



GUIA DE BOAS PRÁTICAS EM INTEGRIDADE CORPORATIVA PARA O SETOR DE ÓLEO E GÁS



INSTITUTO
BRASILEIRO DE
PETRÓLEO, GÁS E
BIOCOMBUSTÍVEIS

A casa
da nossa
indústria.



IBP – Instituto Brasileiro de Petróleo, Gás e Biocombustíveis

Presidente

José Firmo

Secretário Geral

Milton Costa Filho

Gerência Executiva Corporativa

Patricia Scott

Gerência Jurídica e Compliance

Maurício Bove

Comissão de Compliance

Coordenador – Marise dos Santos

Vice Coordenador – Mauricio Bove

**A Comissão para elaboração
deste caderno foi composta
dos seguintes membros
(em ordem alfabética):**

Alessandro Ferreira

Andriei Cunha

Bruno Marques

Bruno Montfort

Caio Magri

Carolina Moraes

Carolina Orlandi

Cecília Gurgel

Cristiane Buchaúl

Cristina Figueiredo

Deborah Doctorovich

Gabriela Barros

Gilberto Couto

Guilherme Lima

Izabel Magnago

José Augusto Adami

Leonardo Santos

Marina Ferro

Marise dos Santos

Mary Kuwada

Mauricio Bove

Nir Lander

Pablo Gay-Ger

Paula Oda

Renata Citriniti

Reynaldo Goto

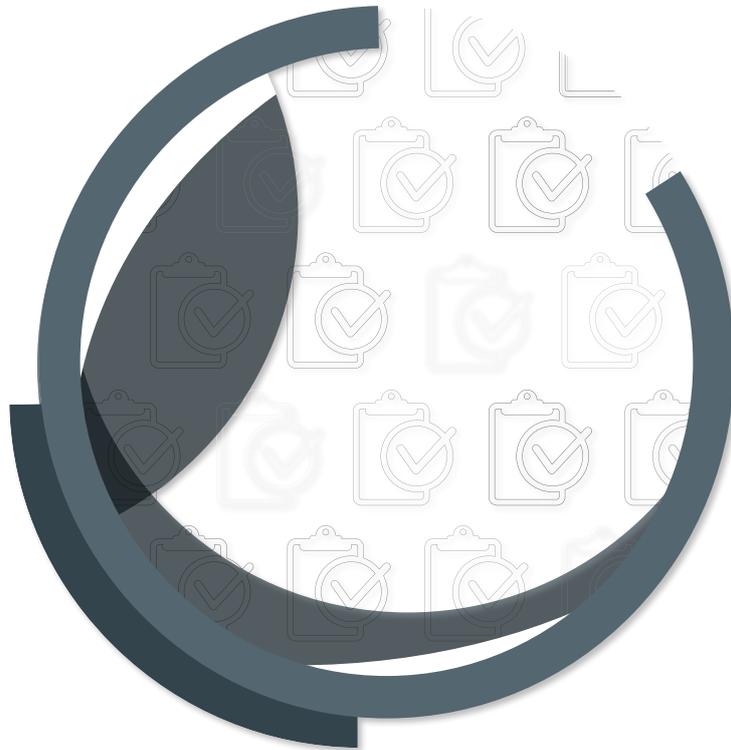
Rodolfo Silva

Ruan Santos

Sylvia Figueiredo

Ulisses Martins

GUIA DE BOAS PRÁTICAS EM INTEGRIDADE CORPORATIVA PARA O SETOR DE ÓLEO E GÁS



SUMÁRIO

6	Mensagem do Presidente
8	Introdução
9	Capítulo I – Presentes, Brindes e Hospitalidade
11	Capítulo II – Relacionamento com o Poder Público
13	Capítulo III – Conflito de Interesses
14	Capítulo IV – Due Diligence
15	Capítulo V – Uso de Intermediários em Relações Comerciais
16	Capítulo VI – Sanções, Combate ao Terrorismo e Prevenção à Lavagem de Dinheiro
18	Capítulo VII - Direitos Humanos, Responsabilidade Social e Meio-Ambiente
20	Capítulo VIII - Auditoria de Sistemas de Integridade
22	Capítulo IX – Canais de Denúncia
24	Capítulo X - Violações das Leis de Defesa à Concorrência
26	Capítulo XI –Treinamento e Disseminação da Cultura de Compliance
28	Capítulo XII - Gerenciamento de Informações
30	Capítulo XIII - Doações e Patrocínios
32	Considerações Finais

