

Artigos - 05/11/2013 - 15h42

Compliance Ambiental: Antecipe o problema

Recentemente, produtores de grãos e madeira precisaram regularizar suas atividades conforme a legislação ambiental. As certificações e a conformidade com normas e condutas são cada vez mais exigidas em contratos com multinacionais, assim como consideradas ferramentas de competitividade: é hora de implantar o compliance. A expressão teve nascimento nas instituições financeiras com a criação do Banco Central Americano, em 1913. Foi criada visando incentivar um sistema mais seguro e estável, menos suscetível às naturais turbulências de mercado.

Estar em conformidade (compliance) significa dizer que a empresa cumpre toda a legislação local, além do código de conduta interno. No Brasil, o compliance na governança corporativa tem sido mais utilizado na captação de recursos, sucessão, fusões ou aquisições. Mesmo assim, é crescente o número de empresas que trata o assunto como estratégia. Compliance é o conjunto de disciplinas e métodos voltados ao cumprimento de normas legais e regulamentações. Tais mecanismos buscam detectar, evitar e tratar qualquer desvio ou inconformidade, inclusive para além da corporação, na relação contratual com terceiros e parceiros de negócios.

Daí surge a relevância do compliance, do ponto de vista ambiental. Para cada segmento produtivo há dezenas de leis ambientais aplicáveis, diferentes entre si. Alguns exigem a interpretação de muitas portarias e resoluções. Outros, além da licença, a outorga da União ou anuência de agências reguladoras.

Nessa colcha-de-retalhos de leis, portarias, normas e obrigações, torna-se cada vez mais difícil para as empresas controlar toda a cadeia de produção. Na contramão do setor do varejo, por exemplo, existem dois fatores particularmente desafiadores no Brasil: o primeiro é um número cada vez maior de consumidores bem instruídos e conscientes de seus direitos, os chamados consumidores-cidadãos, que buscam informação clara sobre os produtos, como a origem e qualidade. O segundo é o próprio art. 6º do Código de Defesa do Consumidor, pois ele garante que dados completos são direitos básicos dos clientes.

Se ocorrem danos ambientais na cadeia produtiva, surge outra enorme preocupação: o zelo pela marca empresarial. Ela representa o maior ativo de boa parte das corporações com capital aberto, especialmente aquelas voltadas ao consumo de massa com forte apelo na mídia. Nestes casos, as ferramentas de compliance como estratégia de prevenção farão toda a diferença, tanto para evitar quanto para gerir crises e possíveis prejuízos. O objetivo é possibilitar que a empresa se antecipe, identificando em tempo as fragilidades. Avaliar lacunas respectivas ao meio ambiente e legislação, passivos, fraudes e riscos, contornando-os e planejar a minimização de impactos financeiros e institucionais.

O compliance na gestão ambiental das empresas é também um importante instrumento de adequação em uma nova era da competitividade, diante de um mercado cada vez mais acirrado e exigente. Conhecer de perto o verdadeiro tamanho do problema, ou antecipar-se frente a ele,

aumenta em muito as chances de adotar estratégias acertadas para a prevenção de danos ambientais e a resolução mais imediata de crises.

*Cristiano de Souza Lima Pacheco – advogado da Stifelman Advogados, Mestre em Direito Ambiental e membro da Plataforma Ambiental da France Nature Environnement – FNE (França).