



ESTRUTURAÇÃO DE COMPLIANCE COMO PREVENÇÃO JURÍDICA FRENTE AO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Pedro Guilherme Sousa Martins¹
Julio Carneiro da Cunha²

RESUMO

Objetivo: O estudo tem como objetivo propor um modelo de implementação de ações de compliance que possa prevenir problemas jurídicos nas relações com os consumidores, além de mitigar riscos legais e financeiros.

Método: A pesquisa apoia-se em uma revisão de literatura, examinando a intersecção teórica entre compliance, ética empresarial e direito do consumidor. Baseia-se em normas e legislações brasileiras, como o Código de Defesa do Consumidor, enfatizando a necessidade de uma abordagem orientada à efetivação do compliance nas organizações.

Resultados: O estudo destaca que práticas de compliance, alinhadas com a ética e sustentadas por uma cultura organizacional orientada ao controle, podem reduzir os riscos operacionais e legais. Revela-se também que o compliance não é apenas uma função de departamentos individuais, mas uma responsabilidade organizacional que exige comprometimento em todos os níveis da empresa.

Palavras chaves: Compliance; Código de Defesa do Consumidor; Risco; Ética; Prevenção Jurídica.

Artigo submetido em: 16 de maio. 2024

Aceito em: 29 de setembro. 2024

DOI: <https://doi.org/10.37497/revistacejur.v12i00.429>

¹ Formado pela Universidade Nove de Julho (2023). Experiência na área de Direito civil e trabalhista. 10/2021 - 12/2023: Foi aluno do Programa Educacional e Tutorial - PET. Foi estagiário da Defensoria Pública do Estado de São Paulo (Brasil). Email: pedroguilherme1411@gmail.com

² Doutorado em Administração pela Universidade de São Paulo (2011) e em Administração de Empresas pela Fundação Getulio Vargas (2011). É professor do Programa de Pós-Graduação em Administração (stricto-sensu / acadêmico) e do Programa de Pós-Graduação em Gestão de Projetos (stricto-sensu / profissional), ambos da Universidade Nove de Julho, São Paulo (Brasil). Email: juliocunha@yahoo.com Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-1435-055X>

STRUCTURING COMPLIANCE AS LEGAL PREVENTION IN LIGHT OF THE CONSUMER PROTECTION CODE

ABSTRACT

Objective: The study aims to propose a model for implementing compliance actions that can prevent legal issues in consumer relations, as well as mitigate legal and financial risks.

Methods: The research is based on a literature review, examining the theoretical intersection between compliance, business ethics, and consumer law. It relies on Brazilian norms and legislation, such as the Consumer Defense Code, emphasizing the need for an approach oriented towards the effective implementation of compliance within organizations.

Results: The study highlights that compliance practices, aligned with ethics and supported by an organizational culture oriented towards control, can reduce operational and legal risks. It also reveals that compliance is not merely a function of individual departments but an organizational responsibility that requires commitment at all levels of the company.

Keywords: Compliance; Consumer Defense Code; Risk; Ethics; Legal Prevention.

ESTRUCTURACIÓN DEL COMPLIANCE COMO PREVENCIÓN JURÍDICA FRENTE AL CÓDIGO DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

RESUMEN

Objetivo: El estudio tiene como objetivo proponer un modelo de implementación de acciones de cumplimiento que pueda prevenir problemas jurídicos en las relaciones con los consumidores, además de mitigar riesgos legales y financieros.

Metodología: La investigación se basa en una revisión de la literatura, examinando la intersección teórica entre el cumplimiento, la ética empresarial y el derecho del consumidor. Se fundamenta en normas y legislaciones brasileñas, como el Código de Defensa del Consumidor, enfatizando la necesidad de un enfoque orientado a la efectividad del cumplimiento en las organizaciones.

Resultados: El estudio destaca que las prácticas de cumplimiento, alineadas con la ética y sostenidas por una cultura organizacional orientada al control, pueden reducir los riesgos operacionales y legales. También se revela que el cumplimiento no es solo una función de departamentos individuales, sino una responsabilidad organizacional que exige compromiso en todos los niveles de la empresa.

Palabras clave: Cumplimiento normativo; Código de Defensa del Consumidor; Riesgo; Ética; Prevención Legal.

1. Introdução

Comumente nas organizações, os setores que se planejam e gerenciam questões de compliance são relacionados às funções financeiras. Entretanto, as ações de compliance vão além do aspecto financeiro, inclusive porque é necessário um acompanhamento técnico ao lado da execução das normas instituídas pelo programa organizacional de compliance. A junção entre mercado, legislação e comportamento ético é essencial para o funcionamento da empresa, pois o cumprimento desses três pilares é capaz de ajudar a construir confiança para a empresa (MONTEIRO, 2020).

Além disso, as funções de compliance vêm ganhando cada vez mais relevância e estão sendo vistas de forma estratégica pelas organizações, ampliando a visão de uma atividade de bastidores (TAYLOR, 2005). As competências ligadas às atividades de compliance deixam de ser individuais dos colaboradores e passam a ser consideradas no nível organizacional (EDWARDS; WOLFE, 2005). Para isso, deve existir uma cultura de combate ao risco e uma liderança organizacional que estimule a difusão e aprendizado dessas ações (ARAÚJO; CALLADO, 2022), considerando principalmente a existência de controles sociais informais (BUSSMANN; NIEMECZEK, 2019).

Esses valores morais constituintes da cultura organizacional são mais efetivos no combate à corrupção quando estão alinhados aos mecanismos de governança corporativa (BRITO et al., 2018); reforçando-se, assim, a responsabilidade das empresas em criar seus próprios mecanismos de “autoconstitucionalização” a partir de políticas internas e códigos de conduta empresariais para se prevenir problemas de má conduta (SAAD-DINIZ, 2014). Afinal, a avaliação de enfrentamento – a forma pela qual as pessoas lidam com ameaças e punições decorrentes de comportamentos não éticos – é decisiva na mediação dos mecanismos internos (como o código de conduta, treinamentos éticos e ações de suporte ao comportamento ético) em relação ao comportamento antiético em si (JANNAT et al., 2022).

A partir disso, passa a ser relevante para uma empresa profissionalizada o combate aos comportamentos oportunistas individualizados dentro da organização (PHAM; TRAN, 2020). Por isso, inclusive, a própria função social da empresa depende da sua capacidade em criar seus mecanismos de compliance e gestão de riscos (SOARES, 2019). Ou seja, é recomendável que uma organização desenvolva a preocupação em lidar com questões relacionadas ao compliance. Assim sendo, práticas de compliance que fortalecem a governança corporativa de uma empresa demonstram a maturidade da gestão de uma organização (GREGO; LAGO, 2021).

Isso se reforça quando, no atual cenário empresarial, há grande complexidade de eventos que influenciam nas ações e programas de compliance das empresas. Esses eventos podem ser desde sanitários, como foi o caso da COVID-19 (HU et al., 2021), como pode se relacionar à crescente conscientização dos consumidores que têm colocado as empresas em alerta sobre suas políticas a ações de compliance. Consumidores passam a ter o poder da reclamação, seja por defesa de seus direitos ou mesmo por comportamentos oportunistas (ALMEIDA et al., 2014). Por isso, é preciso que haja políticas de compliance que evitem que haja ações que coloquem a organização em risco.

Além disso, a era digital e a instantaneidade das informações ampliaram as possibilidades de interação e captura de informações, ao mesmo passo em que intensificaram as demandas por transparência e responsabilidade por parte das organizações. A integração de práticas de compliance em relação ao consumidor podem gerar cooperação e confiança no mercado para a empresa, além proporcionar vantagem competitiva (SIQUEIRA; MICHELETO, 2018) a partir dos benefícios obtidos no protagonismo na defesa ao consumidor (FLENIK, 2019). Isso se reforça ainda mais quando é um movimento legítimo, no qual os valores internos se refletem nas ações externas, para o mercado, da empresa (BANDEIRA et al., 2021). É, portanto, inegável que as relações comerciais são elementos-chave para as políticas e práticas de compliance nas organizações. Nesse contexto, a gestão de riscos relacionados às interações com os consumidores emerge como uma prioridade estratégica para as empresas, exigindo abordagens inovadoras e eficazes.

