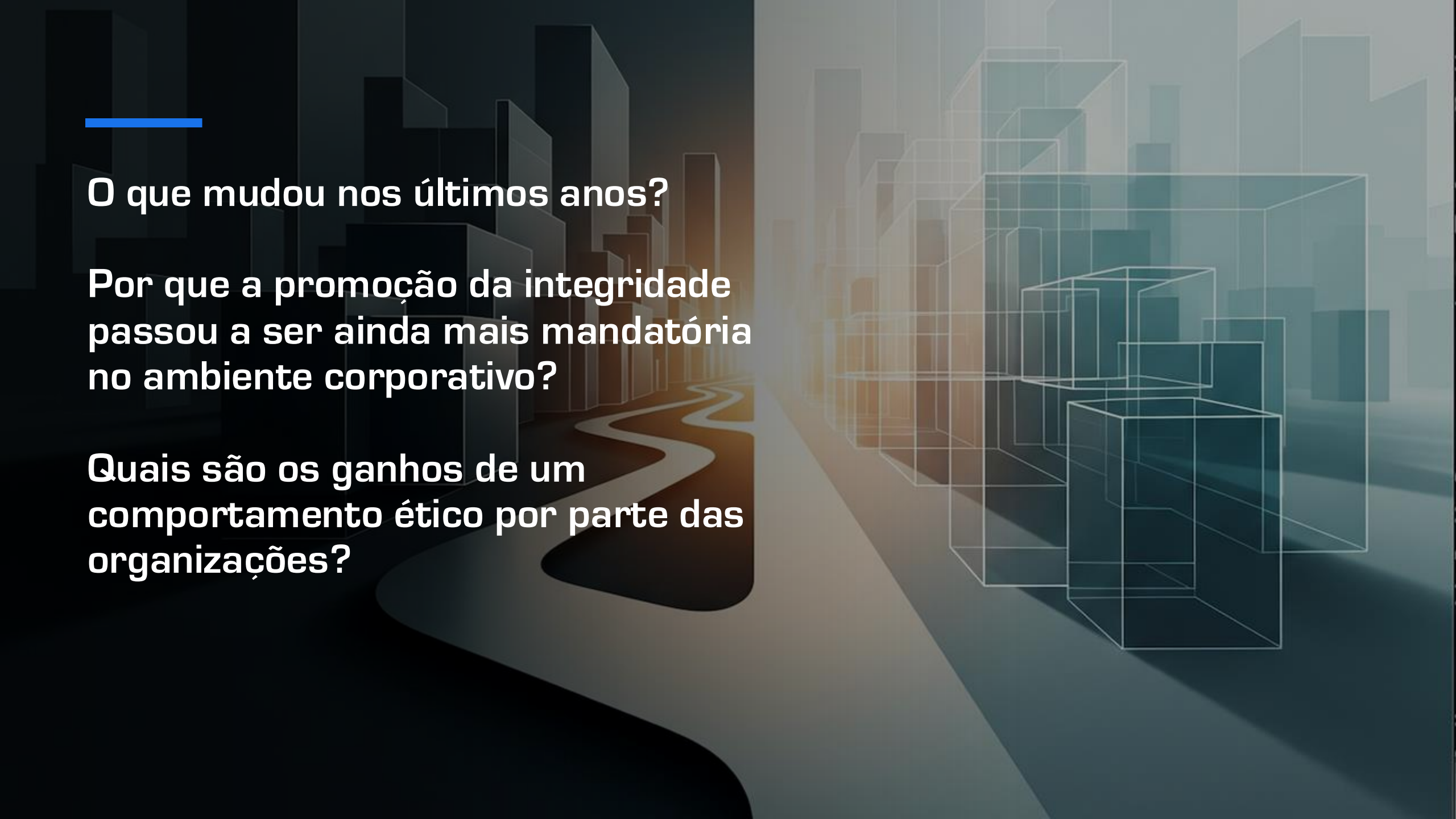


INTEGRIDADE EMPRESARIAL COMO FUNDAMENTO DA REPUTAÇÃO E DA CONFIANÇA CORPORATIVA

MÁRIO SPINELLI
OUTUBRO DE 2025

The background is a split-screen abstract image. The left side is dark with a winding, light-colored path leading into the distance, flanked by dark, angular geometric shapes. The right side is lighter, showing a series of translucent, overlapping cubes and rectangular prisms in shades of blue and grey, creating a sense of depth and perspective.

