



ISSN on-line: 2238-4170
<http://periodicos.estacio.br/index.php/gestaocontemporanea>
Gestão Contemporânea, Vila Velha, v.10, n.1, p. 146-168, dez. 2020.

ARTIGO ORIGINAL

COMPLIANCE DAS EMPRESAS BRASILEIRAS: CARACTERÍSTICAS DOS CANAIS DE DENÚNCIA

ORIGINAL ARTICLE

COMPLIANCE OF THE BRAZILIAN COMPANIES: CHARACTERISTICS OF REPORTING CHANNELS

Marina Souza Sebastião¹

Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, Florianópolis/SC – Brasil

José Alonso Borba²

Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, Florianópolis/SC – Brasil

Resumo

O objetivo desta pesquisa é verificar as características dos canais de denúncia das empresas brasileiras de capital aberto pertencentes ao Novo Mercado. Foi verificado se as companhias da amostra possuem canais de denúncia e as características desse mecanismo em cada empresa. A pesquisa classifica-se como quantitativa. Foram analisadas as empresas de capital aberto brasileiras do Novo Mercado em 2020. A amostra de pesquisa foi composta por 142 companhias. Os resultados demonstram que a maioria das empresas possui canal de denúncias. Esses canais são em sua maioria operados por empresas independentes que garantem o anonimato. A estrutura operacional dos canais mais comum é por meio de telefone e formulário no *site*. Os nomes mais comuns que os canais recebem utilizam a palavra denúncia. A área responsável por apurar as denúncias na maioria da amostra é o comitê de ética, comitê de conduta, área de *compliance*, auditoria interna ou conselho administrativo.

Palavras-chave: Canal de denúncia. *Compliance*. *Whistleblowing*.

Abstract

The objective of this research is to verify the characteristics of the whistleblowing channels of publicly traded Brazilian companies belonging to the Novo Mercado. It was verified whether the sample companies have reporting channels and the characteristics of this mechanism in each company. The research is classified as quantitative. The publicly traded Brazilian companies of the Novo Mercado in 2020 were analyzed. The research sample was composed of 142 companies. The results show that most companies have a whistleblowing channel. These channels are mostly operated by independent companies that guarantee anonymity. The operational structure of the most common channels is by telephone and form on the website. The most common names that channels receive use the word denunciation. The area responsible for investigating complaints in the majority of the sample is the ethics committee, conduct committee, compliance area, internal audit or administrative board.

Keywords: report chanel. *Compliance*. *whistleblowing*.

¹ Mestranda em Contabilidade pela Universidade Federal de Santa Catarina, orientada pelo Prof. Dr. José Alonso Borba. Bacharela em Ciências Contábeis pela Universidade Federal de Santa Catarina (2017). E-mail: marina_mah15@hotmail.com

² Graduado em Ciências Contábeis, mestre em Contabilidade Gerencial pela FGV - Fundação Getúlio Vargas e doutor em Controladoria e Contabilidade pela USP - Universidade de São Paulo (2001). Fez pós-doutoramento na HEC - Hautes Études Commerciales de Montréal, Canadá e na Rutgers University, USA (2007-2009). E-mail: jalonsoborba@hotmail.com

1 INTRODUÇÃO

Escândalos corporativos estão presentes em organizações pelo mundo. Diversas fraudes bilionárias e históricas ficaram famosas como: nos EUA o caso XEROX em 2002 e a crise de 2008 resultado do escândalo das hipotecas e da atuação fraudulenta de bancos e instituições financeiras, o caso *Global Crossing*, em 2002, nas Bermudas e o caso Parmalat, em 2003, na Itália. No Brasil, veio a público, o escândalo de corrupção na Petrobrás, uma fraude que vem sendo investigada desde 2014 e foi batizada pela Polícia Federal como “Operação Lava-Jato” (CARNEIRO *et al.*, 2016).

Casos como estes fazem aumentar a pressão por responsabilidade corporativa. Nos Estados Unidos, após os escândalos da Enron (2001) e da WorldCom (2002), a Lei *Sarbanes-Oxley* foi implementada em 30 de julho de 2002. A premissa dessa lei é a boa governança corporativa. Mais conhecida como SOX, essa lei descreve as multas e termos de prisão para as práticas de fraudes contábeis, declara que as empresas devem estabelecer meios de recebimento de reclamações a respeito de preocupações que envolvam a contabilidade ou auditoria de maneira confidencial e anônima a lei também oferece proteção ao denunciante contra retaliações (HASSINK; VRIES; BOLLEN, 2007).

No Brasil a Lei n.º 12.846/2013, conhecida como lei anticorrupção, dispõe entre outras coisas, sobre a prática fraudulenta praticada por pessoas jurídicas contra a administração pública nacional e estrangeira. Essa lei criou o Cadastro Nacional de Empresas Punidas (CNEP). O CNEP deve conter, entre outras, as seguintes informações acerca das sanções aplicadas: razão social e número de CNPJ, tipo de sanção e a data de aplicação e a data final da vigência do efeito limitador ou impeditivo da sanção, quando for o caso. Com isso, as organizações passaram a empregar maior atenção para implantação de instrumentos que gerem maior segurança às empresas no alcance de seus objetivos, como programas de auditoria e de *compliance* (SILVA; MELO; SOUSA, 2016).

A governança corporativa pode ser entendida como um conjunto de princípios e práticas que regem o sistema de poder e os mecanismos de gestão das empresas (ROSSETTI; ANDRADE, 2014). Os quatro princípios da boa governança corporativa são, segundo Rossetti e Andrade (2014), compliance, accountability, disclosure e fairness. De acordo com os autores, a boa governança corporativa, visa a maximização da riqueza dos proprietários e o atendimento dos direitos de outras partes interessadas (*stakeholders*), minimizando oportunidades conflitantes.

Os agentes de governança têm responsabilidade em assegurar que toda a organização esteja em conformidade com os seus princípios e valores, bem como com as leis e os dispositivos regulatórios a que esteja submetida e a efetividade desse processo constitui o sistema de conformidade (*compliance*) da organização (IBGC, 2015).

