



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
PRO - REITORIA DE GRADUAÇÃO
ESCOLA DE DIREITO, NEGÓCIOS E COMUNICAÇÃO
COORDENAÇÃO DO CURSO DE DIREITO
NÚCLEO DE PRÁTICA JURÍDICA
ARTIGO CIENTÍFICO

**A IMPORTÂNCIA DO COMPLIANCE PARA A ATUAÇÃO DAS STARTUPS EM
PAÍSES DE DIFERENTES CULTURAS**

ORIENTANDO: ISABELLA SENA DA SILVA
ORIENTADORA: PROF(A). PAULA RAMOS NORA DE SANTIS

GOIÂNIA
2023

ISABELLA SENA DA SILVA

**A IMPORTÂNCIA DO COMPLIANCE PARA A ATUAÇÃO DAS STARTUPS EM
PAÍSES DE DIFERENTES CULTURAS**

Artigo Científico apresentado à disciplina Trabalho de Curso II, da Escola de Direito, Negócios e Comunicação da Pontifícia Universidade Católica de Goiás.

Prof.^a (a). Me. Paula Ramos Nora de Santis.

GOIÂNIA-GO

2023

ISABELLA SENA DA SILVA

**A IMPORTÂNCIA DO COMPLIANCE PARA A ATUAÇÃO DAS STARTUPS EM
PAÍSES DE DIFERENTES CULTURAS**

Data da Defesa: ____ de _____ de _____

BANCA EXAMINADORA

Orientador (a): Prof. (a): Me. Paula Ramos Nora Santis –

Nota:

Examinador Convidado: Prof. Me: Cassiano Antônio Lemos Peliz Júnior -

Nota:

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	6
2 COMPLIANCE E GOVERNANÇA CORPORATIVA	6
2.1 ORIGEM DO TERMO “COMPLIANCE”	6
2.2 CONCEITOS E ALGUMAS CARACTERÍSTICAS MARCANTES DO COMPLIANCE	8
2.3 FASES DO COMPLIANCE	9
2.4 COMPLIANCE E GOVERNANÇA CORPORATIVA	11
3 A NOVA ERA EMPRESARIAL	12
3.1 O EMPREENDEDORISMO DE ALTO IMPACTO	12
3.2 ORIGEM, CONCEITO E CARACTERÍSTICAS MARCANTES DAS STARTUPS	13
4 O COMPLIANCE E AS STARTUPS	14
4.1 DESAFIO DO COMPLIANCE NAS STARTUPS	14
4.2 O COMPLIANCE DIGITAL E A SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO	15
4.3 ATUAÇÃO INTERNACIONAL E ADAPTAÇÃO CULTURAL	17
CONSIDERAÇÕES FINAIS	18
REFERÊNCIAS	19

A IMPORTÂNCIA DO COMPLIANCE PARA A ATUAÇÃO DAS STARTUPS EM PAÍSES DE DIFERENTES CULTURAS

Isabella Sena Da Silva

RESUMO

Neste trabalho será abordado o uso do *compliance* para a inserção de *startups* em diferentes países como método de solução de conflitos empresariais, tomando por base as novas relações negociais e a ética empresarial, considerando as grandes empresas no mundo digital, que trouxeram consideráveis inovações e incentivou enfaticamente em vários métodos alternativos de solução de conflitos. Portanto, no início desta pesquisa, serão abordados os métodos alternativos de soluções para conflitos de interesse usando o *compliance* a favor da empresa, esclarecendo a origem do termo, demonstrando seus conceitos e sua aplicabilidade, destacando a importância da aplicação das normas a fim de produzir um resultado satisfatório para as empresas. Destacará e conceituará o marco da tecnologia e o avanço do judiciário para a solução da nova demanda de litígios. Em seguida, será explicada a origem das *Startups* Digitais, e a aplicação do *compliance*. Por fim, será discutida sua aplicabilidade e eficácia, analisando a implementação do *compliance* no Brasil, salientando seu potencial autocompositivo e sua contribuição para resolução da dificuldade enfrentada pelas startups mundiais.