A compreensão profunda dos riscos inerentes às relações com o consumidor é fundamental para a sustentabilidade e o sucesso empresarial no longo prazo. Problemas decorrentes de falhas na relação com o consumidor não apenas comprometem a reputação e confiança na marca, mas também podem resultar em implicações legais e financeiras significativas. É nesse contexto que as práticas de compliance desempenham um papel relevante, fornecendo um arcabouço estruturado para mitigar riscos e promover a conformidade com normas e regulamentações.

Considerando então que as iniciativas de desenvolvimento de programas relacionados ao compliance e à ética nas empresas podem ter diferentes níveis de aprendizado – orientado ao conteúdo; orientado ao aprendizado; orientado à prática (HAUSER, 2020), o foco desse estudo está neste último nível. Isto é, considera-se que a busca efetiva pela construção de um ambiente organizacional focado em compliance precisa estar orientado pela prática. Diante

disso, o presente artigo propõe uma abordagem prática destinada a auxiliar os gestores na gestão eficaz dos riscos decorrentes de problemas nas relações com o consumidor, por meio da implementação de ações de compliance. Baseando-se em pesquisas recentes e nas melhores práticas do mercado, nosso objetivo é fornecer aos gestores um conjunto de apontamentos estratégicos que os capacitem a enfrentar os desafios emergentes, ao mesmo tempo, em que fortalecem a confiança e a lealdade do consumidor.

Para embasar nossas recomendações, exploram-se estudos que abordam a relação direta entre práticas de compliance sólidas e a redução significativa de riscos nas operações empresariais. Isto é, para se chegar aos objetivos desse trabalho, sustentou-se perspectiva legislativa e prática de prevenção de danos integrando o Direito do Consumidor e o compliance. Esse estudo tem foco na realidade brasileira de forma que a referência legislativa para esse estudo se embasa em normas e legislações do Brasil como o Código de Defesa do Consumidor, Código de Processo Civil, Código Civil e legislações nos quais instituíram os órgãos de defesa do consumidor.

Ao final deste artigo, espera-se que os gestores encontrem *insights* valiosos e aplicáveis, os quais podem ser incorporados em suas estratégias operacionais cotidianas. A implementação consciente de ações de compliance não apenas pode proteger as empresas de possíveis consequências adversas, mas também pode contribuir no fortalecimento de relações positivas e duradouras com os consumidores.

2. Discussões da integração teórica

O presente artigo versa sobre o compliance corporativo, tendo em fôco em análise de caso com consequências jurídicas, para que assim, cria-se uma estratégia de compliance e autorregulação para evitar situações de grandes prejuízos para imagem e patrimônio das empresas de todos os portes. Além, busca integralizar a literatura com a legislação e a jurisprudência brasileira para se atingir reflexões que não seriam possíveis olhando para cada temática isolada.

2.1 Instituições de auxílio à defesa dos direitos do consumidor

O primeiro ponto relevante a se considerar é a defesa do consumidor. Esta que é qualquer atividade do mercado do consumo que conta com remuneração e salvo as que é

decorrente de relações trabalhistas (CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR, 1990). Nessa sistemática, um agente relevante que emerge são as instituições de auxílio a defesa dos direitos do consumidor.

Um exemplo de destaque é o Reclame Aqui. Ao contrário do que se pensa, ele não é um site apenas de reclamações, é uma plataforma de pesquisa de reputação das empresas de qualquer ramo, segundo o próprio Reclame Aqui, 92% dos seus acessos não usam para realizar reclamações, mas unicamente para pesquisar a reputação da empresa antes de realizar a contratação do serviço ou compra de produto. (RECLAME AQUI, 2023). Isso porque a plataforma é uma empresa privada e, com base nas reclamações, são calculados os *scores* das empresas cadastradas baseando-se nos números de reclamações, tempo de resposta e o índice de solução amigável das reclamações cadastradas. Além disso, o controle de respostas nessa ferramenta fica sob responsabilidade da própria empresa.

A plataforma se torna, com isso, um palco para que o consumidor exponha um problema que afetou seus direitos como consumidor. É uma forma dos consumidores buscarem voz, justiça e inclusão sobre suas interações com as empresas (KOZINETS; FERREIRA; CHIMENTI, 2021), relatando seus depoimentos e frustrações nessa relação de compra e / ou consumo (SILVA, 2018). Esses relatos colocados na plataforma afetam diretamente a confiança da empresa com a sociedade e impactando no faturamento da empresa, pois o reclame aqui é utilizado como ferramenta pré-consumo, auxiliando também para tomada de decisão de contratar ou não o serviço.

Desta forma, o Reclame Aqui é uma plataforma para resolução de problemas relacionados ao direito consumerista que não se pauta no direito oficial, mas que traz para a sociedade brasileira uma solução criativa e não dogmática focada na resolução do problema (NASCIMENTO; BARBOSA, 2016). Por outro lado, do ponto de vista das empresas, uma boa atuação neste tipo de plataforma pode ser uma maneira de mostrar boas intenções e capacidade de resolver problemas ao mercado. Isso pode, eventualmente, favorecer os seus sistemas de reputação, especialmente em ambientes de e-commerce (CUNHA; CORRÊA; PASSADOR, 2008). Inclusive, essa construção de uma base de reputação da empresa é um dos serviços que o próprio Reclame Aqui oferece para as empresas (SELL; CORRÊA, 2018).

Além do apoio por meio destes serviços, é possível obter esses benefícios de lealdade e satisfação dos clientes a partir da atuação no Reclame Aqui. Para tal, sugere-se que a empresa possa atuar com algumas orientações, como ser compreensiva com o problema do seu cliente,

ter uma orientação para solução de problemas, ser ágil na resposta e atendimento ao cliente e detalhar suas ações para resolução de falha perante o cliente (RÍMOLI; MELO, 2018).

Outra plataforma relevante neste aspecto é o Consumidor.gov. Trata-se de uma ferramenta do Governo Federal que tem o principal objetivo intermediar um diálogo entre a empresa e o consumidor. Além de ser pré-processual é pre-processual administrativo, essa plataforma atua como uma instância antes mesmo dos órgãos de proteção (vide Procon). Ela atua como uma forma de desjudicializar eventuais conflitos entre consumidor e empresa (MAIOLINO; TIMM, 2020), amenizando a sobrecarga do serviço judiciário público (BESSA; TARTER, 2020) e democratizando o acesso e a facilidade do consumidor em buscar seus direitos consumeristas (MOZINI et al., 2023). É uma forma do consumidor que se sentir lesado buscar uma alternativa de atuação, mesmo estando indisposto a impaciente para enfrentar a burocracia e a fila para registro de uma queixa numa unidade física do Procon (ROCHA; MAIA, 2020).

Por sua vez, a empresa que tiver o cuidado em atender às reclamações do consumidor.gov pode evitar sanções mais graves, como, por exemplo, as multas previstas no art. 56 da lei n.º 8.078/90. É, portanto, uma plataforma que pode oferecer benefícios de conciliação válidos para ambas as partes envolvidas.

O serviço do consumidor.gov é um totalmente digital e tem seu índice de conciliação relativamente alto, com 80% das reclamações solucionadas amigavelmente. A ferramenta consumido.gov, normalmente, é terceirizada aos cuidados de escritórios de direito, os mesmos escritórios que cuidam de seus processos judiciais. Entretanto, muitas empresas não dão autonomia para conciliação, nem em valores para indenização ou para prestar a obrigação antes contraída.

Adicionalmente, vale ainda mencionar o Procon. Ele é o órgão municipal com foco de garantir a proteção do consumidor e garantir seus direitos atrelados às relações de consumo, por todo o país. A previsão do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC) está no artigo 105 da lei federal n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990. Regularizada por lei estadual n.º 9.192, visando elaborar e executar a política estadual de proteção e defesa do consumidor (LEI FEDERAL n.º 8.078.1990). O Procon tem legitimidade para impor sanções administrativas, que estão previstas no rol taxativo do artigo 56 da lei federal n.º 8.078/90 (CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR, 1990).