Uma das ferramentas para estar em *compliance* é a utilização de canais de denúncia. Pesquisa KPMG (2009) demonstra que as fraudes corporativas são descobertas por meio de informações anônimas (21%), informações de terceiros (22%) e informações de funcionários (24%). Assim essa pesquisa demonstra que aproximadamente 67% das fraudes são detectadas por meio de algum tipo de denúncia. Outra pesquisa da PWC (2018) evidenciou que a cultura corporativa que engloba sistema formal de denúncia, delações internas e externas são responsáveis pela detecção de 27% das fraudes globais. A mesma pesquisa relata que no Brasil essa cultura detecta em torno de 30% das fraudes.

De acordo com Relatório da ACFE (2006) empresas com linhas diretas de fraudes ou algum outro mecanismo de denúncia anônimo apresentaram metade do valor de perdas com fraudes em comparação com empresas que não possuíam nenhum tipo de canal para denúncia. Isso porque, conforme sugere o relatório é muito mais provável que irregularidades sejam detectadas através de denúncias do que por qualquer outro meio.

Deste modo, levantou-se o seguinte problema de pesquisa: Quais as características dos canais de denúncia de empresas brasileiras de capital aberto pertencentes ao Novo Mercado? Esse trabalho objetiva verificar as características

dos canais de denúncia de empresas brasileiras de capital aberto pertencentes ao Novo Mercado.

No Brasil, a literatura se concentrou principalmente na importância dos canais de denúncia para as empresas relativos a resultados, mas estudos que avaliam as características dos canais de denúncia existentes não são abundantes, essa pesquisa avança nessa temática, busca verificar a existência de canais de denúncia nas empresas de capital aberto brasileiras pertencentes ao Novo Mercado e ainda busca descrever as características destes canais de denúncia. Contribuindo desta forma para o preenchimento dessa lacuna.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 GOVERNANÇA CORPORATIVA

Governança corporativa é definida como "um conjunto de práticas que têm por finalidade otimizar o desempenho de uma companhia, protegendo investidores, empregados e credores, facilitando, assim, o acesso ao capital" (SILVA, 2012, p. 27). Assim sendo, as práticas de governança corporativa refletem no desempenho da companhia.

A Bolsa de Valores do Brasil chamada B3, definiu critérios para listagens diferenciadas das companhias de acordo com as práticas de governança adotadas. Estabeleceu-se quatro mercados, sendo eles: tradicional para as companhias que seguem as regras de listagem definidas por lei, nível 1 e nível 2 de governança corporativa e Novo Mercado. Sendo os três últimos formado pelas companhias com requisitos que superam as exigências regulatórias oficiais (ROSSETTI; ANDRADE, 2014).

Sendo o Novo Mercado o segmento diferenciado de governança corporativa considerado o de mais alto padrão nos quesitos transparência e governança exigidos pelos investidores e considerando que a listagem no Novo Mercado implica a adoção de um conjunto de regras societárias que ampliam os direitos dos

acionistas, além da divulgação de políticas e existência de estruturas de fiscalização e controle, considerou-se relevante a escolha deste segmento para compor a amostra de pesquisa.

Conforme Lee e Fargher (2012) verificaram, um ambiente ético e com melhor governança corporativa tende a influenciar para que a companhia apoie e aplique políticas de maior divulgação de meios de denúncia. Dessa forma, espera-se que as empresas do Novo Mercado utilizem canais de denúncia como um mecanismo de *compliance*.

2.2 COMPLIANCE E CANAL DE DENÚNCIAS

Um dos pilares da boa governança corporativa é estar em *compliance*. Para estar em conformidade (*compliance*), segundo o IBGC (2015) a organização deve refletir sobre sua identidade e elaborar um código de conduta sobre o qual se desenvolverá o sistema de *compliance*. Os agentes de governança devem “assegurar que toda a organização esteja em conformidade com os seus princípios e valores, refletidos em políticas, procedimentos e normas internas, e com as leis e os dispositivos regulatórios a que esteja submetida” (IBGC, 2015, p. 91).

Estar em *compliance* tem um custo para a empresa (custo de manutenção, custo de não conformidade e custo de governança), mas também tem benefícios (minimização de riscos, maior eficiência e eficácia). Vale ressaltar que a conformidade não é meramente o cumprimento dos requisitos legais, pois isso não é mais suficiente para uma corporação que pretende ser respeitada publicamente. O lado legal da conformidade precisa ser complementado por elementos éticos (OLDENDORF, 2007).

Para contribuir com este processo de *compliance* é relevante a existência de canais de denúncia anônima que possibilitem a denúncia de ações antiéticas, fraudes contábeis, corrupção, roubo, lavagem de dinheiro, suborno, entre outras situações que estejam em desacordo com as condutas adotadas pela empresa estabelecidas no código de conduta e ética ou também ações que estejam em desacordo com a legislação vigente.

Nesse contexto, a SOX incentiva que as companhias possuam canais de denúncia anônimos. Segundo o IBGC (2015, p. 95):

O canal de denúncias, previsto e regulamentado no código de conduta da organização, é instrumento relevante para acolher opiniões, críticas, reclamações e denúncias, contribuindo para o combate a fraudes e corrupção e para a efetividade e transparência na comunicação e no relacionamento da organização com as partes interessadas.

Percebe-se que os canais de denúncia são instrumentos de governança corporativa com papel importante dentro das companhias. Pois eles possibilitam a efetivação de denúncias. Fora do Brasil as denúncias de ações antiéticas em empresas são estudadas e o termo *whistleblower* é utilizado para designar o denunciante. As autoras Near e Miceli (1985) definem *whistleblowing* (denúncia) como a divulgação por parte de membros ou ex-membros de uma organização, de práticas ilegais, imorais ou ilegítimas sob o controle de seus empregadores, de pessoas ou organizações que possam realizar ações.

A denúncia pode ser interna ou externa, a interna permite que a empresa corrija um erro anterior e evite suas consequências, incentivar esse tipo de denúncia pode trazer diversos benefícios, entre eles, aumentar a segurança e o bem-estar da organização, mostrar apoio ao código de ética, reduzir desperdícios, evitar reivindicações de danos e manter a boa vontade (MICELI; NEAR, 1994).