Palavras-chave: Compliance; Startups; Lei; Empresarial; Tecnologia; solução;

1. INTRODUÇÃO

O presente artigo possui a finalidade de abordar a relevância do *Compliance* no âmbito empresarial, com base nas empresas digitais, principalmente por meio da noção de inserção em diferentes culturas e da eficiência nos serviços. O uso do *compliance* como método alternativo de solução de conflitos é algo bastante recente no ordenamento jurídico brasileiro, e necessita de mais discussões sobre o caso.

Nos últimos anos, o *Compliance* assumiu um papel significativo no ambiente corporativo. As empresas que buscam agregar valor ao seu negócio e à posição de confiança no mercado em que estão inseridas encontram na implantação de um programa de *Compliance* um grande aliado, pois com o crescimento exponencial do escopo das normas de proteção (trabalhadores, consumidores, ambiente etc.), não há lugar no mercado para empresas que não se debruçam sobre esta temática, nem corram o risco de cometer irregularidades ou serem apanhadas em infração. Com a estrutura digital, as empresas inovadoras cresceram, assim, criando mais e mais *startups* e, portanto, necessitando cada vez mais de suporte para *compliance*.

Esta disposição legal serviu de incentivo à criação de programas e estruturas empresariais que assegurem a adequação do seu funcionamento e atividade às normas e regras legais, visando, através de uma análise criteriosa e gestão de riscos, criar um mecanismo de controle das empresas em termos de transparência, confiança e ética, necessários para a realização natural da cooperação mútua, única forma de mudar o pensamento dos atores e transformar efetivamente o Ambiente de Negócios.

2. COMPLIANCE E GOVERNANÇA CORPORATIVA

2.1 ORIGEM DO TERMO “COMPLIANCE”

Apesar de ser um tema bastante contemporâneo, a história do *Compliance* remonta a 1907, com a Conferência de Haia e posteriormente em 1975 com o Comitê da Basileia, que visava proteger o sistema financeiro internacional. Segundo a autora Hanna Thó (2016), a ética não se tornou apenas um princípio, mas agora é dever das empresas para manter a economia em movimento.

A palavra *Compliance* vem do verbo inglês “*to comply*”, referindo-se à ideia de seguir as regras e agir de acordo, utilizando um programa de integridade. Continua também como meio de aplicabilidade de sanções legais, credibilidade, regulamentação, códigos de conduta e prevenção à lavagem de dinheiro, conforme Franciso Mendes e Vinícius Carvalho (2017, p. 31.) descrevem:

Um programa de Compliance visa estabelecer mecanismos e procedimentos que tornem o cumprimento da legislação parte da cultura corporativa. Ele não pretende, no entanto, eliminar completamente a chance de ocorrência de um ilícito, mas sim minimizar as possibilidades de que ele ocorra, e criar ferramentas para que a empresa rapidamente identifique sua ocorrência e lide da forma mais adequada possível com o problema.

O *compliance* surgiu no início do século XX nos EUA, após a criação do “*Food and Drug Administration*” - FDA - (órgão americano que corresponde à ANVISA no Brasil), quando as empresas, diante da intensificação dos controles, passaram a ter a necessidade de estabelecer regras de conduta que permitissem, de forma que toda a sua cadeia produtiva esteja alinhada e proporcional às normas legais e regulamentares. A origem e desenvolvimento do *Compliance* é anglo-saxão, com particular enfoque no setor das telecomunicações e financeiro, que está intimamente ligado aos Estados Unidos. Foi criado em parte para regular o mercado financeiro, duramente atingido pela crise de 1929 devido à quebra da Bolsa de Valores de Nova York. (MELO, 2021).

Com o fim da Depressão em 1929, surgiu a necessidade de criar a SEC (*Securities and Exchange Commission*) criada então em 1934, para fiscalizar os valores mobiliários - ações, títulos e valores mobiliários de balcão, mercados e a conduta dos profissionais das instituições financeiras, incluindo corretores, distribuidores e consultores de investimentos, bem como monitorar relatórios financeiros que as empresas de capital aberto são obrigadas a publicar. (MELO, 2021).

A década de 1950 marcou o início da era do *Compliance*, com a *Prudential Securities* contratando advogados pela primeira vez para rastrear a legislação e monitorar atividades relacionadas a valores mobiliários. Após, a regulamentação da SEC (Comissão de Valores Mobiliários), insistindo na contratação de *compliance office* para criar procedimentos de controles internos, treinar e monitorar pessoas, para auxiliar as áreas de negócios na fiscalização.