MENSAGEM DO PRESIDENTE

Ao longo dos últimos quatro anos, no Brasil, e ao longo dos últimos quarenta no mundo, compliance se tornou uma palavra de ordem ao se tratar de governança corporativa. Seja chamando-a por conformidade, ou ainda por integridade, o compliance entrou de forma profunda e indissociável na rotina e nas atividades de empresas e associações, e conquistou um espaço de destaque na mídia, na educação corporativa, e mesmo em políticas públicas impulsionadas pelo Estado.

A razão disto é clara: no panorama político-econômico atual, poucos fenômenos têm repercutido de forma tão homogênea e em tantos setores da economia quanto os esforços de combate à corrupção. Demorou. Em 2018, passaram-se quarenta e um anos desde a publicação do FCPA nos Estados-Unidos, que se tornou o mais importante diploma legal a tratar da corrupção global de agentes públicos, e que impulsionou empresas ao redor de todo o mundo a desenvolver procedimentos de compliance. Mas ao longo desses quarenta e um anos o movimento cresceu, ganhou impulso, enraizou-se na cultura institucional, e foi replicado por empresas, Estados e organizações internacionais. Hoje, programas de compliance atingiram um nível de sofisticação ímpar em matéria de governança corporativa, e o engajamento e inovação das empresas globais parecem não diminuir.

Me orgulha reconhecer que grande parte desse avanço se deu na indústria do petróleo, gás e biocombustíveis. A nossa indústria é um empreendimento global por natureza. Nascemos e crescemos através da exploração integrada de campos geograficamente distantes, e nosso modelo

de negócios inaugurou toda uma nova fase do processo de globalização. Essa dimensão, que é um mérito, também se provou um desafio. Poucas atividades são tão reguladas pelo poder público quanto a exploração e produção de petróleo e gás, e poucas indústrias são tão expostas a riscos de corrupção como a nossa. Temos de reconhecer ainda que poucos setores tem um apetite tão grande por negócios quanto o nosso, e que estes fatores combinados geram um risco indissociável às atividades da nossa indústria. As normas nacionais e internacionais de combate à corrupção foram especialmente impactantes para nós, mas nossa resposta tem sido à altura desses desafios.

Nosso setor agrega empresas com presença mundial, e a adesão de suas subsidiárias aos programas de compliance criados em suas matrizes fez com que a integridade corporativa chegasse a pontos do globo onde sequer se discutia o combate à corrupção. Participamos da criação e da difusão de programas de integridade no mundo, e hoje podemos nos considerar uma referência na matéria.

Não há dúvidas de que há ainda desafios a serem enfrentados, e que o tratamento dos mesmos demandará a junção de esforços públicos e privados, em todos os níveis do nosso setor. Encarar estes desafios se faz especialmente importante agora, quando o reaquecimento da economia e a retomada do plano de desenvolvimento de campos de petróleo e gás no Brasil anunciam um novo momento de negócios para o país. Avistam-se novos leilões, novos consórcios e novos contratos. Avistam-se novas mudanças nos marcos regulatórios, e avistam-se novas oportunidades de crescimento. É o desejo da

nossa indústria que esse crescimento se dê pautado em preceitos éticos, e alinhado com o que há de mais moderno nos esforços globais de combate à corrupção.

Para o Instituto Brasileiro de Petróleo, Gás e Biocombustíveis - IBP, que é casa da indústria de petróleo, gás e biocombustíveis no Brasil, o compliance tornou-se um elemento fundamental para o desenvolvimento do setor, e estamos envidando esforços para nos tornarmos um fórum de discussão e difusão da cultura de integridade no país. Seja através dos nossos projetos educacionais, seja por meio das ações coletivas da nossa Comissão, trouxemos para dentro da casa da indústria esse tema que nos é tão relevante, e desejamos que daqui ele atinja todos os níveis da nossa cadeia de produção.