Os autores Carneiro et al. (2016) verificaram que existe uma preocupação no Brasil entre os profissionais de contabilidade com o combate a fraudes nas organizações. Fraudes contábeis são um exemplo de irregularidade que pode ser denunciada via canal de denúncia. Almeida e Alves (2015) analisaram como o profissional de contabilidade se posiciona em relação a dilemas morais, envolvendo atos ilícitos no exercício de sua atividade profissional, os autores identificaram que os profissionais de contabilidade se aproveitariam de uma eventual troca da empresa de auditoria, para efetuar ajustes que beneficiassem o resultado da companhia, e justificariam este procedimento, pelo fato de ser uma prática comum no mercado tentando transformar algo antiético em algo aceitável.

As pesquisas de Fajardo e Cardoso (2014), Condé, Almeida e Quintal (2015) e Machado e Gartner (2017) também investigaram questões relacionadas as práticas de fraudes contábeis em organizações no Brasil e no exterior. Cella e Rech (2017) buscaram compreender o processo da fraude ocorrida na Petrobrás, inclusive apontam para a necessidade de mais estudos nesse aspecto.

Maragno e Borba (2017) numa discussão sobre mapa conceitual de fraudes encontraram 33 teorias relacionadas a fraudes das quais as mais citadas foram: *Agency Theory* de Berle e Mean (1932) e Jensen e Meckling (1976); e a *Theory of White-collar crime* de Sutherland (1940); em segundo a *General Theory of crime* de Gottfredson e Hirschi (1990); na sequência *Strain Theory* de Merton (1938); a *Cognitive Dissonance Theory* de Festinger (1957) e a *Neutralization* de Sykes e Matza (1957). Nesse contexto, Johansson e Carey (2015) verificaram que a presença de canais de denúncia anônimos se mostra eficaz na detecção de fraudes em empresas. Com isso, considerou-se relevante verificar a presença de canais de denúncia nas companhias pertencentes ao Novo Mercado e as características destes canais em cada companhia.

2.3 ESTUDOS SEMELHANTES

Neste tópico estão apresentados alguns estudos anteriores relacionados ao tema tratado na presente pesquisa. As pesquisas anteriores foram levantadas na base *Scientific Periodicals Electronic Library* (SPELL), no Google Acadêmico e no *Journal of Business Ethics*. As palavras-chave utilizadas na busca foram: canal de denúncia, *channel whistleblower* e *anonymous reporting channel*. Foram encontrados sete artigos semelhantes. O Quadro 1 demonstra os artigos científicos levantados.

Quadro 1: Pesquisas Semelhantes

Autores	Objetivos	Resultados
Kaplan e Schultz (2007)	Fornecer evidência sobre as intenções de relatar à canais de denúncia específicos quando vários tipos de canais estão disponíveis.	A existência de um canal anônimo reduz a probabilidade de relatar uma denúncia em comparação com canais de denúncia não-anônimos.
Calderón-Cuadrado <i>et al.</i> (2009)	Explora as características e o grau de implementação das linhas diretas de ética em empresas transnacionais, que permitem que os funcionários apresentem alegações de irregularidades e dilemas éticos.	Aumento na implementação de procedimentos, particularmente entre as empresas norte-americanas. Essas fornecem aos funcionários mais sistemas para relatar alegações e níveis mais altos de proteção aos funcionários do que as empresas europeias.
Lee e Fargher (2012)	Examinar as divulgações feitas de uma política de denúncias, o estabelecimento de um canal de denúncia e os fatores associados a essas divulgações.	Maior probabilidade de oferecer canais de denúncia quando as empresas são maiores em tamanho, têm um nível mais alto de ativo corrente, listadas nos EUA, quando permitem denúncias anônimas e quando as empresas apoiam a denúncia.
Gao, Greenberg e Wong-on-wing (2014)	Examinar as intenções dos funcionários de nível inferior na organização de realizar denúncias com a existência de um canal de denúncia anônimo e independente ou com canal de denúncia administrado pela própria empresa.	Sugerem que as intenções de denunciar são maiores quando o canal de denúncia é administrado por empresa externa a organização.
Johansson e Carey (2015)	Examinar se canais de denúncia anônimos são eficazes na detecção de fraudes em empresas da Austrália onde os canais de denúncia não são obrigatórios.	Apontam que os canais de denúncia anônimos são eficazes na detecção de fraudes.
Silva, Melo e Souza (2016)	Analisar se a disponibilização de canal de denúncia anônima afeta a intenção dos profissionais em comunicar problemas de <i>compliance</i> no cenário brasileiro.	Os resultados não indicaram diferenças estatisticamente significativas na intenção de denúncia quando da presença do canal anônimo.
Silva e Sousa (2017)	Analisar a influência da presença de canais de denúncia anônimos, operados internamente, na decisão dos colaboradores das organizações em comunicar casos de fraudes contábeis.	A presença de um canal de denúncia anônimo operado internamente aumenta a intenção dos colaboradores com vínculo efetivo em relatar uma fraude contábil. Contudo a propensão dos indivíduos com vínculo precário em denunciar não é afetada.

Fonte: Elaborado pelos autores.

Conforme demonstrado no Quadro 1, algumas pesquisas anteriores demonstram que a presença de canais de denúncia anônimos pode contribuir para o aumento das denúncias Gao, Greenberg e Wong-on-wing (2014) outras pesquisas sugerem que não existe essa relação Kaplan e Schultz (2007) e Silva, Melo e Souza (2016). Percebe-se, de acordo com os estudos anteriores, que além da presença de

canais de denúncia, as características desses canais também são relevantes para influenciar na decisão de denunciar.

3 METODOLOGIA

3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

Quanto à tipologia de delineamento, esta pesquisa classifica-se como descritiva. Quanto à abordagem do problema as pesquisas podem ser classificadas em qualitativas ou quantitativas, esta pesquisa se classifica como quantitativa. Quanto à obtenção dos dados, a fonte desta pesquisa é documental.

3.2 TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE PESQUISA

Primeiramente foi verificada a existência de canais de denúncia nas companhias da amostra de pesquisa, posteriormente foram verificadas as características desses canais. O Quadro 2 apresenta a lista de verificação aplicada aos canais de denúncia.