No Brasil, segundo a Associação Brasileira de Bancos Internacionais (ABBI), em 1992, o tema ganhou destaque no início da propaganda de abertura de mercado do governo Collor. Naquela época, o país começou a se adequar aos padrões éticos e anticorrupção. Este movimento foi necessário devido ao aumento da concorrência entre as empresas multinacionais. Nos últimos anos, ganhou notoriedade no país graças às ações contra esquemas de corrupção e à aprovação da Lei nº 12.846/13 (Lei Anticorrupção). (MINUNCIO, 2018)

2.2 CONCEITOS E ALGUMAS CARACTERÍSTICAS MARCANTES DO COMPLIANCE

O *compliance* tem a função de criar mecanismos para evitar maiores problemas para a empresa no futuro. Infelizmente, está dando passos curtos até agora, principalmente devido a lenta adaptação do Brasil com o cenário mundial. Mas a prevenção é e sempre será a melhor forma de evitar: uma longa disputa judicial sobre o descumprimento da legislação trabalhista; pesadas multas da Receita Federal por falta de prestação de contas e até multas ambientais. Essa lista também inclui o tratamento de informações, que se tornou um tema importante com a entrada em vigor da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) e que pode causar muitos problemas.

Isso significa que há grandes chances de falhas que podem e devem ser evitadas, e é justamente esse o papel do *compliance*. Por meio dela, as normas são observadas e situações semelhantes deixam de fragilizar a empresa no mercado e reduzir sua credibilidade. Um dos objetivos do *compliance* é corrigir e prevenir desvios que possam trazer pendências jurídicas para as empresas, mas não é sua única função.

O Programa de *Compliance* e Ética Empresarial, nome de sua prática nas organizações, também se dedica a questões relacionadas à ética, sustentabilidade, cultura corporativa e diversos outros possíveis riscos. O programa abrange, portanto, não apenas as obrigações legais da empresa, mas todas as áreas que podem afetar seu desempenho e reputação, bem como as regras e valores que compõem toda instituição e que podem ser violados. (BOBSIN, 2022)

Ter uma área de *compliance* na empresa traz diversos benefícios, como ganho de vantagem competitiva em relação à concorrência, atração de investidores,

identificação de riscos e prevenção de problemas, ganho de credibilidade, melhoria da eficiência e qualidade dos serviços/produtos, aumento da governança, consolidação de uma cultura organizacional, sustentabilidade, correção efetiva de não-conformidades.

No atual cenário mundial, principalmente com as novas leis de segurança da informação, as empresas que possuem um setor de *compliance* atuante, independente e bem estruturado se colocaram em um patamar diferenciado de concorrência. As consequências da falta de um sistema de *compliance* pode gerar descumprimento da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), entre outras, publicação da infração, danos à imagem da empresa, bloqueio do processamento de dados, sanções impostas pelo órgão governamental e multas de até R\$ 50.000.000,00 (cinquenta milhões de reais). Na prática, é uma perda de clientes e contratos na cadeia LGPD e *General Data Protection Regulation* GDPR.

O *compliance* empresarial também é uma obrigação de cumprir as leis e os regulamentos. Inclui não apenas regras e controles internos, mas também externos que as empresas precisam se adequar. É fato que todas as sociedades empresárias devem administrar suas ações de acordo com as regras estabelecidas. Tanto dos órgãos de controle e das normas internas da empresa, quanto dos colaboradores e da alta direção.

Portanto, é utilizado para que a organização comprove que os padrões seguidos estão de acordo com os padrões de controle. E isso em todas as áreas como no direito do trabalho, direito comercial, direito constitucional, direito tributário etc.

2.3 FASES DO “COMPLIANCE”

Não existe um modelo único de Programa de *Compliance*, pois cada um é adaptado à realidade da empresa. Apesar disso, algumas características são comuns, por isso é possível descrever de forma ampla as cinco fases principais da implantação de um programa de *compliance*, segundo Mendes e Otto (2018 e 2021).

