



KPMG 2022 CEO Outlook: Brasil - *Compliance* e Governança

KPMG no Brasil

Fevereiro de 2023

kpmg.com.br/CEOoutlook



Nos últimos anos, tornou-se normal viver sob as incertezas. Sofremos com os efeitos colaterais dos eventos que afetaram o mundo todo e ainda deveremos senti-los por mais um tempo. A terceira lei de Newton prevê que toda ação gera uma reação; de igual modo, observamos a capacidade da sociedade civil e dos negócios se organizarem e se adaptarem às circunstâncias que lhes foram impostas. A pandemia nos obrigou a repensar a forma como trabalhamos. O resultado disso foi que o modelo de trabalho anterior se tornou obsoleto; trata-se de um caminho sem volta. Mal superada a pandemia, uma guerra eclodiu na Europa, causando não apenas sofrimento e destruição local, mas impactando o mundo todo, com insegurança, elevação de preços e crise na distribuição de matéria-prima.

Mais uma vez, medidas mundiais inéditas foram tomadas – desta vez, para combater os efeitos da guerra.

O Brasil passa por um momento de forte tensão e polarização política, o que gera um clima de incerteza em toda a economia. Por esse motivo, caberá à sociedade e às organizações se adaptarem mais uma vez, para poderem lidar com mais esse cenário adverso.

O ano está começando. É hora de planejar os próximos meses, de aplicar as estratégias adequadas com base nas lições aprendidas em 2022 e de corrigir os erros do passado.

Pensando nisso, elencamos as principais tendências e estratégias que deverão ser consideradas nas agendas das organizações para o ano de 2023.





Transformação Digital

O estudo *KPMG CEO Outlook 2022* apontou que 88% dos CEOs brasileiros têm uma estratégia agressiva de investimento digital e 82% contam com um plano para enfrentar um eventual ataque de *ransomware*.

Diante dos desafios em se fazer negócios em um mundo cada vez mais digital, é importante que novas soluções tecnológicas sejam aplicadas também às linhas de defesa da

governança corporativa. Por isso, em 2023, investir em tecnologias e soluções digitais que otimizem os processos do *compliance* – por exemplo, na gestão de riscos e em políticas, treinamentos e canal de denúncias, bem como no relacionamento e na avaliação de fornecedores – será essencial para que os profissionais tenham disponibilidade para se dedicar ao que realmente importa.

Ter à disposição mecanismos que ajudem na análise de dados também proporcionará significativos ganhos na definição de estratégias preventivas para as organizações.





Conhecer melhor a cadeia produtiva

O mesmo estudo da KPMG apontou o monitoramento profundo da cadeia e a diversificação dos fornecedores como principais estratégias para a cadeia produtiva; esses itens foram apontados por 26% e 32% dos entrevistados, respectivamente.

Além disso, há uma tendência mundial, que tende a reverberar nos próximos anos, quanto ao avanço dos legisladores para que as organizações lidem de forma mais rigorosa com seus terceiros e com a cadeia produtiva. Ter um forte programa de conformidade da porta para dentro já não será o bastante; conhecer os terceiros e monitorá-los se tornará chave para o mundo dos negócios. Além disso, em muitos casos, será necessário educá-los e desenvolvê-los. Algumas perguntas que deverão ser realizadas à cadeia de fornecedores são:

- O que fazem? Como fazem? Com quem fazem?
- Quais são as práticas de direitos humanos em suas respectivas organizações?
- Onde obtêm suas matérias-primas?
- Qual é a posição da empresa sobre o trabalho infantil?
- São ambientalmente corretos?
- Têm controles adequados?

Em 1º de janeiro de 2023, a Lei Alemã de *Due Diligence* da Cadeia de Suprimentos entrou em vigor. Isso significa que todas as empresas com sede, principal local de negócios ou sede administrativa na Alemanha estarão obrigadas a cumprir direitos humanos fundamentais e certas disposições ambientais em suas cadeias de suprimentos. A Suíça, a Holanda e a União Europeia também têm rascunhos desse tipo de regulamentação. Não tardará até que a exigência seja adotada em nível mundial.