Quadro 2: Lista de verificação aplicada aos canais de denúncia

Quanto aos canais de denúncia verificar:
a) É operado por empresa independente?
b) A denúncia pode ser anônima?
c) Como é estruturado o canal: por formulário no <i>site</i> , e-mail ou telefone?
d) Como é chamado o canal?
e) Quem é responsável por apurar as denúncias?
f) É possível anexar arquivos na denúncia?
g) É possível acompanhar a denúncia?
h) É possível retificar ou cancelar a denúncia?
i) Possui linguagem de libras no canal?

Fonte: Elaborado pelos autores.

Conforme é possível verificar na Quadro 2, a Lista de verificação utilizada para análise das características dos canais de denúncia da amostra de pesquisa contém 9 itens.

3.3 PROCEDIMENTOS DE PESQUISA

Foram analisados os sites de cada empresa da amostra. No total foram visitados 142 sites. Buscou-se a existência de canal de denúncia nos sites das empresas, primeiramente na página principal, posteriormente nas abas disponíveis, em seguida pesquisou-se na barra de pesquisa pelas palavras: canal, canais, denúncia, ética, conduta, comunicação e violação. A Figura 1 exemplifica o processo da busca dos canais de denúncia no site de cada empresa:

Figura 1: Canal de denúncia na página da empresa



Fonte: <https://www.canaldeetica.com.br/arezzoco/>

Nos casos em que os canais de denúncia não foram encontrados diretamente no *site* da companhia através do procedimento exemplificado na Figura 1, verificou-se nos códigos de conduta e ética de cada empresa. Nos códigos de conduta e ética procurou-se pelas mesmas palavras: canal, canais, denúncia, ética, conduta,

comunicação e violação. Nas empresas que apresentaram canais de denúncia verificou-se as características destes canais conforme lista de verificação apresentada no Quadro 2.

3.4 POPULAÇÃO E AMOSTRA DE PESQUISA

A população desta pesquisa é formada por todas as companhias de capital aberto brasileiras listadas na B3 no ano de 2020. Já a amostra de pesquisa é composta pelas 142 companhias de capital aberto brasileiras pertencentes ao nível diferenciado de governança corporativa Novo Mercado.

4 RESULTADOS

A Tabela 1 demonstra a quantidade de companhias da amostra de pesquisa que possuem canal de denúncias e a quantidade de companhias que não possuem canal de denúncias bem como a relação percentual em cada caso.

Tabela 1 - Companhias da amostra que possuem canais de denúncia

Resultados encontrados na amostra	Quantidade	Percentual
Possuem canal de denúncia	123	87%
Não possuem canal de denúncia	19	13%
Total	142	100%

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa.

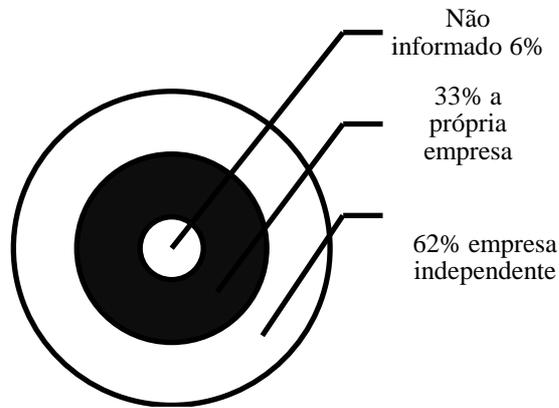
De acordo com a Tabela 1, a maioria das empresas do Novo Mercado possui canal de denúncias (87%), este resultado corrobora com o estudo de Lee e Fargher (2012) no qual identificaram que uma melhor governança corporativa tendia a uma melhor política de apoio a denúncias na empresa e conseqüentemente uma melhora nos sistemas de denúncias disponíveis.

4.1 APURAÇÃO DA DENÚNCIA

Na Figura 2 é apresentado o percentual de canais de denúncia operados por empresa independente, o percentual de canais operados pela própria empresa e

ainda o percentual de empresas que não informaram quem opera o canal de denúncia.

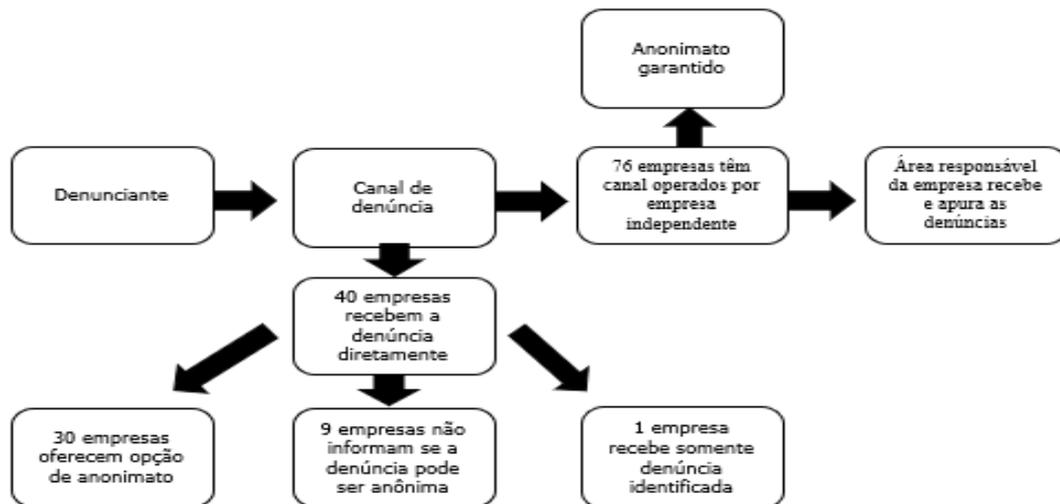
Figura 2 – Quem opera o canal de denúncia



Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa.

Conforme demonstrado na Figura 2, 76 canais de denúncia (cerca de 62%), são operados por uma empresa independente, 40 empresas informaram que elas próprias operam o canal de denúncias, esses canais operados internamente totalizam cerca de 33%, 7 empresas, cerca de 6% não informou quem opera o canal. Na Figura 3 é possível compreender como funciona o processo de apuração da denúncia nos casos em que o canal é operado por empresa independente e quando é operado internamente pela própria empresa.