Primeiramente, é preciso entender a empresa por meio da compreensão de seus princípios éticos, metas e diretrizes para a atuação de seus dirigentes. O relacionamento com terceiros também deve ser mapeado para identificar fornecedores e clientes de alto risco, aprimorar processos internos e criar planos de

contingência. O programa de integridade na empresa começa com uma avaliação dos riscos de corrupção, iniciando no mapeamento de processos e interações com o setor público, avaliar e mensurar a exposição a riscos e realizar *due diligence* e anticorrupção. (MENDES 2018)

Começando a segunda fase com o desenvolvimento de um ambiente de ética empresarial a partir do desenho e da implantação da estrutura de governança do programa anticorrupção. Esta etapa inclui a definição de mandatos, papéis e responsabilidades sobre o programa, além da construção de uma cultura de integridade e relacionamento com clientes e fornecedores, políticas de doação, confidencialidade, conflitos de interesse, ambiente de trabalho, proteção ao meio ambiente e definição de responsabilidades para promover o cumprimento dos princípios éticos. (MENDES, 2018)

A terceira fase versa em esquematizar e praticar atividades para identificar e suprir brechas de controles internos. Sendo inserido a partir do desenvolvimento de estruturas para prevenir e constatar casos de corrupção, além da revisão e elaboração de código de ética, manuais anticorrupção, políticas e procedimentos da empresa. Inclui a publicação de um código de ética e o treinamento dos funcionários, como todo sistema é claro que não basta apenas a existência de um programa de *compliance*, é fundamental que ele esteja ativo e funcionando corretamente. Cada funcionário deve receber uma cópia e se comprometer pessoalmente a cumprir seus regulamentos. (OTT, 2021)

Durante a quarta fase é preciso estruturar canais de denúncias e processos de investigação internos a colaboradores, clientes, fornecedores e terceiros. Como o oferecimento de denúncias só é incentivado quando o colaborador se sente seguro, esses canais devem permitir o envio de denúncias anônimas por meio de um endereço de e-mail, um site, uma linha telefônica exclusiva que pode ser totalmente gerenciada por empresas externas. (OTT, 2021)

Na última fase, o foco são as atividades de monitoramento. É necessário constatar que a corporação está em consonância com as normas empresariais e as melhores práticas de mercado, rever processos e execução de auditoria interna, e, por fim, monitorar os planos de remediação e ações corretivas. (MENDES, 2018)

No âmbito organizacional, a reputação é o grau de reconhecimento que a instituição alcança em seu ambiente e, por que não, o grau de estima por parte dos

diversos colaboradores, acionistas, clientes e muitos outros. Já sabemos que fazer o certo não custa mais, já que empresas éticas valem bem mais.

2.4. COMPLIANCE E GOVERNAÇÃO CORPORATIVA

Embora sejam conceitos diferentes, esses mecanismos são semelhantes em funcionalidade e, formam um conjunto de estratégias para a empresa demonstrar seu valor e compromisso com acionistas e clientes, com o objetivo de garantir a gestão ética da empresa de acordo com as obrigações estabelecidas nas agências reguladoras.

O IBGC (Instituto Brasileiro de Governança Corporativa) traz a seguinte definição do que é a governança corporativa:

Governança corporativa é o sistema pelo qual as empresas e demais organizações são dirigidas, monitoradas e incentivadas, envolvendo os relacionamentos entre sócios, conselho de administração, diretoria, órgãos de fiscalização e controle e demais partes interessadas. (IBGC)

Ou seja, falar de governança corporativa é falar de regulamentação, diretrizes e padrões que uma empresa deve seguir para gerenciar relacionamentos em sua estrutura, como o *Compliance* (Programa de Integridade), por sua vez, está relacionado a medidas efetivas no combate a fraudes e esforços constantes para o cumprimento da adoção efetiva do programa, consiste em três ações básicas: prevenção, detecção e resposta.

Tais regras que visam manter um relacionamento coeso e pacífico na sociedade como princípios básicos que devem orientar qualquer empresa, nomeadamente; Transparência (a informação deve ser clara e transparente, não pode ser disfarçada ou negada devido a uma determinado acionista majoritário), justiça (os parceiros devem ser tratados de forma igual, obviamente respeitando os direitos a que têm direito participação e outros pontos a serem respeitados, como sócios), contabilidade (deve haver contabilidade, acionistas e outras partes interessadas têm o direito de saber o que está acontecendo na empresa) e a responsabilidade da empresa (responsáveis pela sua prestação os valores devem

fazê-lo e os interesses da sociedade devem estar sempre em primeiro plano antes de qualquer interesse pessoal).