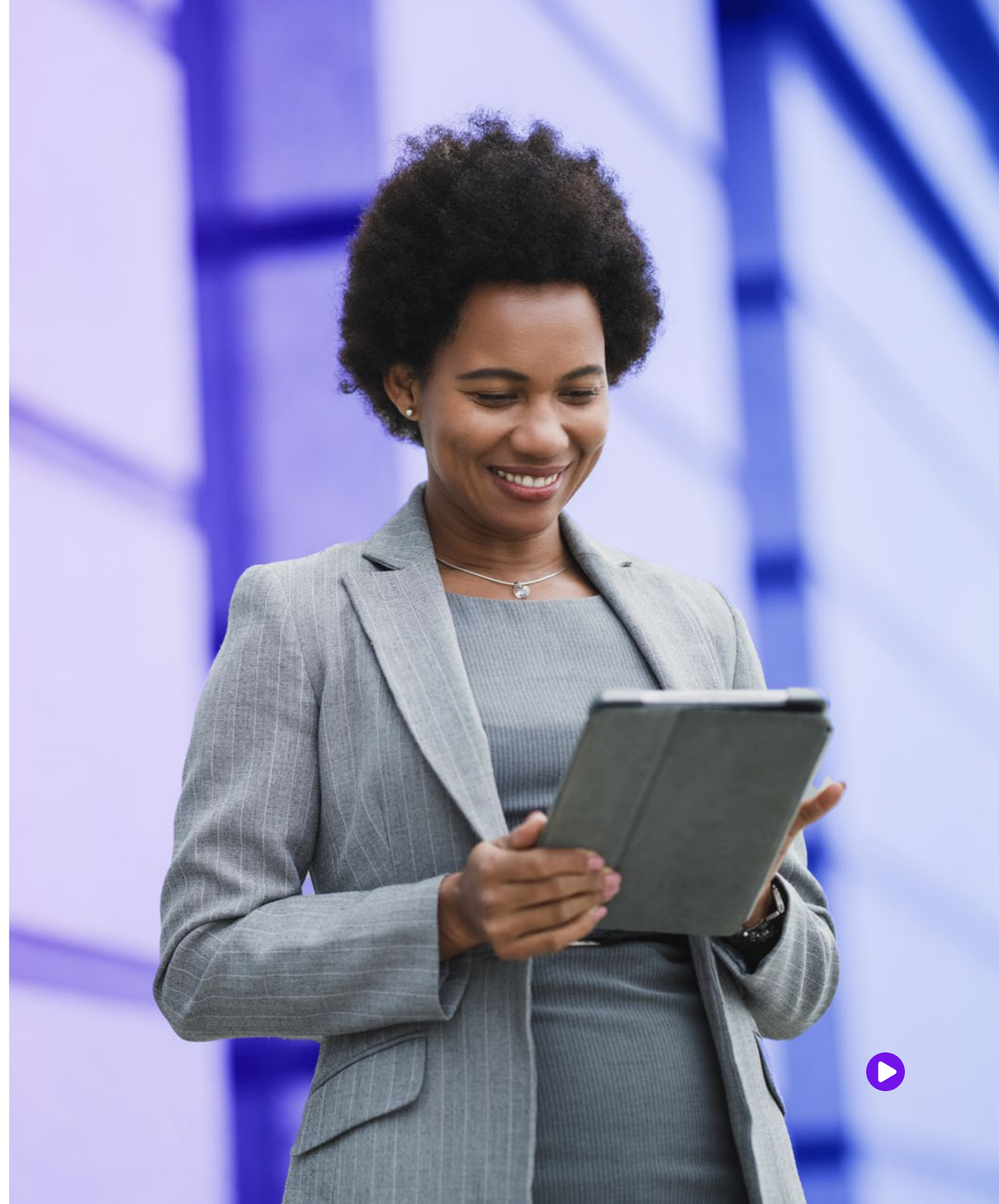
Incorporar o ESG ao Programa de Integridade

Na opinião de 74% dos CEOs, o público prefere empresas que enfrentam desafios coletivos como inclusão, diversidade, equidade, mudança climática e justiça social; 86% dos respondentes entendem que há uma demanda significativa dos *stakeholders* por mais relatórios e transparência sobre o tema.