Art. 56. As infrações das normas de defesa do consumidor ficam sujeitas, conforme o caso, às seguintes sanções administrativas, sem prejuízo das de natureza civil, penal e das definidas em normas específicas:

I - Multa; II - apreensão do produto; III - inutilização do produto; IV - cassação do registro do produto junto ao órgão competente; V - proibição de fabricação do produto; VI - suspensão de fornecimento de produtos ou serviço; VII - suspensão temporária de atividade;

VIII - revogação de concessão ou permissão de uso; IX - cassação de licença do estabelecimento ou de atividade X - interdição, total ou parcial, de estabelecimento, de obra ou de atividade;

XI - intervenção administrativa; XII - imposição de contrapropaganda

Assim nos explicam Benjamin et al. (2022):

Procon é a designação simplificada, com algumas pequenas variações, dos órgãos estaduais e municipais de defesa do consumidor. Sua principal atribuição é aplicar, diretamente, as sanções administrativas aos fornecedores que violam as normas de proteção ao consumidor, tudo conforme o disposto nos arts. 55 a 60 da Lei 8.078/1990 e Decreto 2.181/1997 (BENJAMIN et al., 2022).

Para a aplicação de multa, a modalidade de sanção mais usada pelo órgão é dada ao final de um Processo Administrativo, para garantir o direito de defesa dos fornecedores. A multa tem seu limite, previsto no artigo 53 da Lei n.º 8.078/90, ela será arbitrada em um valor não inferior a duzentas e não superior a três milhões de vezes o valor da Unidade Fiscal de Referência - UFIR.

O UFIR é como medida de valor e parâmetro de atualização monetária de tributos e de valores expressos em cruzeiros na legislação tributária federal e nos relativos a sanções tributárias. Foi extinta por meio de Medida Provisória no ano 2000. Entretanto, ainda é usado como medida de atualização e correção tributária até hoje por Municípios e Estados (CÂMERA LEGISLATIVA, 2007).

O órgão Procon, pelo seu portal da transferência, disponibiliza diversas notícias sobre aplicações de multas, sendo muito prejudicial à empresa, pois além da punição monetária, o consumidor saberá que a empresa sancionada não respeita o código de defesa do consumidor, abalando sua credibilidade no mercado.

2.2 Justiça e suas formas de sanções

O segundo ponto que devemos levar em consideração é a judicialização dos problemas consumeristas, que pode resultar em grandes prejuízos para a empresa, nos quais iremos apontar um a um. A judicialização é um dos problemas que o compliance tem o objetivo de evitar que

se caracterize. Quando a legislação, como a administração e a justiça, utiliza procedimentos para que atendam padrões para que assim atinjam a legitimidade positivada no direito, baseados nas razões e respeitos das partes. Esse Movimento foi desencadeado pela deslegitimação da autoridade fundamentada no divino (LEITE, 2022).

A Justiça é utilizada como a *último recurso*, expressão em latim usada no direito para as medidas utilizadas como último recurso, no qual o ajuizamento da ação, é normalmente utilizada como a *último recurso* dos consumidores, pois o ajuizamento de uma ação indenizatória é extremamente desgastante financeira e emocionalmente.

Os processos referentes a indenização proveniente do desrespeito ao código do consumidor, são norteadas pelo Código de Processo Civil - CPC, o referido código, nos traz princípios do devido processo legal e como se deve dar andamento do processo desde sua inicial até seu trânsito em julgado, devemos ele utilizara para responder as duas dúvidas; I) Quando o problema chega no judiciário, as empresas podem oferecer um acordo para evitar maiores danos? II) Existe um momento certo para oferecer um acordo?

Antes de responder essas questões, é necessário entender quais danos a empresa está submetida além de sua imagem. As ações podem cumular pedido, ou seja, em uma ação só, o autor pode pedir todos os danos no qual sofreu, conforme o artigo 327 do CPC

Art. 327. É lícita a cumulação, em um único processo, contra o mesmo réu, de vários pedidos, ainda que entre eles não haja conexão.
§ 1º São requisitos de admissibilidade da cumulação que:
I - os pedidos sejam compatíveis entre si;
II - seja competente para conhecer deles o mesmo juízo;
III - seja adequado para todos os pedidos o tipo de procedimento. (CÓDIGO DE PROCESSO CIVIL, 2015)

Ou seja, no mesmo processo a empresa pode receber mais de uma condenação, pois não é preciso distribuir duas ações para cada pedido, evitando discordância do judiciário de diferentes juízes e amenizando os gastos por meio da economia processual. Assim nos explica o Gonçalves (2023).

O fenômeno da cumulação de pedidos é admitido pelo legislador em numerosas situações. De maneira geral, a lei a permite quando as demandas estão relacionadas entre si, de maneira que se justifique um julgamento conjunto, seja por economia processual, seja para evitar a desarmonia dos julgados.

A cumulação pode ser subjetiva ou objetiva. Será subjetiva quando houver pluralidade de partes, no polo ativo, no passivo, ou em ambos. A esse fenômeno dá-se o nome de litisconsórcio. A objetiva ocorrerá quando existir cúmulo de pedidos ou fundamentos. A rigor, a cada um deles corresponde uma demanda (ação), de sorte que, quando há pluralidade de pedidos ou fundamentos, haverá uma cumulação de demandas ou de

ações, que serão julgadas conjuntamente, em um único processo (GONÇALVES, 2023).

Os danos causados por atos ilícitos podem ser: i) dano material, o qual é todo prejuízo que efetivamente sofreu, como a perda do seu patrimônio, expresso no artigo 927 do C. Civil e na lei específica, artigo 6º, inciso VI da Lei n.º 8.078/90.

Inclusive, nos casos mais graves, os danos materiais podem ser classificados como lucros cessantes ou para facilitar, o que deixou de lucrar, conforme expressamente nos artigos 186, 927, 944 e 950 do Código Civil. O instituto dos lucros cessantes é aplicado quando, por culpa da ação, o autor perdeu patrimônio posterior. No caso de consumo, normalmente aplicada para processo decorrente de fato de produto, ou seja, quando o produto causar acidente e impossibilitar um trabalhador autônomo de realizar seu labor, os dias não trabalhados podem resultar em uma indenização.

Também fica responsável a empresa que causar danos morais ao consumidor, o qual deve ser arbitrado pelo juiz, não superior ao valor constante na inicial. Esse direito está previsto no código civil e no código de defesa do consumidor, como podemos ver abaixo:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

[...]

VI - a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;

O juiz, em virtude do código civil, pode também condenar a empresa no pagamento dos honorários advocatícios da parte contrária, isso se a empresa perder a ação, podendo ser fixado entre no mínimo dez por cento e no máximo vinte por cento do valor da ação.

Além do escritório de advocacia, no qual é uma despesa inevitável para qualquer porte de empresa, dependendo da região que a ação foi distribuída, terá que acarretar as despesas de viagens ou com escritórios locais. A ação poderá ser feita no domicílio do autor, já que o autor é parte vulnerável da relação jurídica e o código busca compensar a vulnerabilidade de diversas maneiras, uma delas é na competência territorial (CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR, 1990).

As custas processuais também deverão estar em mente para ser feito um bom acordo. As custas processuais na justiça comum de uma ação, cujo valor seja R\$ 100.000,00, variam

entre R\$ 674,37 e R\$ 8.881,99, valores que têm uma variação enorme a depender do tribunal (MIGALHAS, 2023).

Para evitar o desgaste da imagem da marca da empresa e prejuízo financeiro oriundos de uma ação judicial, é necessário um compliance de qualidade e personalizado para o ramo da empresa. Dessa forma, será necessário responder as duas questões antes abertas: I) Quando o problema chega no judiciário, as empresas podem oferecer um acordo para evitar maiores danos? II) Existe um momento certo para oferecer um acordo?

O Código de Processo Civil, em seus princípios, incentiva a busca para conciliação o tempo inteiro, independente da fase processual, podendo inclusive se conciliar após uma sentença. Nas normas fundamentais do processo civil, sugere-se que advogados, juízes e outras eventuais partes do processo devem buscar conciliação, evitando assim o litígio e utilizando pouco a máquina judiciária, evitando o desgaste (CÓDIGO DE PROCESSO CIVIL, 2015).