Retomando as ideias de Hanna Thó (2021), na introdução obrigatória das regras de *Compliance*, dá às empresas um prazo de 24 meses para se adaptarem, instrui melhor a atividade de exploração econômica a que se refere o artigo 173.º CF/88, trata dos conceitos modernos de sociedade de economia mista e sociedades anônimas, regulamenta as prestadoras de serviços públicos, prevê diversos mecanismos de transparência e governança. Há uma mudança de foco, antes focado apenas no controle de empresas privadas, agora combatendo a corrupção nas empresas estatais.

Cabe destacar, que existem diversas disposições sobre padrões de integridade em nosso país, como o Manual de Responsabilidade Social Corporativa Anticorrupção, o Programa de Ética e *Compliance* Anticorrupção para Empresas, a Lei Anticorrupção, o Programa Enfatizado pelo Governo e recentemente a lei estatal. (OTT, 2021)

No livro “Lei Anticorrupção Empresarial” do criminologista brasileiro Rogério Sanchez Cunha (2020), há um detalhamento da lei anticorrupção que conclama as organizações a praticar e estruturar uma governança corporativa, gestão de riscos e controle interno. A grande inovação que trouxe é responsabilidade não só de quem aceita suborno, mas também de quem se corrói oferecendo-o.

3. A NOVA ERA EMPRESARIAL

3.1 O EMPREENDEDORISMO DE ALTO IMPACTO

O crescente desenvolvimento tecnológico desde a invenção da Internet mudou a forma como a sociedade vive e facilitou a comunicação, o movimento e a transmissão da informação, e posteriormente também mudou a dinâmica das empresas. Em 1965, o engenheiro americano Gordon Earle Moore descobriu que o desenvolvimento tecnológico não é linear, mas exponencial, dobrando significativamente a cada dezoito meses. Essa descoberta ficou conhecida como "Lei de Moore" e sintetizou a noção de tecnologia exponencial. (INVENTTI, 2018)

As formas de negociação e a própria configuração das empresas estão mudando cada vez mais rapidamente em decorrência do avanço tecnológico. Estas

transformações têm impacto tanto na economia como na realidade social, cultural e política.

O diferencial do empreendedorismo de alto impacto nesses contextos de inovação tecnológica, com o desenvolvimento cada vez maior de *softwares*, a crescente popularização da *Internet of Things* - IOT (internet das coisas) e o desenvolvimento da inteligência artificial - IA, surgem novas formas de negociação, como o *e-commerce*, e novas formatações de empresas de prestação de serviço como Uber (transporte), Ifood (entrega de comida), Nubank (banco digital), tornando assim *startups*.

3.2 ORIGEM, CONCEITO E ALGUMAS CARACTERÍSTICAS MARCANTES DAS STARTUPS

O significado da palavra *startup* vem da palavra inglesa *start* (início) e o primeiro uso se refere a um artigo da revista Forbes da década de 1970. O conceito de *startup* é uma empresa em estágio inicial que possui uma proposta de negócio inovador, com grande potencial de crescimento, baixo investimento e visa solucionar problemas do cotidiano de maneira simples e tecnológica, através de inteligência artificial. Podem atuar em qualquer área ou tipo de mercado e comumente utiliza a tecnologia como base de suas operações. (GARRETT, 2020)

Esse modelo de negócio possui várias características, entre elas a inovação ganha destaque. A Spotify, por exemplo, trouxe uma maneira completamente nova de ouvir música por meio do streaming. Uma das características das startups é justamente essa capacidade de pegar um elemento e transformá-lo em algo totalmente fora do que já foi pensado. Com o pensamento inovador as startups saem na frente e garantem uma posição de vantagem no mercado. Com o pioneirismo nos ramos em que estão inseridas, elas detêm conhecimentos valiosos e podem atualizar e modernizar suas soluções. (AMORIM, 2021)

Porém, é preciso sempre se manter atualizadas, para não perderem a liderança no mercado. Grande parte investe em tecnologia, área que está despontando nos últimos anos com um potencial considerável. Apesar de não ser uma regra, esse investimento é essencial para trazer a inovação que as startups precisam. O foco no cliente é o pilar de quaisquer startups. Os produtos, soluções e

serviços são sempre pensados em resolver as dores dos potenciais clientes e garantir uma experiência única. (AMORIM, 2021)