Ao longo dos anos de 2017 e 2018, a Comissão de Compliance do IBP, composta por Petrobras, Shell, BP, Chevron, Halliburton, Repsol Sinopec, Schlumberger, Equinor, Aker Solutions, BHGE, Ocyan, Siemens, Total, TechnipFMC e Instituto Ethos, dedicou-se a construção de dois documentos inéditos no setor. O primeiro, denominado "Pacto de Integridade da Indústria de Óleo, Gás e Biocombustíveis" é uma ação coletiva pela qual seus signatários comprometem-se a observar quatorze ações e diretrizes na condução de suas atividades. O segundo, decorrente do primeiro, é um manual de boas práticas

voltado às atividades da indústria de O&G, capaz de, ao mesmo tempo refletir as melhores práticas adotadas por empresas transnacionais, e ser acessível a todos os demais membros da cadeia de suprimentos. O primeiro resultado desses esforços foi alcançado na Rio Oil&Gas 2018, com o lançamento e a assinatura do Pacto de Integridade.

A partir deste documento, a Comissão de Compliance entrega o segundo resultado de seus trabalhos, o "Guia de Boas Práticas em Integridade Corporativa para o Setor de O&G". Com o apoio do Ministério da Transparência e Controladoria-Geral da União – CGU, o documento, organizado em 13 (treze) capítulos, foi redigido coletivamente pelos signatários do Pacto por meio de estudos comparativos dos seus programas de compliance, e diretrizes e métodos internacionais usualmente adotados. Voltado para a cadeia de suprimentos e demais membros da indústria, este Guia visa transmitir de forma simples e sintética diretrizes básicas para a adoção de um programa de integridade, adequado aos riscos do setor. Que possa esse Guia auxiliar na difusão, criação e sofisticação de programas de integridade por todos os ramos de nossa indústria, e que possa esse efeito em cadeia significar mais um avanço na ética corporativa e no combate à corrupção.

José Firmo
Diretor Presidente do IBP

1. INTRODUÇÃO

O presente Guia de Boas Práticas em Integridade Corporativa para o Setor de O&G é uma obra coletiva elaborada pela Comissão de Compliance do Instituto Brasileiro de Petróleo, Gás e Biocombustíveis – IBP. Com o apoio do Instituto Ethos e do Ministério da Transparência e Controladoria Geral da União – CGU, o grupo reúne representantes, Chiefs Compliance Officers, de 14 empresas associadas ao Instituto: Petrobras, Shell, BP, Chevron, Halliburton, Repsol Sinopec, Schlumberger, Equinor, Aker Solutions, BHGE, Ocyan, Siemens, Total e TechnipFMC.

Decorrente da ação coletiva denominada "Pacto de Integridade da Indústria de Óleo, Gás e Biocombustíveis", lançado na Rio Oil & Gas 2018, este Guia é o resultado do segundo trabalho de iniciativa da Comissão. O Pacto de Integridade é um compromisso das signatárias com a observância de um alto padrão de integridade na condução de suas atividades, visando a promoção de um modelo de negócios ético, sustentável, transparente, ambiental e socialmente responsável. As iniciativas da Comissão intencionam se tornar uma referência para a indústria de óleo e gás em matéria de combate à corrupção, e conquistar a adesão de mais empresas do setor. A fim de ampliar o acesso à informação e corroborar com a difusão deste padrão de integridade, a Comissão se propôs a redigir uma cartilha explicativa voltada para pequenas e médias empresas da cadeia de produção e serviços, que ora é lançada na forma de um Guia de Boas Práticas.

O Guia, redigido ao longo de um estudo comparativo dos programas de integridade das empresas-membro da Comissão de Compliance do IBP, não tem a intenção de ser um documento exaustivo para a implementação de programas de integridade. Ele desenvolve os temas abordados no Pacto de Integridade e visa a traçar um panorama geral dos principais riscos e políticas de conformidade praticados por empresas da indústria de óleo e gás. Seu objetivo é dar subsídios para que pequenas e médias empresas da cadeia de fornecimento desenhem programas de compliance adequados aos riscos do setor, ou ajustem e sofisticem programas já existentes. Recomendamos que seja utilizado em paralelo à outras cartilhas explicativas, tais como as publicadas pelo Ministério da Transparência e Controladoria Geral da União – CGU.