Figura 3 – Processo da denúncia em canal operado por empresa independente x operado pela própria empresa:



Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa.

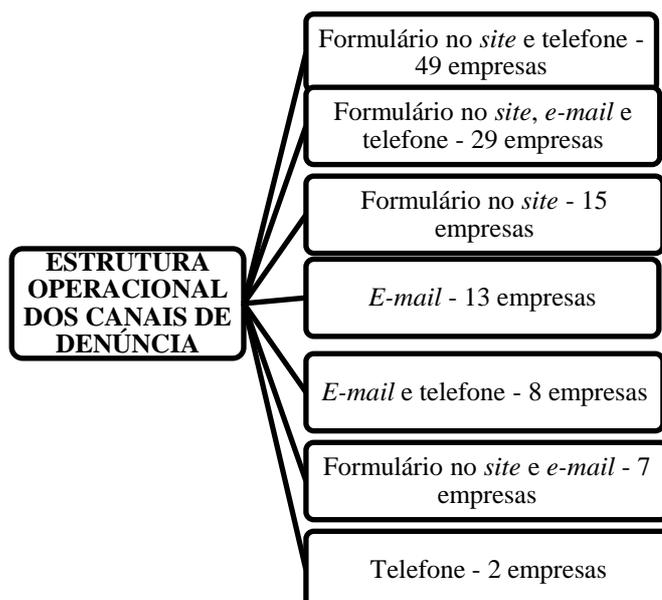
A Figura 3 demonstra que nas empresas onde o canal de denúncia é operado por empresa independente a opção de anonimato é garantida em 100% dos casos. Nesses canais, o denunciante escolhe se deseja se identificar ou não. Essa é uma característica importante, pois segundo Johansson e Carey (2015), os canais anônimos são eficazes na detecção de fraudes. Além disso, os resultados de Gao, Greenberg e Wong-on-wing (2014) sugerem que com canais operados por empresas independentes aumenta a intensão de denunciar.

Silva e Souza (2017) indicam que a presença de um canal de denúncia anônimo operado pela própria empresa aumenta a intenção dos colaboradores com vínculo efetivo em relatar uma fraude contábil. Nos 40 canais de denúncia operados pela própria empresa, o anonimato é uma opção em 30 canais, 9 canais não informam se é possível fazer uma denúncia anônima e 1 canal exige que o denunciante se identifique.

4.2 ESTRUTURA DO CANAL DE DENÚNCIA

A Figura 4 mostra como os canais de denúncia são operacionalizados, via formulário no site, via e-mail ou via telefone.

Figura 4 – Estrutura operacional dos canais de denúncia da amostra.



Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa.

Conforme Figura 4, existem basicamente 7 estruturas diferentes de operacionalização do canal de denúncias. A estrutura mais comum, representando cerca de 40% dos canais analisados, foi a estrutura que permite denúncia através de formulário no site e através de telefone. Destas 49 empresas, uma informou aceitar denúncia por correspondência física também, nesse caso a correspondência deve ser encaminhada diretamente ao Comitê de Ética da empresa.

Esses resultados mostram como as empresas fazem uso da tecnologia na implementação de seus canais, na pesquisa de Calderón-Cuadrado et al. (2009) as empresas faziam em sua maior parte uso de meios de comunicação tradicional como telefone e correio, essa pesquisa demonstra que essa forma de comunicação ainda está sendo utilizado hoje, mas juntamente com outras possibilidades como e-mails e preenchimento de formulários no site. Apenas duas empresas utilizam apenas o telefone como meio de recebimento de denúncias.

A segunda estrutura mais utilizada é através de formulário no site, e-mail e telefone, cerca de 23 % dos canais da amostra utilizam esta estrutura. Destas 29 empresas, 8 informaram aceitar denúncia por correspondência física também. Apenas uma empresa informou aceitar denúncia via WhatsApp e outra empresa informou aceitar denúncia via fax também.

A terceira estrutura mais comum de canal de denúncias é através de formulário no site apenas. Cerca de 12% dos canais analisados utilizam esta estrutura. A quarta estrutura mais comum utilizada por aproximadamente 11% dos canais é através de e-mail apenas, 14 empresas empregam essa estrutura, dessas empresas, 1 informou aceitar denúncias por correspondência física também. A quinta estrutura mais comum é através de e-mail e telefone, cerca de 6% dos canais analisados opera dessa forma e através de formulário no site e e-mail, cerca de 6% dos canais da amostra utilizam esses meios de denúncia também. E a estrutura menos utilizada é a denúncia apenas por telefone cerca de 2%.

4.3 NOMEAÇÃO DO CANAL DE DENÚNCIAS

A tabela 2 apresenta os principais nomes que as empresas usam para designar os canais de denúncia.

Tabela 2 - Como são chamados os canais de denúncia nas companhias da amostra

Nome do canal	Variações	Quantidade	Percentual
Canal de denúncia	canal de denúncia de ilícitos, denúncias e manifestações, denúncia ética, canal de denúncias;	34	28%
Canal de ética	canal de ética e integridade, linha ética, disk ética, canal de linha ética, caixa de ética, canal de ética corporativa, conversa ética;	31	25%
Canal confidencial	portal confidencial	25	20%
Outros nomes	disk alerta, canal de integridade, canal de transparência, canal de manifestação, registro anônimo, área de conformidade;	16	14%
Ouvidoria	canal de ouvidoria, ouvidoria externa;	9	7%
Conduta	canal de conduta, relatar desvio de conduta;	4	3%
Canal de comunicação	canal de comunicação;	4	3%
	Total	123	100%

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa.

Conforme a tabela 2 demonstra, 34 empresas utilizam a palavra “denúncia” na nomeação de seus canais de denúncia. Outras 31 empresas, utilizam a palavra

“ética”. Outras 25 empresas utilizam a palavra “confidencial”, 16 utilizam nomes diversos, 9 empresas informam que o canal de denúncias está contido na ouvidoria, 4 empresas utilizam a palavra “conduta” e outras 4 a palavra “comunicação”.