Por conta das normas fundamentais e da aplicação das normas processuais é possível a autocomposição no andar do processo judicial, conforme o professor Marcelo Ribeiro explica;

[...] Dito de outra forma: versando o processo sobre direitos que admitam autocomposição, as partes que sejam plenamente capazes poderão estipular mudanças no procedimento a fim de ajustá-lo às especificidades da causa. Em termos práticos, isso significa que podem convencionar sobre os seus ônus, poderes, faculdades e deveres processuais, antes ou durante o processo, ajustando prazos, o exercício do duplo grau de jurisdição, a limitação das provas a serem produzidas e outras muitas convenções que traduzam, para o caso concreto, um ajuste constitucional que viabilize procedimentos adequados e respostas específicas. (RIBEIRO, 2019)

Com a presente análise é possível perceber que o consumidor tem a sua disposição, diversas ferramentas, desde o pré-consumo, até o pós-venda. Entretanto, por mais que exista um roteiro consumerista para solucionar suas demandas, não são pré-requisitos para se ajuizar uma ação. Ou seja, nada o impede de pleitear seus direitos diretamente ao judiciário, visto que se trata de um direito fundamental prevista na constituição de 1988, artigo 5º, inciso XXXV.

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

[...]

XXXV - a lei não excluirá da apreciação do Poder Judiciário lesão ou ameaça a direito (CONSTITUIÇÃO FEDERAL, 1988).

Assim, sendo necessário que preencha apenas as condições da ação, legitimidade e interesse processual. A legitimidade se coloca quando o autor está envolvido juridicamente com

o fato e o Interesse processual, quando o autor tenha seu direito for lesado ou exista a remota possibilidade de exercício de seu direito.

Moraes (2022) explica sobre o acesso à justiça em sua obra:

O princípio da legalidade é basilar na existência do Estado de Direito, determinando a Constituição Federal sua garantia, sempre que houver violação do direito, mediante lesão ou ameaça (art. 5º, XXXV). Dessa forma, será chamado a intervir o Poder Judiciário, que, no exercício da jurisdição, deverá aplicar o direito ao caso concreto. Assim, conforme salienta Nelson Nery Junior,

“podemos verificar que o direito de ação é um direito cívico e abstrato, vale dizer, é um direito subjetivo à sentença *tout court*, seja essa de acolhimento ou de rejeição da pretensão, desde que preenchidas as condições da ação”.

Importante, igualmente, salientar que o Poder Judiciário, desde que haja plausibilidade da ameaça ao direito, é obrigado a efetivar o pedido de prestação judicial requerido pela parte de forma regular, pois a indeclinabilidade da prestação judicial é princípio básico que rege a jurisdição, uma vez que a toda violação de um direito responde uma ação correlativa, independentemente de lei especial que a outorgue (MORAES, 2022).

A fim de evitar grandes despesas em qualquer esfera de conciliação, é recomendável que haja um programa de compliance robusto e personalizado conforme o seu ramo de atuação. Deve-se ter em mente que a eficiência institucional de uma empresa está ligada à sua capacidade de aderir à legislação vigente, especialmente de sua indústria, com a robustez do programa interno de compliance (PINHEIRO et al., 2020). Por isso, do ponto de vista do direito do consumidor, agir de for ética e dentro de regras de compliance não é somente uma maneira de evitar riscos de reputação e de sanções, mas de se manter competitivo no atendimento ao cliente.

2.3 O compliance e a estruturação de um programa interno

O compliance em sua semântica é “cumprimento”, “conformidade” e “obedecimento”. Por exemplo, na área da saúde, ela tem como a base de seguir o tratamento passado pelo médico. Assim sendo, é normal atrelar o compliance com o conceito do direito que seria “*to be in compliance with the law*” – no qual pode se interpretar como agir em conformidade “com o Direito vigente” (SAAVEDRA; ROTSCH, 2022).

O compliance vem sendo amplamente discutido pelo Brasil, especialmente, desde 2013, com a implementação da Lei de Anticorrupção (Lei n.º 12.846 de 2013). Ela atentou as empresas em relação às multas provenientes dessa lei, podendo multar até 20% do faturamento

bruto da empresa. Ao nascer a preocupação no Brasil com o implemento do compliance, voltando sua atuação para evitar a sanções da Lei n.º 12.846 de 2013, ela pode e deve ser utilizada para todos os outros ramos do direito para evitar penalidades indenizatórias, seja elas consumeristas, trabalhistas ou até ambientais. Além disso, programas de compliance podem também ser mecanismos de fazer com que a empresa reduza seus riscos oriundos de ações antiéticas e mantenha-se mais competitiva no mercado (DOYLE, 2007).

A discussão abrangente sobre o cumprimento das normas anticorrupção não se limita ao contexto político e social atual, sendo também foco de iniciativas direcionadas em diferentes setores empresariais. Afinal, a indústria à qual a empresa pertence pode ter suas normas específicas a serem cumpridas (HUTCHINSON; GUL, 2004). Além disso, questões como proteção ambiental, direitos dos trabalhadores, direitos do consumidor e outras áreas, para evitar violações das leis pertinentes (FERREIRA; QUEIROZ; GONÇALVES, 2018).

O compliance em empresas é o conjunto de medidas preventivas para evitar atos reprováveis que podem acarretar ações processuais, sanções administrativas ou prejuízos para corporações de forma financeira, ou em sua imagem. Portanto, cada empresa precisa ter sua política de prevenção de danos personalizada de acordo com sua indústria, colaboradores e as legislações especiais.

O Guia de Programas de Compliance de janeiro de 2016, no traz alguns pontos em comum de programas de compliance de sucesso que são eles; I-) Comprometimento dos funcionários e diretores em seguir o código de ética II-) Comunicação III-) Recursos e IV) Autonomia da comissão V-) técnica VI-) Monitoramento periódico VII) Punição interna

2.3.1 Código de conduta

O comprometimento dos funcionários é fundamental para um programa de compliance de sucesso. Assim, estamos efetivamente colocando em prática o código de conduta interno e traçando metas internas com benefícios salariais. Muitas empresas recorrem ao recurso monetário para o engajamento em diversos projetos, sendo uma ferramenta que se demonstra satisfatória (CADE, 2016).

Isso leva a crer que a relação entre práticas de governança corporativa e desempenho da firma não são obtidas meramente pela existência de um board independente um amplo (ZABRI; AHMAD; WAH, 2016), mas sim da capacidade da empresa em fazer seus códigos de conduta estarem imersos na cultura organizacional. Afinal, o compliance envolve mais do que somente

um conjunto de regras, sendo abrangente também para o comportamento das pessoas na organização (CALDEIRA; DUFLOTH, 2021).

É preciso então que haja um sistema que inclua um código de conduta numa cultura organizacional orientada ao controle interno. Reiterando que quanto maior o aparato de controles internos, maior é a adesão aos programas de integridade (CASTRO; AMARAL; GUERREIRO, 2019).

2.3.2 Comunicação e capacitação

A comunicação e clareza com os funcionários é de extrema importância, pois a conduta de ética no compliance com foco no consumidor deve estar atrelada ao código de defesa do consumidor. Assim, treinamentos e orientações devem ser passados com clareza ao colaborador de forma que ele mesmo não desrespeite o código. Caso o preposto da empresa desrespeite, a empresa é responsável independente de culpa, sendo adotada a responsabilidade objetiva no ordenamento jurídico. Portanto, é fundamental orientar a conduta dos colaboradores. É esperado que haja um programa de comunicação e treinamento das normas, condutas, políticas e procedimentos da empresa (PEREIRA; WERLANG, 2022) para ser possível integrar os colaboradores a essa cultura ética e de respeito ao consumidor.

Além disso, deve-se ter em mente que a capacidade da empresa em reportar suas ações de compliance e de governança corporativa são formas de fazê-la ser percebida com mais valor (STIGLBAUER; VELTE, 2014). O que leva a crer que mecanismos de comunicação internos e externos devem ser considerados para uma boa estrutura de um programa de compliance. A capacidade da empresa em disseminar informações privadas reduz a geração de assimetria de informações, o que é algo bem-visto pelos *shareholders* e pelo mercado (TAHIR et al., 2023).