Cada um dos treze capítulos deste manual é dividido em três seções, e trata de um tema frequentemente contemplado por políticas corporativas da indústria de óleo e gás. A primeira seção destina-se a contextualizar o tema explorado no capítulo, identificando os riscos a ele relacionados e a importância de sua abordagem em um programa de integridade corporativa. A segunda seção busca sintetizar aquilo que a Comissão de Compliance do IBP entende como os requisitos básicos de uma política de integridade a respeito daquele tema. Por fim, a terceira seção elenca outros exemplos de boas práticas corporativas que podem enriquecer uma política em construção.

A Comissão de Compliance do IBP deseja que este Guia de Boas Práticas seja visto como mais uma contribuição para a consolidação da cultura de integridade no nosso setor. Mais do que um documento exaustivo a respeito do tema na indústria, esta cartilha deve ser vista como uma oportunidade para que mesmo pequenas empresas da cadeia de suprimentos conheçam os riscos a que estão expostas, e possam adotar medidas para mitigá-los e/ou contê-los. Acreditamos que o compliance não deve necessariamente ser um investimento caro, sinônimo de programas sofisticados e reservado à grandes empresas transnacionais. A indústria de petróleo possui excelentes exemplos de programas de integridade que muitas vezes envolvem medidas simples, e que podem ser adotadas mesmo por pequenas e médias empresas. Desejamos que este Guia seja um instrumento para a difusão desse conhecimento, e um mecanismo para a aproximação dos diversos níveis da nossa indústria.

Contextualização

Presentes, Brindes e Hospitalidades são uma forma usual, no ambiente corporativo, que as áreas de marketing das empresas se utilizam para a manutenção legítima de boas relações de negócios entre as organizações no Brasil e no exterior. Entretanto, as empresas e os departamentos de compliance devem estar atentos a este assunto, visto que esta prática pode estar associada a ocultação de pagamento de vantagens indevidas para obtenção de negócios, representando um risco de corrupção.

Para fins deste guia, pode-se conceituar esses três elementos como:

Brinde – Compreende objeto de caráter institucional, de uma entidade para outra, que não tenha valor comercial, distribuído a título de cortesia, propaganda, divulgação habitual ou por ocasião de eventos ou datas comemorativas de caráter histórico, esportivo ou cultural, que seja de caráter geral e, portanto, não se destine a agraciar exclusivamente um indivíduo.

Hospitalidade – Considera-se gastos com deslocamento, hospedagem, alimentação, receptivos, entre outros, que podem ser necessários para viabilizar, por exemplo, apresentação dos produtos ou das dependências da empresa para terceiros, convites para a participação de parceiros em eventos de caráter histórico, esportivo ou cultural promovidos pela empresa ou, até mesmo, para participação em eventos sociais apoiados ou patrocinados pela empresa. A hospitalidade de caráter exclusivo de turismo ou lazer é considerada presente.

Presente - Compreende objeto ou serviço de uso ou consumo pessoal com valor comercial, de caráter institucional, de uma entidade para outra. São usualmente bens perecíveis (vinhos, chocolates, etc.) ou não perecíveis (relógios, eletrônicos, etc.).

Requisitos Básicos

O recebimento ou o oferecimento ocasional de presente, brinde ou hospitalidade só será permitido se de caráter institucional, quando se configurar em uma prática legítima para as boas relações de negócio entre a empresa e seus públicos de interesse. Desta forma, é proibido aceitar, oferecer ou dar presentes, brindes e hospitalidade de qualquer espécie e em qualquer situação, de ou para pessoa física ou jurídica, em troca de qualquer benefício pessoal ou favorecimento ao ofertante ou a terceiros.

Boas Práticas

Uma forma importante de mitigar o risco que envolve esta prática é o estabelecimento de políticas que orientem e auxiliem a conduta dos empregados quanto ao recebimento e/ou oferecimento de presentes, brindes e hospitalidade e demonstrem de forma clara as consequências que envolvem o descumprimento dos normativos afetos ao tema.

A aplicação de limites de valores para brindes e hospitalidade é uma boa prática da indústria, assim como, definição de limites de competência para aprovação por colaboradores de maior hierarquia. Além disso, a definição de como dar tratamento aos presentes recebidos, como devolução, leilões internos e limitação de uso, podem estar definidos na política.