Essa é uma característica importante, Schultz et al. (1993) demonstram que a responsabilidade percebida é a variável mais influente em afetar positivamente a frequência de denúncias por gerentes e profissionais de nível médio. A empresa pode alterar a percepção de responsabilidade de seus funcionários, definindo seu grau de responsabilidade para relatar através, por exemplo, do nome que utiliza para se referir ao canal.

4.4 OPERACIONALIZAÇÃO DOS CANAIS DE DENÚNCIA

A pesquisa verificou que em algumas empresas da amostra os canais de denúncia são operados por empresa independente e em outras empresas quem opera o canal é a própria empresa (conforme demonstrado na Figura 2). Na situação de haver uma empresa independente operando o canal de denúncia, esta empresa independente recebe e analisa os dados da denúncia e em seguida encaminha para os responsáveis da empresa a qual o canal pertence, para devida averiguação dos relatos. A Tabela 3 apresenta quais são as áreas nas empresas responsáveis por apurar as denúncias realizadas.

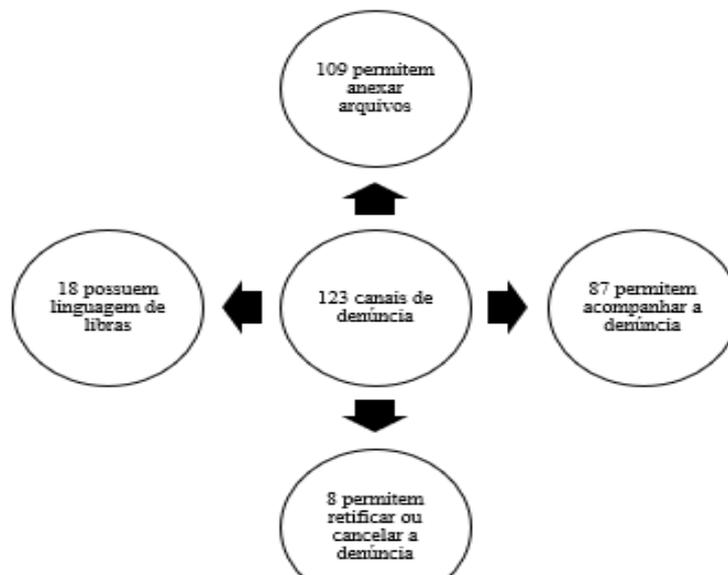
Tabela 3 - Quem tem acesso às denúncias nas companhias da amostra

Nome da área responsável	Quantidade	Percentual
Comitê de ética/conduta/compliance/auditoria interna ou conselho administrativo/ouvidoria	64	52%
A própria empresa, não especificado qual área	22	18%
Alta administração	12	10%
Comitê interno não especificado	11	9%
Não informado quem tem acesso	11	9%
Diretores	3	2%
Total	123	100%

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa.

De acordo com a Tabela 3, na maioria das empresas - em 64 delas (52%) quem apura as denúncias realizadas através do canal de denúncias é o comitê de ética, comitê de conduta, comitê de compliance, auditoria interna, conselho administrativo ou a ouvidoria. Em algumas empresas existe mais de um comitê responsável por essa função. Algumas empresas apenas informam que a denúncia será apurada pela própria empresa sem dizer ao certo qual a área, estas empresas totalizaram 22 (18%). Em outras empresas, aproximadamente 10% quem apura as denúncias é a Alta administração. Ainda em outras 11, quem apura a denúncia é um comitê interno não sendo especificado qual o comitê, ainda outras 11 empresas não mencionam quem irá apurar os relatos e 3 empresas afirmam que os diretores irão apurar os relatos, mas, não especificam quais as áreas desses diretores. Na Figura 5 são apresentadas outras características dos canais de denúncia da amostra.

Figura 5 – Processamento das denúncias



Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa.

A Figura 5 demonstra outras características importantes, cerca de 88% dos canais permitem que sejam anexados arquivos às denúncias, aproximadamente 71% permitem que a denúncia seja acompanhada depois, destes, 2 canais apenas permitem acompanhamento caso a denúncia seja identificada.

Outro aspecto que essa pesquisa analisou foi se depois de efetuar uma denúncia é possível retificar ou até mesmo cancelar a denúncia. Foi encontrado que apenas 6% dos canais permitem esse procedimento. E a Figura 5 ainda demonstra que cerca de 15% apenas possuem linguagem de libras, um mecanismo de inclusão social, vale destacar que 16 destes canais são operados pela mesma empresa independente e dois são operados internamente pela própria empresa.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve como objetivo verificar as características dos canais de denúncia de empresas brasileiras de capital aberto pertencentes ao Novo Mercado. Para tanto, realizou-se uma pesquisa descritiva, documental e com abordagem quantitativa em 142 empresas brasileiras de capital aberto, as quais pertencem ao Novo Mercado no ano de 2020.

Os resultados demonstram de forma geral que as empresas brasileiras do Novo Mercado tendem a estabelecer canais de denúncia como um mecanismo de *compliance*. As diversas diferenças dos tipos de canais de denúncia das empresas pesquisadas demonstram uma amplitude de características distintas. Isso evidencia a possibilidade de tipos e características de canais de denúncia que cada empresa pode escolher de acordo com os seus sistemas de controle e *compliance*.

Em relação aos resultados da pesquisa, constatou-se que 87% da amostra possui canal de denúncias. Quanto a estrutura dos canais de denúncia verificou-se que das 123 empresas da amostra que possuem canal de denúncias, em 76 empresas (62%) o canal é operado por empresa independente, em 40 empresas (32%) os canais são operados pela própria empresa e 2 empresas (2%) não informaram quem opera o canal de denúncias.

A pesquisa constatou que 100% dos canais operados por empresa independente garantem a opção de a denúncia ser anônima. Já nos canais operados pela própria empresa esse número cai para 75%. Também buscou-se

entender como os canais de denúncia são operacionalizados, a maioria dos canais, cerca de 40% funcionam através de formulário preenchido no próprio site e telefone.