2.3.3 Recurso

Muitas empresas vêm implementando comitês de compliance e de auditoria (REZAEI; OLIBE; MINMIER, 2003), para se ter surgido, inclusive, a função de *compliance officer* (CASTRO; AMARAL; GUERREIRO, 2019). No entanto, essa estrutura gera custos e requer recursos por parte da organização. Apesar dos desafios, entende-se que o recurso destinado para o programa de compliance demonstra algum comprometimento da empresa em relação ao programa, o que é essencial para sua manutenção. É necessário um orçamento próprio com a finalidade de estabelecer e fazer a manutenção do programa.

Isso traz implicações sobre como os gestores consideram a aplicação de recursos para essa finalidade. Especialmente porque recursos, tempo e esforço são destinados aos programas de compliance, o que pode ser visto como uma ameaça para potencial lucratividade (TEICHMANN; WITTMANN; BOTICIU, 2023), uma vez que isso aumenta a estrutura de custos da empresa. Desta forma, cabe à empresa ter uma cultura de compliance que não somente entende o valor deste tipo de programa para retornos de evitar *liabilities*, como também de incrementar a reputação da empresa no mercado e perante seus consumidores – o que pode gerar retorno financeiro também.

Portanto, espera-se que haja um direcionamento de orçamento para combate à corrupção, implementação de programas de compliance e condução de ações de preventivas. Mesmo em se tratando de pequenas e médias empresas (PMEs), espera-se que haja o investimento de algum recurso para essa finalidade. Isso se confirma a partir do Guia de Programa de Compliance nos indica:

Diante desse cenário, é recomendável que as entidades que pretendem construir ou reforçar seu programa de compliance concorrencial tenham em consideração: (a) a suficiência do orçamento destinado para a estruturação e a manutenção do programa; (b) a relação entre o número de colaboradores total ou parcialmente dedicados ao compliance, o porte da organização e os riscos concorrências a ela associados; (c) a alocação dos colaboradores envolvidos no compliance de forma que eles possam atuar de forma independente, causando impacto nas decisões estratégicas; e (d) se há investimentos razoáveis para a contratação e formação dos colaboradores responsáveis pelo programa.

2.3.4 Autonomia

É imprescindível que o colaborador designado para a função de liderar o compliance seja técnico no assunto no qual pretende resguardar a empresa. É esperado que ele tenha autonomia para colocar em prática o seu conhecimento fundamentado. Assim, o líder de compliance fica responsável por organizar o programa e adaptá-lo de forma específica para o ramo em que está inserido. Esse profissional deve ser (ao máximo possível) um agente se independente e sem interesses com a organização.

Uma das importâncias de se ter agentes competentes e técnicos nas comissões de compliance das empresas é a análise de risco e possibilidade de perda, essa análise profunda no meio jurídico se encontra farda entre os profissionais do direito. Isso porque além do conhecimento da lei especial e o direito material, é necessário entender o processual e a possibilidade que o tribunal local acolhe o pedido pleiteado.

Além disso, o indivíduo que estiver à frente da comissão de compliance deve ser uma pessoa técnica não apenas no material, mas no processual também. Há um exemplo sobre o tema: nos Juizados Especiais, regulados pela lei n.º 9.099/95, é possível ajuizar uma ação de até vinte salários-mínimos, sem advogado, caso a empresa seja derrotada em sentença. Uma pessoa que não tem visão processual poderia se dar por derrotada, mas um processualista sabe que a depender do caso essa seria o melhor momento para fazer um acordo, pois caso a empresa recorresse da decisão, o autor deverá contratar um advogado particular, pois à luz do artigo 41, §2º, da lei n.º 9.099/95, todas as partes são obrigados a ter um advogado representando, ou seja, mais um gastou ao autor, caso venha ter um acordo, ambas as partes saem vitoriosas, pois o autor não pagou o advogado e a empresa mitigou o dano que sofreu em sentença.

Todavia, vale lembrar que a autonomia que se defende aqui se refere à independência dos órgãos de auditoria e compliance. Questões como a segregação de funções em atividades críticas e o controle realizado por *stakeholders* é algo que deve continuar existindo e que pode ser saudável para as empresas manterem um bom nível de controle e governança interno. Principalmente considerando que o compliance simbólico (aquele que não traz em mudanças substanciais e efetivas) tende a se reduzir quanto existe o controle na empresa feita por grandes *stakeholders* (LI; ZHANG; LI, 2024).

2.3.5 Monitoramento

O monitoramento do programa periodicamente é necessário para realizar ajustes, manutenções e indicar o que está funcionando. Além disso, o que está sendo necessário para sua adaptação é compreender o contexto comercial inserido, possíveis mudanças nas legislações e balanço de custo do programa verso o prejuízo efetivamente evitado, assim mantendo o compliance sempre eficaz. Entender e analisar o que se gasta com o programa contra o quando de prejuízo o programa está efetivamente evitando para a empresa é de extrema relevância, já que esse monitoramento demonstra se em sua empresa você tem um programa de sucesso ou um programa ineficaz.

Além disso, o monitoramento realizado por comitês nas empresas não é somente algo crescente nas grandes empresas, mas é também uma iniciativa que faz com que as competências jurídicas da empresa possam ser incrementadas pela expertise de auditores internos (MELENDY; HUEFNER, 2011). Isso implica que o monitoramento não é somente uma prática para se evitar danos e prejuízos, mas algo que fortalece as competências de controle e

governança da empresa. Além do mais, os comitês de monitoramento conduzidos pelo board favorecem também a qualidade da divulgação das práticas de sustentabilidade das empresas (MANNING; BRAAM; REIMSBACH, 2018), o que mostra que esse monitoramento pode melhorar também as capacidades de reportar suas ações.

2.3.6 Punições internas

Historicamente, o comportamento repreensivo é uma prática dentro das ações de compliance que vem ajudando a combater comportamentos corruptos e antiéticos (GIANI; OLIVEIRA, 2020). Desta forma, outro ponto relevante é a aplicação de punições internas, da mesma forma que é instituída uma gratificação para o engajamento do projeto de compliance, é necessário ter uma punição adequada e para todos que desrespeitam o código estabelecido pela empresa, independentemente de sua hierarquia. Assim, sugerem-se que programas para gerenciar o comportamento ético na empresa e a adequação legal ao compliance sejam implementados para garantir a possibilidade de controle e eventuais sanções; mesmo sabendo que isso requer ainda cuidados em garantir que essas ações respeitem o senso de justiça entre os colaboradores (WEAVER; TREVIÑO, 2001).