O tema deve ser objeto de amplas ações de comunicação junto à força de trabalho das empresas, principalmente próximo de

datas festivas como Carnaval, São João, Festas Natalinas, com o intuito de auxiliar na solução de dúvidas e indicarem os canais para o tratamento adequado a estas questões.

As empresas podem adotar material de fácil leitura e interpretação, destinada a informar terceiros a respeito de suas políticas de presentes, brindes e hospitalidades.

A prática de se atentar para a política de presentes, brindes e hospitalidade da outra parte da relação, aquela que recebe, é importante a fim de evitar o envio de um presente ou brinde, o qual a contraparte não possa aceitar. Seria eficaz também, envidar esforços para que brindes e presentes sejam entregues acompanhados de um disclaimer, com intuito de afastar a hipótese de infração das normas de compliance do terceiro, tornando clara a possibilidade de devolução dos mesmos e a forma de efetuar esta ação.

Por fim, as empresas devem implementar uma sistemática de monitoramento das situações que ocorrerem, para fins de acompanhamento dos seus desdobramentos (por exemplo, devolução do presente ou brinde).

Contextualização

Órgãos governamentais e agentes públicos desempenham um papel importante na sociedade, estabelecendo e mantendo as condições e instituições necessárias para a estabilidade e desenvolvimento econômico e a coesão social. Leis anticorrupção focam nos agentes públicos porque os mesmos têm o poder de dar uma vantagem competitiva injusta para companhias em troca de pagamento ou vantagem indevida.

O setor de óleo e gás é extremamente regulado de forma global, gerando interações frequentes com o Poder Público, que possibilitam a viabilização de projetos e o desenvolvimento da indústria, mas geram risco de incidentes de conduta para seus atores, especialmente considerando os valores vultosos envolvidos na implementação das operações.

As empresas integrantes do setor de óleo e gás devem colaborar, de forma apartidária e sem vínculo eleitoral, com o Poder Público na formulação e adoção de leis, regulamentos e políticas que permitam ao mercado desenvolver-se em sua plenitude com a geração dos benefícios almejados pela sociedade.

Requisitos Básicos

Em suas interações com agentes públicos, as empresas devem agir com honestidade e integridade, adotando um comportamento transparente e responsável, respeitando todas as leis locais e internacionais aplicáveis.

O diálogo e a cooperação com agentes públicos são necessários e legítimos, devendo as empresas e seus respectivos representantes adotarem as medidas razoáveis para garantir a veracidade e a exatidão de todas as declarações feitas ou informações fornecidas para os mesmos, bem como se identificar de forma precisa e correta como representantes de suas respectivas empresas ou instituições e sua função específica.

As empresas devem desenvolver mecanismos a fim de garantir o registro e rastreabilidade de suas interações com o Poder Público, e priorizar a utilização de meios formais e documentados para interações, especialmente com agentes políticos quando visam a obtenção ou o desenvolvimento de negócios.

As empresas devem gerir seus negócios independentemente de qualquer afiliação política, e não realizar apoio e contribuições institucionais para partidos políticos ou campanhas políticas de candidatos a cargos eletivos ou de confiança.

Colaboradores e representantes das empresas não devem exercer influência imprópria, ou aceitar, prometer, oferecer ou pagar a um agente público ou profissional da iniciativa privada qualquer quantia em dinheiro ou quaisquer outros favores para que a pessoa em questão deixe de se portar eticamente com seus deveres profissionais ou em favorecimento próprio ou de terceiros.

As empresas e seus colaboradores devem, sem prejuízo de seus direitos legais de contraditório e ampla defesa, cooperar com fiscalizações, investigações e controles do Poder Público.

Boas Práticas

Considera-se como uma boa prática dentre as empresas do setor adotar uma definição de agente público, para aplicação das suas respectivas políticas de conformidade, que inclua não somente indivíduos que exerçam função pública, ainda que transitoriamente ou sem remuneração, por eleição, nomeação, designação, contratação ou qualquer outra forma de investidura ou vínculo, mandato, cargo, emprego, ou função, além de colaboradores de empresas públicas, sociedades de economia mista e fundações públicas, nacionais ou estrangeiras, de autarquias, candidatos a cargo público ou colaboradores de partidos políticos, mas também familiares próximos e ex-colaboradores e indivíduos que tenham no passado exercido cargos políticos relevantes.