A pesquisa constatou nomes consideravelmente variados para os canais. Sendo os mais comuns os que incluem a palavra “denúncia”, como por exemplo, canal de denúncia, bastante comuns também são os canais que incluem a palavra “ética” como, por exemplo, canal de ética, linha de ética, disk ética, caixa ética etc.

Tanto no canal operado internamente quanto o operado por empresa independente, a denúncia sempre é apurada por uma área específica da empresa. As áreas que ficam responsáveis por apurar a denúncia na maioria dos canais da amostra são: comitê de ética ou conduta, área de *compliance*, auditoria interna, conselho administrativo e ouvidoria. Em algumas empresas mais de uma área é designada para tal função.

Essa pesquisa também encontrou características sobre os canais a respeito de poder anexar arquivos na denúncia, onde 88% dos canais tem essa opção. A possibilidade de acompanhar o andamento da apuração de uma denúncia foi encontrada em 71% dos canais. A opção de retificar ou cancelar uma denúncia realizada foi encontrada em apenas 6% dos canais. Canais de denúncia com linguagem de libras formaram 15% do total de canais, a grande maioria operada pela mesma empresa independente.

Por fim, cabe salientar como limitações da presente pesquisa que os resultados e conclusões deste estudo limitam-se a amostra e período analisado, não podendo ser generalizados para outras empresas ou períodos distintos. Com base no estudo realizado sugere-se como proposta para pesquisa futura a investigação de canais de denúncia em outros segmentos de governança corporativa a fim de obter-se maior entendimento de como é utilizado este mecanismo de *compliance* em empresas brasileiras.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Sidmar Roberto Vieira; ALVES, Francisco José dos Santos. Testando o Triângulo de Cressey no contexto da convergência às Normas Internacionais de

Contabilidade: um estudo empírico sobre comportamento ético de profissionais de Contabilidade. **Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria**, Santa Maria, v. 8, n. 8, p.282-297, abr. 2015. Trimestral. Disponível em: <<https://periodicos.ufsm.br/reaufsm/article/view/10893>>. Acesso em: 24 fev. 2020.

ACFE - Association of Certified Fraud Examiners. **Relatório à Nação sobre Fraude e Abuso Ocupacional**. Austin, TX. 2006.

BRASIL. **Lei n.º 12.846**, de 01 de agosto de 2013. Dispõe sobre a responsabilização administrativa e civil de pessoas jurídicas pela prática de atos contra a administração pública, nacional ou estrangeira, e dá outras providências. Presidência da República. Casa Civil. Subchefia para Assuntos Jurídicos. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/lei/l12846.htm> Acesso em: 04 fev. 2020.

CALDERÓN-CUADRADO, Reyes; ÁLVAREZ-ARCE, José Luis; RODRÍGUEZ-TEJEDO, Isabel; SALVATIERRA, Stella. "Ethics Hotlines" in Transnational Companies: a comparative study. : A Comparative Study. **Journal of Business Ethics**, [s.l.], v. 88, n. 1, p. 199-210, ago. 2009. Springer Science and Business Media LLC. <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-009-0110-4>.

CARNEIRO, Ygor Firmo Fontenelle et al. Contabilidade Forense: a aplicação da atividade contábil investigativa e sua perspectiva futura no brasil. **Revista de Contabilidade do Mestrado em Ciências Contábeis da UERJ**, Rio de Janeiro, v. 21, n. 3, p. 56-73, set-dez. 2016. Quadrimestral. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/documentos/ver/44487/contabilidade-forense--a-aplicacao-da-atividade-contabil-investigativa-e-sua-perspectiva-futura-no-brasil>>. Acesso em: 10 jan. 2020.

CELLA, Ricardo Sartori; RECH, Ilírio José. Caso Petrobrás: A lei de Benford poderia detectar a fraude? **Revista de Gestão, Finanças e Contabilidade – UNEB**, Bahia, v. 7, n. 3, p.86-104, set. 2017. Quadrimestral. Disponível em: <<https://www.revistas.uneb.br/index.php/financ/issue/view/206>>. Acesso em: 29 mar. 2020.

CONDÉ, Robson Augusto Dainez; ALMEIDA, Carlos Otávio Ferreira de; QUINTAL, Renato Santiago. Fraude contábil: análise empírica à luz dos pressupostos teóricos do triângulo da fraude e dos escândalos corporativos. **Gestão & Regionalidade**, [s.l.], v. 31, n. 93, p.94-108, 26 nov. 2015. Quadrimestral. USCS Universidade Municipal de Sao Caetano do Sul. <http://dx.doi.org/10.13037/gr.vol31n93.2929>. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/documentos/ver/38604/fraude-contabil-analise-empirica-a-luz-dos-pessupostos-teoricos-do-triangulo-da-fraude-e-dos-escandalos-corporativos->>>. Acesso em: 30 jan. 2020.

FAJARDO, Bernardo de Abreu Guelber; CARDOSO, Ricardo Lopes. Faça o que eu digo, não faça o que eu faço: Como Aspectos individuais e relacionais influenciam as

denúncias de Fraudes Organizacionais. **Revista Contabilidade, Gestão e Governança**, Brasília, v. 17, n. 1, p.115-133, jan. 2014. Quadrimestral. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/documentos/ver/31900/faca-o-que-digo--nao-faca-o-que-eu-faco--como-aspectos-individuais-e-relacionais-influenciam-as-denuncias-de-fraudes-organizacionais>>. Acesso em: 30 jan. 2020.

GAO, Jingyu; GREENBERG, Robert; WONG-ON-WING, Bernard. Whistleblowing Intentions of Lower-Level Employees: The Effect of Reporting Channel, Bystanders, and Wrongdoer Power Status. **Journal Of Business Ethics**, [s.l.], v. 126, n. 1, p.85-99, 12 fev. 2014. Springer Science and Business Media LLC. <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-013-2008-4>. Disponível em: <<https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-013-2008-4>>. Acesso em: 10 jan. 2020.