Elas se tornaram famosas em todo o mundo principalmente durante a "bolha ponto com", quando a popularização da Internet no final dos anos 1990 estimulou a criação de inúmeras "empresas.com". Nessa época, várias *startups* surgiram no Vale do Silício, área californiana que abriga diversas empresas de tecnologia, incluindo gigantes como Google e Apple. (AMORIM, 2021)

Normalmente, estes negócios estão associados a soluções tecnológicas que procuram satisfazer alguma necessidade do mercado. Apesar de um início mais incerto e arriscado, essas empresas tendem a ter sucesso e podem se tornar referências no que fazem. É o caso do Uber, Netflix e Nubank, alguns exemplos menos óbvios são fabricantes de veículos elétricos puros, como *Rimac* e *AEV Robotics*, empresas da indústria aeroespacial que propõem a exploração espacial como modelo de negócios, como *Virgin Galactic*, *RocketLab* e *Blue Origin*; ou mesmo algumas empresas que estudam a criação de sistemas de transporte urbano utilizando veículos elétricos, voadores ou não. (FALCÃO-2020)

Outra diferença tem a ver com a agilidade. Ao contrário de uma empresa já consolidada, que tende a avançar lentamente nos processos internos de análise e discussão de novos produtos, uma *startup* pode ir da ideia à implementação em pouco tempo. Em geral, eles assumem mais riscos, desenvolvem um relacionamento mais.

4 O COMPLIANCE E AS STARTUPS

4.1 DESAFIO DO COMPLIANCE NAS STARTUPS

Alan Moreira Lopes e Tarcisio Teixeira (2021) observam que a necessidade do direito abordar as novas tecnologias decorre da segurança jurídica, mas que legisladores e juristas têm: "priorizado a elaboração de dispositivos legais principiologicos, ou seja, textos que rejam a essência e os objetivos das tecnologias". Tendo em vista a velocidade com que a tecnologia se desenvolve, é impossível padronizar determinado dispositivo de forma específica, sob pena de rápida obsolescência da lei.

Fica claro que há uma preocupação crescente no Brasil em criar e aprimorar mecanismos jurídicos que assegurem a proteção de usuários e empresas no ambiente digital, bem como garantam a responsabilidade por danos, tornando a Internet, o próprio ciberespaço, mais legal e com segurança. No entanto, não se pode esquecer que muitas leis são imprevisíveis e atrasadas.

A Lei Complementar nº 167, de 24 de abril de 2019, buscou conceituar *startups* definindo suas características e distinguindo *startups* de natureza incremental das de natureza disruptiva. Assim sendo, em condições de incerteza e exigindo experimentação e validação que podem produzir sistemas, métodos ou modelos de negócios, serviços ou produtos completamente novos (*startups* disruptivas) ou melhorar os já existentes (*startups* incrementais).

Segundo Daniel Maffessoni Diniz (2022), professor de direito de *startups* e direito empresarial, é importante monitorar o ambiente de negócios e todos os sistemas regulatórios que o afetam:

Existem áreas extremamente sensíveis à regulação, como o mercado médico e farmacêutico. Porém, todos os tipos de negócios possuem regulações específicas, que devem ser seguidas para que as startups entrem num alto padrão de conformidade. (MAFESSONI, 2022, p. 68)

Outro desafio é trabalhar de forma correta e transparente com os investimentos externos. Quando uma *startup* se comporta de acordo com os princípios de *compliance*, ela remove irregularidades contábeis e oferece garantias aos que investem. Muitos fundos internacionais nem sequer abrem negociações de investimentos, a menos que haja um programa de *compliance*. O programa deve criar uma cultura corporativa baseada no comportamento ético e legal. Não são apenas as grandes corporações que são obrigadas a cumprir. A complexidade do conceito deve ser adaptada ao tamanho e estrutura da *startup*. O incumprimento desta instrução aumenta o risco e a possibilidade de falha.

4.2 O COMPLIANCE DIGITAL E A SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO

Face a este complexo cenário de intensiva informação e criação de novos espaços de competição econômica, a proteção de dados e o seu tratamento tornam-

se extremamente importantes, tanto para a privacidade dos cidadãos e para a livre concorrência econômica, como para a prevenção e luta contra a corrupção. Merecem atenção a consolidação e o aprimoramento da legislação referente aos ambientes digitais, aspectos das relações comerciais em ambiente virtual, comércio eletrônico, especialmente proteção dos dados do consumidor e da empresa.