O que mudou nos últimos anos?

Por que a promoção da integridade passou a ser ainda mais mandatória no ambiente corporativo?

Quais são os ganhos de um comportamento ético por parte das organizações?

Um novo cenário....



Mercados globais
interconectados



Novas necessidades
dos stakeholders



Novo marco
regulatório



Maior demanda por
transparência



Mudança geracional e
tecnológica



Mundo “ultraconectado”
“antenado”



Crescimento da preocupação com a percepção externa
Imagem e reputação ganhando uma dimensão nunca antes vista



Novo marco regulatório

A Lei Anticorrupção brasileira representa um divisor de águas na responsabilização empresarial, estabelecendo um novo paradigma de compliance no país e alinhando o Brasil às melhores práticas internacionais de combate à corrupção.



Lei 12.846/13

Lei Anticorrupção

Responsabilização administrativa e civil de pessoas jurídicas pela prática de atos contra a administração pública, nacional ou estrangeira

Sanções Administrativas

I - Multa

De 0,1% a 20% do faturamento bruto do último exercício anterior ao da instauração do processo administrativo

II - Publicação Extraordinária

Divulgação da decisão condenatória com impacto reputacional



Art. 7º, VIII: A existência de mecanismos e procedimentos internos de integridade, auditoria e incentivo à denúncia de irregularidades e a aplicação efetiva de códigos de ética são fatores atenuantes na aplicação das sanções.

Sanções Judiciais (Cíveis)

- Perda de bens, direitos e valores adquiridos ilicitamente
- Suspensão ou interdição parcial das atividades
- Proibição de receber incentivos, subsídios, subvenções, doações ou empréstimos de órgãos ou entidades públicas e de instituições financeiras
- Dissolução compulsória da PJ

Casos Brasileiros de Danos Reputacionais

Cinco crises corporativas que abalaram a confiança do mercado brasileiro

Americanas S.A.

Fraude Contábil

- Jan/2023: R\$ 20 bi em inconsistências
- Ações despencam -77%
- Maior fraude corporativa do Brasil

JBS / Grupo J&F

Corrupção e Delações

- 2017: Delações
- Acordos de leniência e multas
- Restrição de fundos ESG

Petrobras

Operação Lava Jato

- 2014-2020: Cartel e propinas
- Quebra de confiança institucional
- Perdas de credibilidade global