É aconselhável que ex-agentes públicos somente possam ser contratados e empregados pelo setor privado se em conformidade com as regras das instituições que anteriormente serviram, especialmente no que tange à quarentena. A consulta prévia e o suporte pelos departamentos jurídicos e de recursos humanos das empresas são recomendados antes que qualquer discussão sobre possíveis oportunidades de emprego de ex-agentes públicos sejam iniciadas, especialmente nos casos em que as empresas contratantes tenham estado ou estejam envolvidas em qualquer forma de cooperação com os ex-agentes públicos abordados.

Contextualização

A abordagem das situações onde podem ocorrer conflitos de interesses tem merecido uma atenção crescente na atualidade, especialmente quanto aos seus aspectos éticos e econômicos, por serem capazes de promoverem prejuízos e impactos na imagem das empresas e de todo o segmento de óleo e gás.

Os conflitos de interesses ocorrem quando o interesse de um indivíduo, ou o interesse de um parente ou pessoa próxima deste indivíduo, interfere, ou aparenta interferir, na sua capacidade de julgamento isento, levando-o a influenciar ou tomar decisões de cunho particular em detrimento aos interesses da empresa.

Situações de parentesco e relacionamentos em linha de reporte hierárquico, participação societária de funcionários em empresas fornecedoras e/ou concorrentes, uso indevido de informações proprietárias ou privilegiadas, existência de parentes próximos em posição de decisão em órgãos públicos, e situações de trabalho paralelo, são exemplos de conflitos de interesses que devem ser devidamente identificados e tratados.

Requisitos Básicos

Na condução das suas atividades e responsabilidades profissionais e como representantes da Indústria, é importante que as empresas zelem para que não haja conflito ou percepção de conflito de interesses.

Ações e mecanismos de detecção e comunicação voluntária de conflitos de interesses devem ser aplicados e disponibilizados a todos os colaboradores e terceiros. É importante que as empresas possuam protocolos de avaliação de conflitos de interesses para o correto encaminhamento e tratamento de tais situações.

Boas Práticas

A principal medida de mitigação dos riscos inerentes aos conflitos de interesses é a criação de políticas e demais documentos normativos que auxiliem os colaboradores na correta identificação desse tipo de situação e sobretudo como devem agir.

O estabelecimento de regras claras sobre contratação de parentes como colaboradores ou como terceiro também é uma reconhecida prática de mercado que visa antecipar e prevenir situações de conflito de interesses.

Estratégias para mapeamento de conflitos de interesses também são recomendadas como a aplicação de formulários ou outros meios de registro para comunicação voluntária dos colaboradores a respeito de relações de parentesco, participações acionárias e relações com órgãos públicos e agências reguladoras. A inclusão dessa metodologia no processo de due diligence também se mostra eficaz ao questionar os terceiros sobre potenciais conflitos com os colaboradores da empresa.

Por fim, monitorar a evolução de situações que a princípio não representam elevado risco para a empresa mas que a qualquer momento pode se alterar mediante a promoção de um colaborador para uma posição de decisão ou uma alteração em quadro societário de um terceiro.

Contextualização

Algumas leis anticorrupção, como por exemplo a lei brasileira 12.846/13, responsabilizam objetivamente as empresas, nos âmbitos administrativo e civil, pelos atos de corrupção praticados por terceiros em seu interesse ou benefício, o que torna fundamental conhecer previamente os terceiros a serem contratados e os potenciais riscos desta relação.

Antes de realizar a contratação de um terceiro, é recomendável averiguar se há histórico de envolvimento em atos lesivos contra a administração pública, participação em esquemas de lavagem de dinheiro e financiamento ao terrorismo, entre outras tipologias de crime, se possui Programa de Integridade que diminua o risco de ocorrência de irregularidades e ainda, que esteja de acordo com os princípios éticos da contratante.

Essa metodologia conhecida como “due diligence” é largamente aplicada no universo empresarial e consiste no levantamento e avaliação de informações e documentos da empresa com a qual se pretende estabelecer algum tipo de interação de forma prévia à tomada de decisão.