HASSINK, Harold; VRIES, Meinderd de; BOLLEN, Laury. A Content Analysis of Whistleblowing Policies of Leading European Companies. **Journal of Business Ethics**, [s.l.], v. 75, n. 1, p. 25-44, 3 fev. 2007. Springer Science and Business Media LLC. <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-006-9236-9>.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GOVERNANÇA CORPORATIVA. **Código das melhores práticas de governança corporativa**. 5. ed. São Paulo. 2015. Disponível em: <<https://www.ibgc.org.br/userfiles/files/Publicacoes/Publicacao-IBGCCodigo-CodigodasMelhoresPraticasdeGC-5aEdicao.pdf>>. Acesso em: 04 jan. 2020.

JOHANSSON, Elka; CAREY, Peter. Detecting Fraud: The Role of the Anonymous Reporting Channel. **Journal Of Business Ethics**, [s.l.], v. 139, n. 2, p.391-409, 8 maio 2015. Springer Science and Business Media LLC. <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-015-2673-6>. Disponível em: <<https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-015-2673-6>>. Acesso em: 10 jan. 2020.

KAPLAN, Steven E.; SCHULTZ, Joseph J.. Intentions to Report Questionable Acts: An Examination of the Influence of Anonymous Reporting Channel, Internal Audit Quality, and Setting. **Journal of Business Ethics**, [s.l.], v. 71, n. 2, p.109-124, 25 jan. 2007. Springer Science and Business Media LLC. <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-006-0021-6>. Disponível em: <<https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-006-0021-6>>. Acesso em: 11 jan. 2020.

KPMG - **A Fraude no Brasil Relatório da Pesquisa**. Brasil, 2009.

LEE, Gladys; FARGHER, Neil. Companies' Use of Whistle-Blowing to Detect Fraud: An Examination of Corporate Whistle-Blowing Policies. **Journal of Business Ethics**, [s.l.], v. 114, n. 2, p.283-295, 19 maio 2012. Springer Science and Business Media LLC. <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-012-1348-9>. Disponível em: <<https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-012-1348-9>>. Acesso em: 11 jan. 2020.

MACHADO, Michele Rílany Rodrigues; GARTNER, Ivan Ricardo. Triângulo de fraudes de Cressey (1953) e teoria da agência: estudo aplicado a instituições bancárias brasileiras. **Revista Contemporânea de Contabilidade**, [s.l.], v. 14, n. 32, p.108-140, 31 ago. 2017. Quadrimestral. Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). <http://dx.doi.org/10.5007/2175-8069.2017v14n32p108>. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/contabilidade/article/view/2175-8069.2017v14n32p108>>. Acesso em: 30 jan. 2020.

MARAGNO, Lucas Martins Dias; BORBA, José Alonso. Mapa Conceitual da Fraude: configuração teórica e empírica dos estudos internacionais e oportunidades de pesquisas futuras. : Configuração Teórica e Empírica dos Estudos Internacionais e Oportunidades de Pesquisas Futuras. **Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade (repec)**, [s.l.], v. 11, p. 41-68, 7 dez. 2017. ABRACICON: Academia Brasileira de Ciências Contábeis. <http://dx.doi.org/10.17524/repec.v11i0.1665>.

NEAR, Janet P.; MICELI, Marcia P. Organizational Dissidence: The case of whistleblowing. **Journal of Business Ethics**, v. 4, n. 1, p.1-16, fev. 1985. Disponível em: <<https://link.springer.com/content/pdf/10.1007%2FBF00382668.pdf>>. Acesso em: 28 fev. 2020.

MICELI, Marcia P.; NEAR, Janet P.. Whistleblowing: reaping the benefits.: Reaping the benefits. **Academy of Management Perspectives**, [s.l.], v. 8, n. 3, p. 65-72, ago. 1994. Academy of Management. <http://dx.doi.org/10.5465/ame.1994.9503101177>.

OLDENDORF, Ina. Corporate compliance-benefit or burden? **Baltic Management Review**, v. 2, n. 1, p. 31–40. dez. 2007.

PWC - **Tirando as fraudes das sombras**: Pesquisa global sobre fraudes e crimes econômicos. Brasil, 2018.

ROSSETTI, José Paschoal; ANDRADE, Adriana. **Governança Corporativa: fundamentos, desenvolvimento e tendências**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

SCHULTZ, Joseph J.; JOHNSON, Douglas A.; MORRIS, Deigan; DYRNES, Sverre. An Investigation of the Reporting of Questionable Acts in an International Setting. **Journal of Accounting Research**, [s.l.], v. 31, p. 75-103, 1993. JSTOR. <http://dx.doi.org/10.2307/2491165>.

SILVA, Edson Cordeiro da. **Governança Corporativa nas Empresas: Guia Prático de Orientação para Acionistas, Investidores, Conselheiros de Administração e Fiscal, Auditores, Executivos, Gestores, Analistas de Mercado e Pesquisadores**. 3. ed. São Paulo: Atlas S.A., 2012.

SILVA, Gilson Rodrigues da; SOUSA, Rossana Guerra de. A influência do canal de denúncia anônima na detecção de fraudes contábeis em organizações. **Revista de Contabilidade e Organizações**, [s.l.], v. 11, n. 30, p.46-56, 29 set. 2017. Universidade de São Paulo Sistema Integrado de Bibliotecas - SIBiUSP.

<http://dx.doi.org/10.11606/rco.v11i30.134372>. Disponível em:
<<http://www.spell.org.br/documentos/ver/47172/a-influencia-do-canal-de-denuncia-anonima-na-deteccao-de-fraudes-contabeis-em-organizacoes>>. Acesso em: 10 jan. 2020.

SILVA, Gilson Rodrigues da; MELO, Hildegardo Pedro Araújo de; SOUSA, Rossana Guerra de. A Proteção do Anonimato e a Eficácia do *Compliance*: Um Estudo Experimental Sobre a Influência do Canal de Denúncia Anônima na Comunicação de Problemas de *Compliance* no Brasil. In: **XVI Congresso USP de Controladoria e Contabilidade**, 16., 2016, São Paulo. Disponível em:
<https://congressosp.fipecafi.org/anais/artigos162016/an_resumo.asp?con=1&cod_trabalho=50&titulo=A+Prote%EA7%E3o+do+Anonimato+e+a+Efic%EA1cia+do+Compliance%3A+Um+Estudo+Experimental+Sobre+a+Influ%EAncia+do+Can>. Acesso em: 12 jan. 2020.