Vale

Crises Ambientais

- 2015: Mariana (Fundão Samarco)
- 2019: Brumadinho
- Exclusão de carteiras ESG

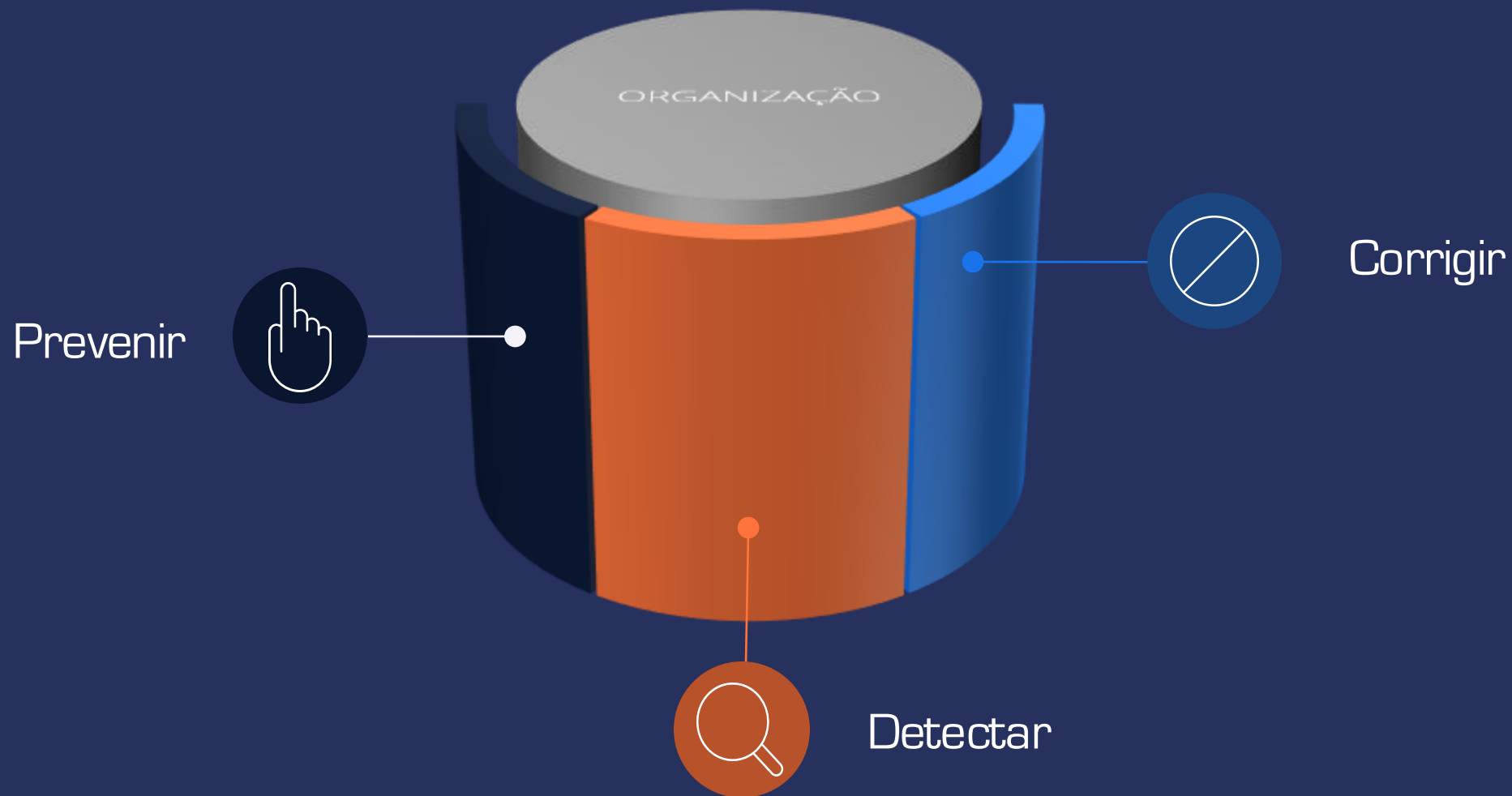
Caixa Econômica

Assédio Sexual

- 2022: Denúncias contra presidente
- Jul/2022: Renúncia e investigações
- Sistema de integridade questionado

Impacto Coletivo: Estes casos demonstram como falhas em governança, ética e compliance podem destruir décadas de reputação corporativa e abalar a confiança do mercado brasileiro.