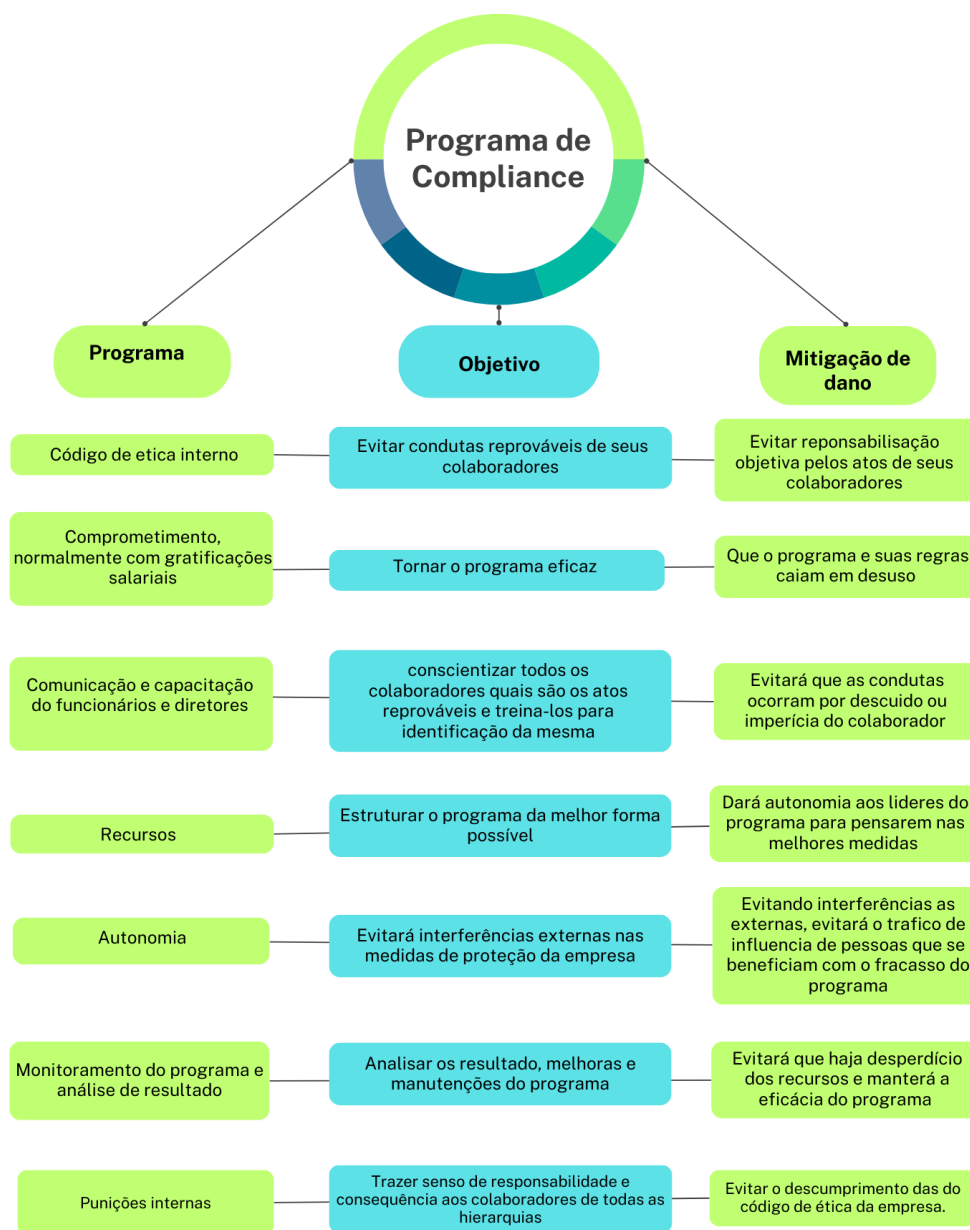
Desta forma, considerando o contexto do direito do consumidor, a punição exercida por esse comitê, previsto pelos programas de ética, deve estar nos limites impostos pela Consolidação de Leis Trabalhistas – CLT. Qualquer tipo de sanção deve ser aquele que esteja dentro dos limites jurídicos, sem extrapolar para uma sanção que vá, justamente, se exceder ao permitido e comprometer a ética dentro da empresa.

Além disso, a punibilidade interna é importante para que as regras nos quais eram impostas não sejam seguidas e as punições internas trarão aos colaboradores a sensação de consequências. Importante salientar que as punições têm limites regidos pela CLT e devem ser respeitadas para que não tragam mais problema para a empresa. Desta forma, defende-se a existência de órgãos internos que sejam responsáveis pela prevenção de ações antiéticas e pela imposição de punições a quem viola as regras (JAPIASSÚ; FERREIRA, 2022). Assim, espera-se que haja medidas punitivas para empregados e fornecedores que violem o código de conduta da empresa, são práticas de mitigação da corrupção (BEGNINI et al., 2022). Além das punições, é esperado ainda que exista um programa de treinamentos de combate à corrupção e contra ações antiéticas aos colaboradores, para incentivar os colaboradores a internalizarem a cultura

organizacional voltada aos cuidados com compliance e governança corporativa (PEREIRA; WERLANG, 2022).

2.3.7 Framework

A partir das sínteses apresentadas anteriormente, é possível montar o presente framework:



Fonte: Elaborado pelos autores.

O *framework* demonstra os principais pontos estruturais de um programa de compliance, incluindo o seu objetivo e a sugestão de medidas que podem diminuir os riscos para a organização.

Vale ressaltar que ainda que grandes corporações tenham mais recursos e consigam ter estrutura para melhores práticas de governança corporativa – o que inclui, programas de compliance (ALBU; GIRBINA, 2015), não se pode limitar esse tipo de iniciativas para essas empresas. Pelo contrário, a governança corporativa e os programas de compliance podem ser aplicáveis em pequenas e médias organizações também. Ainda que os custos de compliance e de auditorias acarretem maior carga de custos para as pequenas empresas (MILLAR; BOWEN, 2011), não se pode menosprezar, por outro lado, os benefícios que se podem ter com essas práticas nestas empresas menores.

3. Conclusão

No presente artigo foram analisadas as questões abertas sobre os prejuízos que a empresa está sujeita ao não cumprir com os direitos consumeristas previstos pelo Código de Defesa do Consumidor. Discutiram-se as possibilidades que o poder público disponibiliza para o consumidor recorrer antes do judiciário – Procon regionais e a plataforma digital consumidor.gov. Mediante isso, cabe as empresas estabelecerem uma integração de setor técnico e operacional para monitorar essas plataformas e se antever a problemas judiciais ou sanções administrativas.

Paralelamente, o Reclame Aqui é uma alternativa da iniciativa privada que se denomina como uma plataforma de pesquisa de reputação de empresa. Além de ser uma plataforma de reputação para as empresas, é também uma ferramenta de pesquisa pré-consumo, considerando que os consumidores buscam as empresas no Reclame Aqui como consulta de seu *score* e status. Novamente, está sob agência das empresas se atentar a essas plataformas privadas, que tem efeito direto na sua reputação e podem ser usadas como ferramentas de mitigação de dano.

A *ultima ratio* do consumidor é o judiciário, entretanto foi decorrido que também pode ser o primeiro recurso, pois não se tem requisito prévio para buscar seus direitos no judiciário. Entretanto, nesse momento, é possível realizar acordos a qualquer momento do processo, inclusive após a sentença, formando um mecanismo de mitigação de prejuízo disponível para empresa. Cumpre salientar que as empresas, nessa fase, devem dar autonomia aos profissionais técnicos jurídicos, para que possam realizar acordos, pois eles são os mais aptos de entender quais são os processos de maior potencial ofensivo.

A partir desses pontos, é possível vislumbrar ferramentas que estão disponíveis e à disposição do consumidor, as quais ele pode seguir até a ação processual. Todavia, é um roteiro

sugerido focado da desjudicialização e não um caminho obrigatório. A ação judicial não é descartada, mas complementada com possibilidades de solução mais amigáveis.

Neste sentido, este estudo propõe um *framework* com propostas de iniciativas de compliance: I-) Elaboração de um código de conduta; II-) Comprometimento das pessoas e alto escalão; III-) Comunicação; IV-) Disponibilização de recursos; V) Autonomia do comitê de ética; VI-) Monitoramento periódico; VII) Punição interna. Para tal, a integração dos setores jurídicos e o programa de compliance é fundamental para que o programa seja mais robusto e consolidado, agregando a teoria técnica a execução operacional na empresa.

O presente estudo abordou toda a legislação brasileira vigente sobre o direito do consumidor no país, criou uma série de recomendações as quais podem ser utilizadas na maioria dos programas. Espera-se que os líderes e gestores de compliance tenham sugestões e insights que possam ser aplicáveis em suas empresas.

Vale destacar que essas recomendações podem ser aplicadas de diferentes formas conforme o tamanho da empresa. Por exemplo, para as pequenas e médias empresas (PMEs), podem existir limitações de recursos para implementação de soluções e programas de compliance; todavia, o investimento, ainda que relativamente pequeno, pode ser uma forma de evitar prejuízos legais e de reputação para uma empresa que almeja o crescimento. PMEs podem começar pela elaboração de códigos de conduta mais simplificados e estimular o comprometimento dos seus colaboradores conforme as diretrizes estabelecidas. Da mesma forma, é possível manter uma comunicação clara e constante e alocar recursos relativamente baixos para monitoramento de plataformas como Procon, consumidor.gov e Reclame Aqui. Por fim, a autonomia do comitê de ética pode ser adaptada para realidade da empresa, permitindo decisões mais ágeis para mitigar riscos.

Por sua vez, as grandes empresas, que têm desafios mais complexos, com operações maiores, mais recursos e maior visibilidade de mercado. Nestes casos, uma implementação de ações e programas de compliance seriam mais detalhados e abrangentes. Desafios relacionados ao comprometimento das lideranças passa a ser ponto central e a comunicação precisa ser estruturada em diversos canais, formal e sistemática. São organizações que conseguem alocar mais recursos para o monitoramento constante de plataformas de reclamações e integrando os setores jurídicos e operacionais para a solução dos problemas de forma alinhada. Nestes casos ainda, a autonomia dos comitês de ética deve ser total, permitindo não somente a sua

independência, mas também sua capacidade de responder rapidamente ao mercado questões que possam ferir a reputação da empresa.