Requisitos Básicos

É importante que as empresas realizem diligências prévias em seus terceiros, com base em metodologias próprias e de acordo com seus respectivos critérios de risco, a fim de evitar a condução de negócios com pessoas físicas ou jurídicas que apresentem práticas comerciais antiéticas, anticoncorrenciais e ilegais, ou que estejam associadas a restrições/sanções nacionais ou internacionais.

Boas Práticas

O primeiro passo para a realização de diligências prévias é a definição da metodologia a ser utilizada e os critérios de risco que serão considerados. Quantidade de terceiros ativos, valores envolvidos nas contratações, atividade econômica do terceiro, localização geográfica e necessidade de interação com agentes públicos são exemplos de parâmetros de criticidade a serem considerados para definição do processo de due diligence.

A elaboração de questionários de due diligence para serem preenchidos pelos terceiros é uma prática comum nas empresas que buscam padronizar seus processos e estabelecer quesitos mínimos a serem avaliados. De forma complementar, a pesquisa em listas restritivas e buscas por referências de mídias negativas em base de dados públicas e/ou privadas constituem outra boa prática na condução de diligências.

Vale lembrar que o importante não é apenas a correta identificação dos riscos e sinais de alerta em relação a um terceiro e sim as medidas que serão adotadas para mitigar esses riscos e possibilitar a condução do negócio dentro dos padrões da ética e legalidade (como a adoção de cláusulas contratuais proporcionais ao risco, e a ciência dos códigos de conduta das partes). Nesse sentido, o estabelecimento de recomendações para cada risco identificado é uma boa prática no due diligence que viabiliza a operação permitindo a condução do negócio mesmo em ambientes pouco favoráveis.

Por fim, recomenda-se o monitoramento e reavaliação periódicos dos terceiros contratados verificando se os mesmos continuam atuando de forma condizente com o acordado em contrato e se não adotam comportamentos contrários aos valores da empresa ou às leis.

Contextualização

Terceiros e particularmente intermediários são a principal área de risco relacionada a suborno para as empresas, conforme publicação da Transparência Internacional. Nesse sentido, muitos dos casos relacionados à corrupção no Brasil estariam relacionados a pagamentos indevidos por meio de intermediários em relações comerciais. Trata-se, portanto de uma área sensível que deve ser observada pelos sistemas de integridade das empresas do setor.

No Brasil a responsabilização por ato de terceiro está prevista na legislação pertinente.

Requisitos Básicos

As empresas não podem dar dinheiro ou qualquer outro valor de modo direto ou indireto a consultores, agentes, intermediários, parceiros de negócios ou outros terceiros se as circunstâncias indicarem que parte ou a totalidade desse valor possa ser transmitida direta ou indiretamente para um funcionário público ou cliente, para que este influencie uma ação oficial ou obtenha um benefício indevido, ou para um interlocutor de negócio privado para que obtenha um benefício indevido numa transação comercial.

Por esse motivo, as empresas responsáveis pela contratação de intermediários devem adotar medidas adequadas no sentido de garantir que esses intermediários entendam e cumpram a legislação e normas de combate à corrupção, avaliar as qualificações e a reputação desses intermediários e incluir nos acordos e contratos as disposições adequadas para mitigar os riscos de atos indevidos praticados por intermediários.

Boas Práticas

As empresas esperam que seus intermediários partilhem de seus valores e cumpram as leis aplicáveis, bem como atuem de acordo com os princípios de proibir atos de corrupção, respeitar os direitos humanos, cumprir as leis que proíbem o trabalho infantil, assumir responsabilidade pela saúde e a segurança dos seus colaboradores e agir de acordo com as normas locais e internacionais aplicáveis relativas à proteção ambiental.

Consideram-se boas práticas dos programas de ética e compliance, dentre outras, que as empresas documentem adequadamente a análise de risco e o processo de diligência realizado com seus intermediários, não apenas no processo de aprovação, mas durante o relacionamento comercial entre as partes, informem aos seus intermediários sobre os princípios da empresa com relação ao combate à corrupção enfatizando a existência de um sistema de ética e compliance da organização e solicitem formalmente um comprometimento por parte dos intermediários.

