquisa demonstrou que durante o período de pandemia a natureza mais comum das denúncias foi de descumprimento das políticas e dos procedimentos internos.



Metodologia da  
pesquisa e perfil  
das empresas  
respondentes

# Metodologia da pesquisa e perfil das empresas respondentes

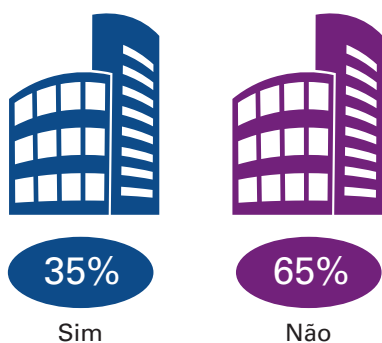
A pesquisa sobre o perfil do Hotline no Brasil foi conduzida por meio de uma plataforma *Web*

## Perfil das empresas

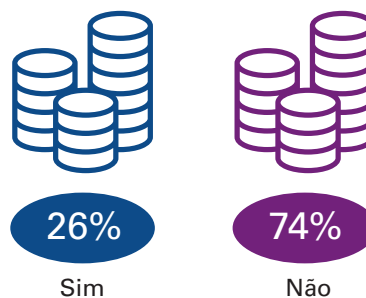
Participaram da pesquisa aproximadamente 60 empresas de diferentes regiões e com estruturas variadas, conforme gráficos apresentados a seguir:



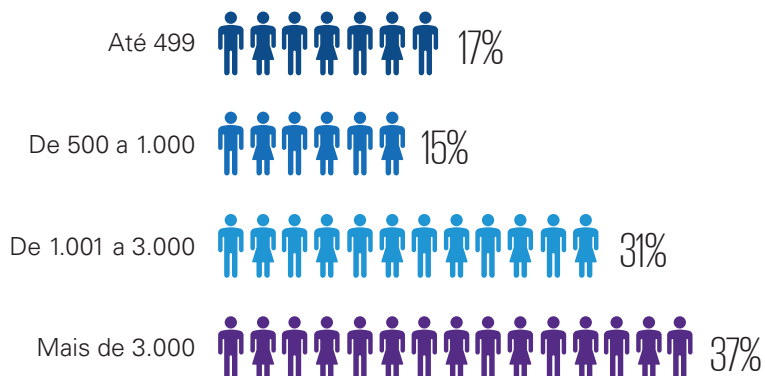
### Empresa multinacional?



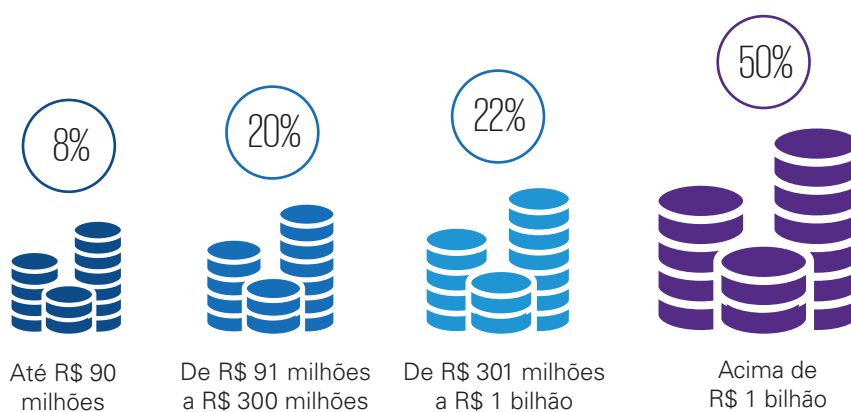
### Empresa de capital aberto?



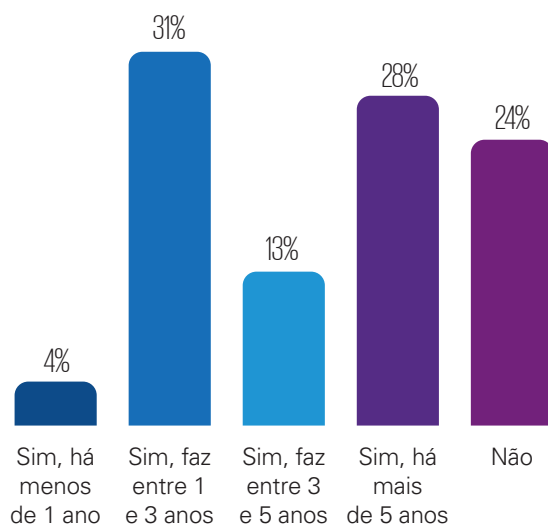
## Quantidade de profissionais que trabalham na empresa?



## Qual é a receita operacional bruta anual da empresa?



## A sua empresa possui um programa de Compliance (ou Integridade) implementado?









# Fale com o nosso time

## **Emerson Melo**

Sócio-líder da área de Forensic & Litigation da KPMG no Brasil  
emersonmelo@kpmg.com.br

## **Alexandre Massao**

Sócio da área de Forensic & Litigation da KPMG no Brasil  
amhabe@kpmg.com.br

## **Carolina Paulino**

Sócia da área de Forensic & Litigation da KPMG no Brasil  
cpaulino@kpmg.com.br

## **Fernanda Flores**

Sócia da área de Forensic & Litigation da KPMG no Brasil  
fernandaflores@kpmg.com.br

## **Marcelo Gomes**

Sócio da área de Forensic & Litigation da KPMG no Brasil  
marceloagomes@kpmg.com.br

## **Raphael Soré**

Sócio da área de Forensic & Litigation da KPMG no Brasil  
rsore@kpmg.com.br

## **Alessandro Gratão**

Sócio-diretor da área de Forensic & Litigation da KPMG no Brasil  
alessandrogratao@kpmg.com.br

## **Dino Almeida**

Sócio-diretor da área de Forensic & Litigation da KPMG no Brasil  
dinoalmeida@kpmg.com.br

## **Thais Silva**

Sócia-diretora da área de Forensic & Litigation da KPMG no Brasil  
thaisasilva@kpmg.com.br



**Ser inovador  
transforma negócios.**

#KPMGTransforma



Baixe o  
nosso APP

kpmg.com.br



/kpmgbrasil

© 2021 KPMG Consultoria Ltda., uma sociedade simples brasileira, de responsabilidade limitada, e firma-membro da rede KPMG de firmas-membro independentes e afiliadas à KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça. Todos os direitos reservados. Impresso no Brasil.

O nome KPMG e o logotipo são marcas registradas ou comerciais da KPMG International.

Todas as informações apresentadas neste documento são de natureza genérica e não têm por finalidade abordar as circunstâncias de uma pessoa ou entidade específica. Embora tenhamos nos empenhado em prestar informações precisas e atualizadas, não há garantia de sua exatidão na data em que forem recebidas nem de que tal exatidão permanecerá no futuro. Essas informações não devem servir de base para se empreenderem ações sem orientação profissional qualificada, precedida de um exame minucioso da situação em pauta.

Projeto gráfico e diagramação: Ex-Libris Comunicação Integrada