Portanto, deve-se ter em mente que independente do porte da empresa, a implementação de um programa de compliance é importante para evitar prejuízos legais e manter uma boa reputação no mercado. As recomendações apresentadas neste estudo fornecem um *framework* que pode ser adaptado às necessidades específicas das empresas. Volta-se para a necessidade da personalização do programa de compliance, levando em consideração o tamanho e o setor da empresa para garantir sua eficácia, especialmente no longo prazo.

Como sugestões de estudos futuros, sugere-se trabalhar com pesquisas empíricas capazes de confirmar se os fatores levantados nesse estudo teórico têm, de fato, relevância. Além disso, vale entender melhor a ponderação que cada item identificado aqui tenha num programa de compliance. Ou ainda, em estudos de intervenção, seria interessante checar se foi possível identificar efetivamente a redução de litígios e reclamações após a implementação de um programa de compliance seguindo as sugestões aqui propostas.

Além disso, vale lembrar que o estudo é um ensaio e não foi testado de maneira empírica. Sendo assim, o próximo passo para o artigo é observar e entender como funciona e se adapta às empresas com as legislações consumeristas e como mantém o monitoramento do controle de qualidade do programa de compliance.

4. Referências

ALBU, C. N.; GIRBINA, M. M. Compliance with corporate governance codes in emerging economies. How do Romanian listed companies “comply-or-explain”?. **Corporate Governance**, v. 15, n. 1, p. 85-107, 2015.

ALMEIDA, V. M. C.; FIGUEIREDO, O. H. S.; SILVA, G. F. Propensão do cliente à proposição de ações judiciais: Desenvolvimento e teste de modelo preditivo para o setor de energia elétrica. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 13, n. 5, p. 1-18, 2014.

ARAÚJO, J. G. R.; CALLADO, A. L. C. Concepção e implementação de práticas de gestão de riscos: Uma análise em uma instituição federal de ensino superior brasileira. **Contabilidade, Gestão e Governança**, v. 25, n. esp., p. 308-330, 2022.

BECKER, C. M. **Compliance, autorregulação regulada e o sistema de responsabilidade penal da pessoa jurídica no direito penal brasileiro**. 2018. 125 f. Dissertação (Mestrado em Direito, Ciências Criminais) - Faculdade de Direito da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2018.

BEGNINI, D. L.; LIMA, J. B.; GOMES, P. L.; ROSA FILHO, C. Relação entre valor de mercado e compliance anticorrupção. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 16, n. 2, p. 133-149, 2022.

BENJAMIN, A. H. V.; MARQUES, C. L.; BESSA, L. R. **Manual de Direito do Consumidor**. 10ª Ed. São Paulo: Thomson Reuters, 2022.

BERARDI, R. C.; SILVA, L. Contribuições da Justiça Restaurativa no âmbito dos programas de compliance. **Revista de Direito**, v. 15, n. 01, p. 1-29, 22 jun. 2023. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.32361/2023150114833>. Acesso em: data de acesso.

BESSA, L.; TARTER, A. The national consumer defense system and the consumidor.gov.br platform: From conflict to consensus. **Innovation and the Transformation of Consumer Law: National and International Perspectives**, p. 285-298, 2020.

BONAMIGO, H. F.; RODRIGUES, M. S. Contratos empresariais e compliance: da autorregulação à credibilidade. **Revista de Doutrina Jurídica**, v. 112, n. e021012, p. 1-17, 26 nov. 2021.

BRASIL, Sleeping Giants. Sobre nós. 2023. Disponível em: <https://sleepinggiantbrasil.com/sobre-nos/>. Acesso em: 11 ago. 2023.

BRASIL. AGÊNCIA CÂMARA NOTÍCIAS. Unidade Fiscal de Referência (Ufir). 2007. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/98210-unidade-fiscal-de-referencia-ufir/>. Acesso em: 07 ago. 2023.

BRASIL. Congresso. Senado. Lei Ordinária nº 12.846, de 1º 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. Brasília, DF, 1º ago. 2013.

BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Brasília, DF, 5 out. 1988.

BRASIL. CONSUMIDOR.GOV.BR. Sobre o Serviço. 2023. Disponível em: <https://www.consumidor.gov.br/pages/conteudo/sobre-servico>. Acesso em: 07 ago. 2023.

BRASIL. Decreto nº 8.573, de 19 de novembro de 2015. Dispõe sobre o Consumidor.gov.br, sistema alternativo de solução de conflitos de consumo, e dá outras providências. Brasília, DF, 19 nov. 2015.

BRASIL. Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. Brasília, DF, 10 jan. 2002.

BRASIL. Lei nº 13.105, de 16 de março de 2015. Código de Processo Civil. Brasília, DF, 16 mar. 2015.

BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF, 11 set. 1990.

BRITO, F. D.; CARNEIRO DA CUNHA, J. A.; ZANIN, L. M. Governança em organizações esportivas: Um combate à corrupção e (às) suas retóricas. **Anais do XVIII USP International Conference in Accounting**, 18, 2018.

BUSSMANN, K. D.; NIEMECZEK, A. Compliance through company culture and values: An international study based on the example of corruption prevention. **Journal of Business Ethics**, v. 157, n. 3, p. 797-811, 2019.

CADE (Conselho Administrativo de Defesa Econômica). **Guia Programa de Compliance: orientações sobre e benefícios da adoção dos programas de compliance concorrencial**. Brasília: Gabinete da Presidência do CADE, 2016.

CALDEIRA, M.; DUFLOTH, S. C. A lei das estatais e as diretrizes internacionais: convergências para o estado da arte em integridade, compliance e anticorrupção. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 19, n. spe, p. 675-688, 2021.

CASTRO, P. R.; AMARAL, J. V.; GUERREIRO, R. Adherence to the compliance program of Brazil's anti-corruption law and internal controls implementation. **Revista Contabilidade & Finanças**, v. 30, n. 80, p. 186-201, 2019.

CUNHA, J. A. C.; CORRÊA, H. L.; PASSADOR, J. L. Os fatores propulsores de confiança em compradores do comércio eletrônico. **Qualit@s Revista Eletrônica**, v. 7, n. 1, 2008.

DOYLE, E. Compliance obstacles to competitiveness. **Corporate Governance**, v. 7, n. 5, p. 612-622, 2007.

EDWARDS, J.; WOLFE, S. Compliance: A review. **Journal of Financial Regulation and Compliance**, v. 13, n. 1, p. 48-59, 2005.

ESTADO DE SÃO PAULO. Lei nº 9.192, de 23 de novembro de 1995. Autoriza o Poder Executivo a instituir a Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor - PROCON. Palácio dos Bandeirantes, SP, 23 nov. 1995.

FERREIRA, B. C.; QUEIROZ, B. P.; GONÇALVES, E. N. Análise econômica do direito e o compliance empresarial: Apreciação jurídico-econômica dos programas de conformidade e custos de prevenção. **Economic Analysis of Law Review**, v. 9, n. 1, p. 259-276, 2018.

FLENIK, J. D. O compliance consumerista: Utopia ou realidade. Uma análise do Código de Ética do Walmart. **Percursos**, n. 28, p. 272-285, 2019.

GIANI, J. A.; OLIVEIRA, A. L. Enhancing ethics and combating corruption: The role of compliance programs in healthcare. **Journal of Law and Corruption Review**, v. 2, p. e066, 2020. DOI: 10.37497/CorruptionReview.2.2020.66.

GONÇALVES, M. V. R. **Curso de Direito Processual Civil: Processo de Conhecimento e Procedimentos Especiais**, v. 2. [Local da Editora]: Editora Saraiva, 2023. E-book. ISBN 9786553626430. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786553626430/>. Acesso em: 21 nov. 2023.

GREGO, R. G.; LAGO, S. M. S. Compliance relacionada ao setor público: Uma revisão sistemática da literatura. **Revista de Governança Corporativa**, v. 8, n. 1, p.e083, 2021. DOI: 10.21434/IberoamericanJCG.v8i.83.