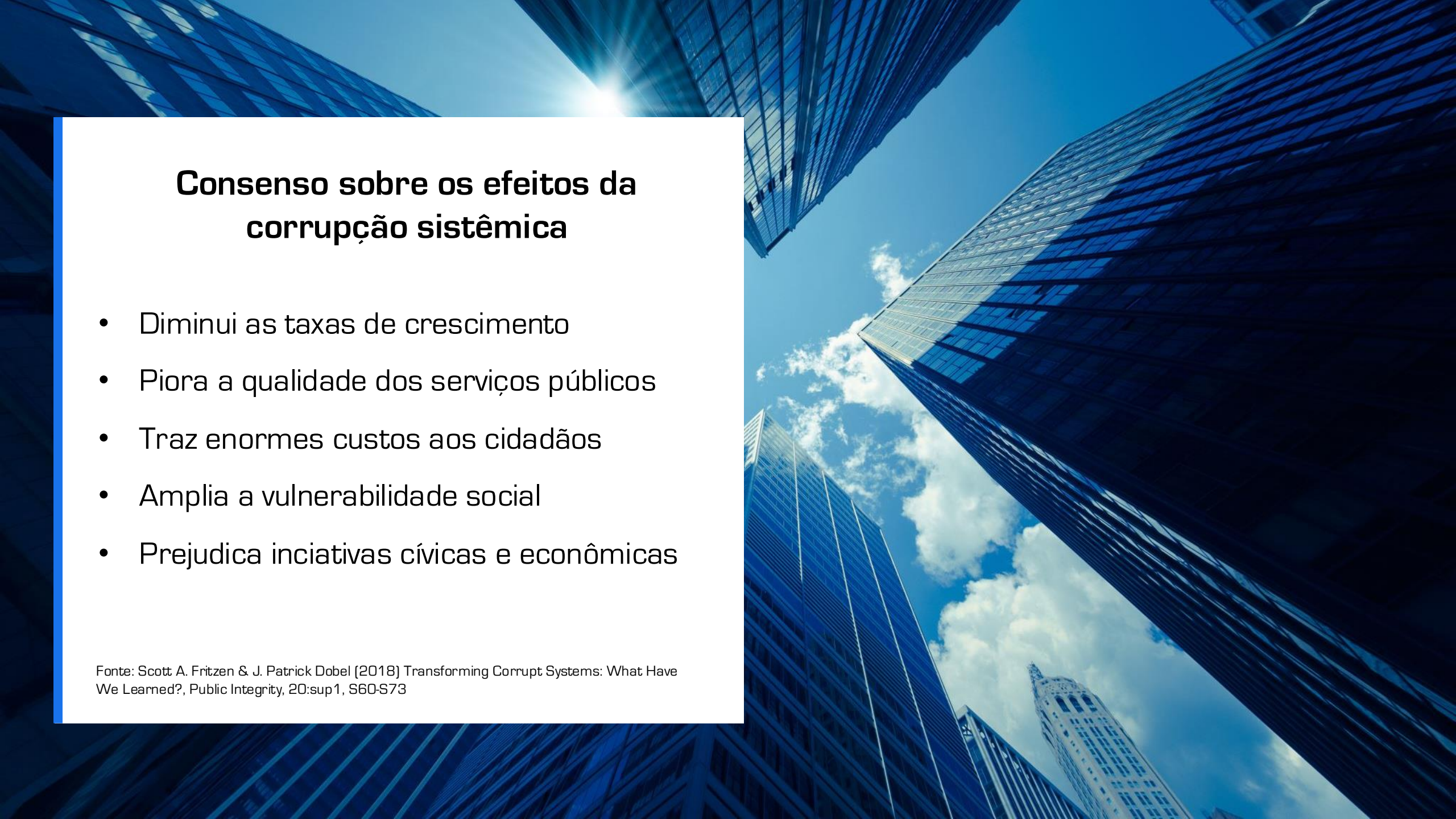
Bases de um programa de integridade



Exemplos de pilares de um programa de integridade

- Suporte da alta administração
- Gestão de riscos
- Governança
- Códigos de conduta e políticas internas
- Controle de terceiros e de nomeações
- Canais de denúncia e investigações Internas
- Controles Internos
- Treinamento e comunicação
- Responsabilização disciplinar
- Auditoria e Monitoramento





Consenso sobre os efeitos da corrupção sistêmica

- Diminui as taxas de crescimento
- Piora a qualidade dos serviços públicos
- Traz enormes custos aos cidadãos
- Amplia a vulnerabilidade social
- Prejudica iniciativas cívicas e econômicas

Fonte: Scott A. Fritzen & J. Patrick Dobel (2018) Transforming Corrupt Systems: What Have We Learned?, Public Integrity, 20:sup1, S60-S73

E será que vale a pena?

Qual o valor da imagem e da reputação?



82% dos consumidores esperam que as marcas se posicionem sobre questões importantes

63% dos consumidores comprarão ou boicotarão uma marca com base em suas crenças e valores (diretamente ligado à reputação)

Fonte: **Edelman Trust Barometer (2024)**



Reputação: 28% do Valor de Mercado

28%

Valor Reputacional

Reputação responde por 28% do market cap nas empresas do S&P 500

30%

Tendência Global

Padrão similar observado em mercados dos EUA e Europa

Investimento Estratégico

Integridade como investimento essencial para valor de mercado

Fonte: Echo Research - Reputation Dividend Report

Empresas éticas

- Valem mais no longo prazo (The Ethics Premium 2023 - Ethisphere Institute)
- Apresentam menor custo de capital (MSCI ESG Research)
- Em crises, sofrem **menos danos financeiros e de imagem** e se recuperam mais rapidamente (Burson Cohn & Wolfe – BCW)
- São mais atraentes para profissionais de alta qualidade (Glassdoor, Gallup)

Muito obrigado!!!

Mário Spinelli

<https://www.linkedin.com/in/mário-spinelli-57056510> 