As pressões em prol de pautas ESG vêm de todas as direções: clientes, parceiros, funcionários, investidores e sociedade como um todo anseiam pela implementação desses aspectos na governança. Por isso, ESG se tornou necessidade para a sobrevivência corporativa. Em resposta a essa nova realidade, foi promulgado o Decreto nº 11.129/2022, mais alinhado à maturidade do *compliance* atual, que vai além do combate e da prevenção aos ilícitos (como lavagem de dinheiro, fraudes

financeiras e contábeis e corrupção em geral) e passa a exigir maior amplitude nos aspectos relacionados à ética e à integridade corporativa, aumentando assim o escopo dos programas de *compliance*.

Também merece ser ressaltada a importância da Lei nº 14.457/2022, que, a partir de março, obrigará empresas que tenham Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (CIPA) a criar mecanismos de recebimento e acompanhamento de denúncias, bem como, instituir meios de apurar fatos e aplicar sanções em casos de assédio sexual ou outras formas de violência no trabalho. As empresas também deverão realizar treinamentos de orientação, conscientização e sensibilização para todos os funcionários.





Conclusão

Executivos e *compliance officers* deverão, em 2023, olhar com bastante atenção para o cliente, que está cada vez mais consciente sobre seu consumo. Isso vale para todos os mercados – isto é, negócios B2B, B2C e B2G. É cada vez menor o número de pessoas dispostas a expor seu trabalho ou sua vida a práticas consideradas inadequadas. O consumidor passou a observar se as práticas trabalhistas das organizações respeitam os direitos humanos e/ou se seus processos produtivos são sustentáveis, com redução da utilização de recursos naturais e minimização dos impactos ambientais.

Divulgar os resultados em ESG, alinhando-os a toda uma prática ética e de integridade, prevenirá que casos de *greenwashing* ocorram. O mercado não aceita mais a existência de “dados maquiados” e qualquer tentativa neste sentido poderá ser um “tiro no pé” para as empresas que exageram – e até mentem – sobre suas conquistas. Ao *compliance*, compete criar mecanismos que previnam que comunicações e divulgações ilegítimas aconteçam. Outro ponto a ser considerado é a necessidade de reavaliar riscos e de atualizar os processos e controles a essa nova realidade, reforçando políticas que garantam a sustentabilidade e perenidade dos negócios.



Fale com nosso time

Emerson Melo

Sócio-líder da prática de Forensic & Litigation da KPMG no Brasil e colíder na América do Sul

emersonmelo@kpmg.com.br

Raphael Soré

Sócio da prática de Forensic & Litigation da KPMG no Brasil

rsore@kpmg.com.br

© 2023 KPMG Auditores Independentes Ltda., uma sociedade simples brasileira, de responsabilidade limitada e firma-membro da organização global KPMG de firmas-membro independentes licenciadas da KPMG International Limited, uma empresa inglesa privada de responsabilidade limitada. Todos os direitos reservados.

O nome KPMG e o seu logotipo são marcas utilizadas sob licença pelas firmas-membro independentes da organização global KPMG.

Todas as informações apresentadas neste documento são de natureza genérica e não têm por finalidade abordar as circunstâncias de um indivíduo ou entidade específicos. Embora tenhamos nos empenhado em prestar informações precisas e atualizadas, não há nenhuma garantia sobre a exatidão das informações na data em que forem recebidas ou em tempo futuro. Essas informações não devem servir de base para se empreender ação alguma sem orientação profissional qualificada e adequada, precedida de um exame minucioso da situação concreta.