João Francisco Cassino (2021), com base em Foucault, ainda ao coletar dados dos usuários das novas tecnologias de comunicação, observa que, assim como a sociedade de controle não foi substituída pela sociedade disciplinar, mas a complementou: "as redes digitais interativas não substituíram as redes de *broadcast*, mas a influenciaram e as complementaram" e destacou o risco de modulação da internet quando os consumidores são coagidos a certos comportamentos ou desejos usando dados e modulação algorítmica recolhidos de suas experiências anteriores.

O Brasil também possui legislação e mecanismos que visam proteger a livre concorrência, incluindo normas que também se aplicam aos ambientes virtuais, como: Lei 12.529/11 estrutura o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência (SBDC). O país também tem procurado aprovar leis específicas para proteger os cidadãos em ambientes virtuais, como o Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965/14), a Lei Geral de Telecomunicações (Lei nº 9.472/07), além do Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/90) e a recente Lei Geral de Proteção de Dados (Lei nº 13.709/18).

A inserção e efetividade da recente Lei Geral de Proteção de Dados (Lei nº 13.709/18) vem se mostrando essencial para a adequada proteção do consumidor brasileiro, que garante: respeito à privacidade; autodeterminação informativa; liberdade de expressão, informação, comunicação e opinião; inviolabilidade da privacidade honra e imagem; proteção do cliente; direitos humanos, livre desenvolvimento da personalidade, dignidade e exercício da cidadania pelas pessoas físicas.

Essa é a principal diferença entre o compliance digital e a LGPD. O GDPR (Regulamento Geral de Proteção de Dados) é uma legislação obrigatória, enquanto a conformidade digital é uma prática que pode ou não ser seguida. O papel da LGPD é conduzir o programa de conformidade digital, pois estabelece penalidades, obrigações, regras e procedimentos de privacidade da empresa.

A Lei Geral de Proteção de Dados, apesar de ter surgido a tempo, está 40 anos atrás dos estudos sobre proteção de dados na Europa. A União Europeia

possui um Regulamento Geral de Proteção de Dados (RGPD) desde 2018, que revogou a Diretiva de Proteção de Dados da década de 1990, e em um ano de sua vigência foram autuados 89.000 (oitenta e nove mil) autos de infração e 56.000 (cinquenta e seis mil) euros foram cobrados em multas.

Essa legislação também visa proteger as próprias empresas, repetindo os dispositivos constitucionais, fundamentando a proteção de dados na livre iniciativa e na livre concorrência. Vale ressaltar também que a adoção de um programa de compliance digital torna a empresa mais atrativa e competitiva em seu setor de atuação, fortalecendo sua transparência e clareza em relação aos consumidores e ao mercado.

4.3 ATUAÇÃO INTERNACIONAL E ADAPTAÇÃO CULTURAL

O processo de internacionalização é visado por empreendedores, especialmente pelo fato das *startups* terem como principal característica um padrão de negócios repetível e escalável, assim a internacionalização possibilita, além da localização da empresa, um maior fluxo de capital e maior rapidez no crescimento. A internacionalização de uma *startup* incide no método de extensão do negócio, seja por meio da negociação de seus serviços, seja pela captação de investimentos no exterior.

Uma das vantagens da internacionalização, além de ser uma oportunidade de aumento de lucro ou aquisição, é que com a abertura de novos mercados há um fortalecimento dos negócios, principalmente no que diz respeito às crises econômicas locais. Quando o negócio se expande, ele também passa a não depender apenas de variáveis locais, sejam econômicas ou mesmo estacionais. Como exemplo, poderíamos citar uma *startup* que atua no setor escolar e tem meses de mais faturamento. Com a expansão, teria ciclos diferenciados de maior faturamento, o que acomodaria maior equilíbrio financeiro. Também é possível citar que com a internacionalização é possível operar com outras moedas como o dólar, o que também ajuda na gestão dos riscos do negócio.