HAUSER, C. From preaching to behavioral change: Fostering ethics and compliance learning in the workplace. **Journal of Business Ethics**, v. 162, n. 4, p. 835-855, 2020.

HU, X.; YAN, H.; CASEY, T.; WU, C. H. Creating a safe haven during the crisis: How organizations can achieve deep compliance with COVID-19 safety measures in the hospitality industry. **International Journal of Hospitality Management**, v. 92, 102662, 2021.

HUTCHINSON, M.; GUL, F. A. Investment opportunity set, corporate governance practices and firm performance. **Journal of Corporate Finance**, v. 10, n. 4, p. 595-614, 2004.

JANNAT, T.; ALAM, S. S.; HO, Y.; OMAR, N. A.; LIN, C. Can corporate ethics programs reduce unethical behavior? Threat appraisal or coping appraisal. **Journal of Business Ethics**, v. 176, p. 37-53, 2022.

JAPIASSÚ, C. E. A.; FERREIRA, A. L. T. A Lei Anticorrupção e os programas de compliance no Brasil. **Revista Científica do CPJM**, v. 1, n. 03, p. 139-153, 2022.

KOZINETS, R. V.; FERREIRA, D. A.; CHIMENTI, P. How do platforms empower consumers? Insights from the affordances and constraints of Reclame Aqui. **Journal of Consumer Research**, v. 48, n. 3, p. 428-455, 2021.

LEITE, G. S. Jurisdição Constitucional. **Revista dos Tribunais**, 2022.

LI, W.; ZHANG, Y. A.; LI, X. Reducing symbolic compliance: The presence of multiple large shareholders as an internal monitoring mechanism. **Journal of Management Studies**, v. 61, n. 5, p. 1946-1984, 2024.

MAIOLINO, I.; TIMM, L. B. Como as plataformas digitais podem promover a desjudicialização: o caso do consumidor.gov. **Cadernos Jurídicos**, v. 21, n. 53, p. 81-93, 2020.

MANNING, B.; BRAAM, G.; REIMSBACH, D. Corporate governance and sustainable business conduct - Effects of board monitoring effectiveness and stakeholder engagement on corporate sustainability performance and disclosure choices. **Corporate Social Responsibility and Environmental Management**, v. 26, n. 2, p. 351-366, 2019.

MELENDY, S.; HUEFNER, R. J. Monitoring legal compliance: The growth of compliance committees. **Accounting Perspectives**, v. 10, n. 4, p. 241-263, 2011.

MIGALHAS. Custas judiciais: Disparidade de valor entre Estados chega a 1.200%. 2023. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/quentes/380814/custas-judiciais-disparidade-de-valor-entre-estados-chega-a-1-200>. Acesso em: 07 ago. 2023.

MIGALHAS. Custas judiciais variam significativamente entre os Estados. 2013. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/quentes/191137/custas-judiciais-variavam-significativamente-entre-os-estados>. Acesso em: 07 ago. 2023.

MILLAR, J. A.; BOWEN, B. W. Small and large firm regulatory costs: the case of the Sarbanes-Oxley Act. **Corporate Governance**, v. 11, n. 2, p. 161-170, 2011.

MONTEIRO, M. Compliance nas Relações de Consumo. **JurisFIB**, ed. esp., p. 29-41.

MORAES, A. **Direito Constitucional**. [Local da Editora]: Grupo GEN, 2022. E-book. ISBN 9786559771868. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559771868/>. Acesso em: 21 nov. 2023.

MOZINI, M. F.; ROCHA, R. X.; FUTER, S. P.; LIMA, T. A.; SILVA JUNIOR, L. H. Ampliação da prestação de serviços públicos a partir da transformação digital: Estudo de caso do Portal consumidor.gov. **Revista dos Mestrados Profissionais**, v. 12, n. 1, p. 23-42, 2023.

PEREIRA, F. U.; WERLANG, L. B. Communication and training as tools of a labor compliance program. **Journal of Law and Corruption Review**, v. 4, p. e068-e068, 2022. DOI: 10.37497/CorruptionReview.4.2022.68.

PINHEIRO, C. R.; CARVALHO, A. L. M.; NARCISO, B. S.; DUTRA, Y. O. Assessing the Quality of Compliance Programs in Companies Listed in the New Brazilian Market. **Journal of Law and Corruption Review**, v. 2, p. e065, 2020. DOI: 10.37497/CorruptionReview.2.2020.65.

PROCON SARANDI (Sarandi). Coordenadoria Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor. Histórico – Proteção ao Consumidor. Disponível em: <http://www.sarandi.pr.gov.br/web/index.php/servicos/procon/historico-protacao-ao-consumidor>. Acesso em: 07 ago. 2023.

RECLAMEAQUI.COM (Brasil). Como podemos ajudá-lo?: sobre o Reclame Aqui. 2023. Disponível em: <https://www.reclameaqui.com.br/como-funciona/>. Acesso em: 07 ago. 2023.

REZAEI, Z.; OLIBE, K. O.; MINMIER, G. Improving corporate governance: the role of audit committee disclosures. **Managerial Auditing Journal**, v. 18, n. 6/7, p. 530-537, 2003.

RIBEIRO, M. **Processo Civil**, 2ª edição. [Local da Editora]: Grupo GEN, 2019. E-book. ISBN 9788530985738. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788530985738/>. Acesso em: 21 nov. 2023.

RÍMOLI, T. T.; MELO, D. C. A voz dos consumidores em redes sociais: Proposição de um modelo eficaz de gestão de reclamações às empresas. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 17, n. 1, p. 49-64, 2018.

ROCHA, M. F. O.; MAIA, V. M. O. A. Análise da (in)eficiência da plataforma digital “consumidor.gov.br” como ferramenta de conciliação nas demandas consumeristas atuadas nos sistemas de processamento judicial eletrônico. **Revista FIDES**, v. 11, n. 1, p. 134-147, 2020.

SAAD-DINIZ, Eduardo. A criminalidade empresarial e a cultura de compliance. **Revista Eletrônica de Direito Penal**, v. 2, n. 1, p. 112-121, 2014.

SELL, C. L.; CORRÊA, J. S. “Reclame Aqui” no Brasil: Uma análise dos limites e possibilidades frente a perspectiva de um movimento social e seu viés em relação ao ativismo digital. **Revista da Faculdade de Direito**, v. 39, n. 2, p. 51-74, 2018.

SILVA, M. P. Ambivalência: felicidade e decepção na sociedade de consumo—o discurso do consumidor no site de rede social Reclame AQUI. **Revista Comunicação Midiática**, v. 13, n. 2, p. 37-52, 2018.

SIQUEIRA, F.; MICHELETTO, F. Compliance consumerista: Uma relação de credibilidade entre a entidade corporativa e o consumidor. **Revista de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo**, v. 4, n. 2, p. 71-87, 2018.

SOARES, M. N. Compliance na realização da função social da empresa. **Percursos**, n. 28, p. 1-21, 2019.

STIGLBAUER, M.; VELTE, P. Impact of soft law regulation by corporate governance codes on firm valuation: the case of Germany. **Corporate Governance**, v. 14, n. 3, p. 395-406, 2014.

TAHIR, S.; EHSAN, S.; HASSAN, M. K.; ZAMAN, Q. U. Does corporate governance compliance condition information asymmetries? Moderating role of voluntary disclosures. **Journal of Asian Business and Economic Studies**, v. 30, n. 1, p. 2-25, 2023.

TAYLOR, C. The evolution of compliance. **Journal of Investment Compliance**, v. 6, n. 4, p. 54-58, 2005.

TEICHMANN, F.; WITTMANN, C.; BOTICIU, S. Compliance as a form of defense against corporate criminal liability. **Journal of Economic Criminology**, v. 1, p. 100004, 2023.

WEAVER, G. R.; TREVINO, L. K. The role of human resources in ethics/compliance management: A fairness perspective. **Human Resource Management Review**, v. 11, n. 1-2, p. 113-134, 2001.

ZABRI, S. M.; AHMAD, K.; WAH, K. K. Corporate governance practices and firm performance: Evidence from top 100 public listed companies in Malaysia. **Procedia Economics and Finance**, v. 35, p. 287-296, 2016.