A Pipefy desenvolveu um aplicativo para gerenciar e otimizar os processos da empresa. A percepção de que o produto seria facilmente escalável devido à sua capacidade de adaptação e, portanto, flexibilidade em outros mercados foi um de seus diferenciais. O caminho para a internacionalização, embora traçado desde o

início das operações em 2013, não aconteceu de imediato e exigiu a participação em diversos projetos e programas de financiamento de *startups*. Hoje, a Pipefy está sediada em Curitiba/PR e São Francisco/CA e possui clientes em mais de 150 países.

Hoje, o governo federal, por meio do Ministério das Relações Exteriores e do Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços, tem um programa de internacionalização implementado em colaboração com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos - Apex-Brasil, Sebrae e Associação Nacional de Entidades Apoio a Empreendimentos Inovadores (Anprotec).

Para superar esses desafios, as startups internacionais devem realizar pesquisas de mercado aprofundadas, desenvolver parcerias locais, contratar talentos locais, adaptar suas estratégias de negócios e estar preparadas para aprender e se adaptar rapidamente.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da pesquisa realizada, constatou-se que o relacionamento entre negócios de alto impacto deve contemplar as melhores práticas e estar sempre atento à função social da empresa. Também foi reconhecido que o ambiente virtual, além de apresentar oportunidades, tanto para o mercado quanto para os consumidores ainda traz riscos para quem nele trabalha, devendo ser tomadas medidas para proteger e respeitar a proteção de dados e a privacidade.

Por fim, conclui que as empresas inovadoras, apesar do ambiente experimental em que estão inseridas, da ampla atuação no ambiente digital (ciberespaço) e da possibilidade de representar a abertura de um nicho completamente novo no mercado, devem adotar boas práticas de negócios e, ao mesmo tempo, prestar atenção à livre concorrência econômica, prevenção e combate à corrupção e proteção.

REFERÊNCIAS

ASSENNATO, Diana. O que é a Lei de Moore e porque ela é importante para tecnologia. Disponível

em:<<https://www.freetheessence.com.br/inovacao/tecnologia/lei-de-moore/>>. Acesso em; 25/11/22

AO, Sociedade de Advocacia. Internacionalização de startups: Saiba como fazer um bom planejamento. Disponível em:<<https://oa.adv.br/como-planejar-internacionalizacao-de-startup/>>. Acesso em: 25/01/2023

ANDRADE, Adriana; ROSSETTI, José Paschoal. Governança Corporativa: fundamentos, desenvolvimento e tendências. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2011

AMORIM, Sylvia. O que é uma startup unicórnio e quais são as principais do mercado nacional. Disponível em: <<https://enotas.com.br/blog/startup-unicornio/>>. Acesso em 14/04/2023

BRASIL. Lei Nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). (Redação dada pela Lei nº 13.853, de 2019). Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm>. Acesso em: 22/10/2022

E-COMMERCE BRASIL. E-commerce brasileiro cresce 22,7% com faturamento de R\$ 75 bi em 2019. Disponível em: <<https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/e-commerce-brasileiro-cresce-2019-compreconfie/>>. Acesso em: 01/03/2023

FALCÃO, Cintia; CARNEIRO, Tayná (Coord). Direito Exponencial: o papel das novas tecnologias no jurídico do futuro. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2020

OLIVEIRA, Eliezer: Startups Fintechs no Brasil: um estudo sobre os principais impactos sociais e mercadológicos nos últimos 10 anos. Disponível em: <<https://repositorio.animaeducacao.com.br/handle/ANIMA/8019>>. Acesso em: 06/11/2022

SANCHES, Rogério; SOUZA, René. Lei Anticorrupção Empresarial. 4. ed. Jus Podivw: <http://54.157.20.182/cdn/arquivos/jus1607_previa-do-livro.pdf>. Acesso em: 16/01/2023

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. A noção de modulação e os sistemas algoritmos. in SOUZA, Joyce; AVELINO, Rodolfo; DA SILVEIRA, Sérgio Amadeu (Org.). A sociedade de controle: manipulação e modulação nas redes digitais. São Paulo: Hedra, 2018. p. 41

THÓ, Hanna: Compliance nas Empresas Estatais Brasileiras. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/54136/compliance-nas-empresas-estatais-brasileiras>. Acesso em 03/04/2023

Comissão Europeia. Disponível em: <https://commission.europa.eu/law/law-topic/data-protection/data-protection-eu_pt > acesso em: 06/06/2023