CAPÍTULO VI – SANÇÕES, COMBATE AO TERRORISMO E PREVENÇÃO À LAVAGEM DE DINHEIRO

Contextualização

As leis e regulamentações para o comércio internacional são complexas e específicas para cada país e requerem atenção contínua em função da dinâmica constante de mudanças. Diversos países impõem sanções comerciais e/ou econômicas restringindo as atividades comerciais com pessoas e outras nações.

A lavagem de dinheiro é crime, representa um problema mundial e normalmente está associada a crimes de corrupção, tráfico de drogas, terrorismo e outras atividades ilegais. Os crimes de lavagem de dinheiro são uma ameaça séria à economia, afetam a integridade das instituições públicas e privadas e promovem a desigualdade social.

A condução de negócios com pessoas ou empresas com restrições legais, impedidas por sanções comerciais ou suspeitas por associação a atividades ilegais, como lavagem de dinheiro e/ou terrorismo, impacta negativamente o desenvolvimento da sociedade, e pode representar a aplicação de multas significativas, exposição negativa da imagem da empresa e prejuízos como a não entrega de serviços ou produtos contratados, ou até mesmo a descontinuidade dos negócios da empresa.

Requisitos Básicos

As empresas devem combater qualquer forma de corrupção, lavagem de dinheiro e financiamento ao terrorismo, em todas as atividades sob o seu controle. Devem realizar diligências, com base no risco associado, para a seleção, a contratação, a execução e o acompanhamento de negócios com terceiros, com o objetivo de detectar e prevenir práticas comerciais antiéticas, anticoncorrenciais, ilegais, ou que estejam associadas a restrições / sanções, nacionais ou internacionais.

Boas Práticas

As principais operações de pagamento ou recebimento sujeitas ao risco de lavagem de dinheiro e financiamento do terrorismo envolvem, dentre outras, empresas domiciliadas em Paraíso Fiscal ou País Sancionado, envolvimento em Investigação de Lavagem de Dinheiro ou Terrorismo, transações em país diferente de onde o serviço foi prestado, aditamentos contratuais recorrentes, cessão de crédito, fracionamentos de contrato, utilização de Intermediários, comissão desproporcional, procedimento diverso ao formal, mudança recorrente de Razão ou Objeto Social, transações sem Pedido vinculado, condições excepcionalmente favoráveis, alteração de dados bancários sem justificativa razoável e transações em dinheiro, cheque ou em moeda divergente do contrato.

As empresas devem, portanto, estabelecer procedimentos para identificação de leis locais e internacionais, assim como sanções aplicadas a países e pessoas relacionados.

As verificações podem incluir consultas a bases de dados que contenham restrições legais e sanções comerciais (nacionais e internacionais) com relação a pessoas, empresas, locais (ex.: países) e qualquer outro tipo de instituição.

A análise sobre a forma e destino de pagamentos e origem dos recebimentos deve ser previamente efetuada, para assim prevenir transações que possam promover ações de lavagem de dinheiro ou financiamento ao terrorismo. Solicitações de pagamentos/recebimentos em espécie, a terceiros, em moeda estrangeira e transferências internacionais requerem atenção

e aprovações especiais.

Em caso de identificação de restrições, a transação em foco deve ser imediatamente paralisada. Seu eventual prosseguimento dever ocorrer somente após análise e aprovação das áreas competentes. Todas as verificações, resultados e tomada de decisões devem ser devidamente fundamentadas e documentadas para eventuais análises internas ou externas.

CAPÍTULO VII - DIREITOS HUMANOS, RESPONSABILIDADE SOCIAL E MEIO-AMBIENTE

Contextualização

As ações e operações das empresas, seja na função de empregador, investidor, parceiro, vizinho ou fornecedor de energia, podem trazer benefícios para a sociedade.

As empresas se preocupam com o impacto das suas decisões sobre aqueles que as rodeiam. Isso inclui impactos nos direitos humanos, conforme definido pela Declaração Universal dos Direitos Humanos e Declaração da OIT (Organização Internacional do Trabalho) sobre os Princípios e Direitos Fundamentais no Trabalho.

As empresas podem contribuir significativamente para a sociedade, não somente por meio do suprimento de seus produtos e serviços, mas também na criação de postos de trabalho, desenvolvendo a economia e gerando receita para governos. As empresas tomam ações para mitigar o potencial impacto negativo interno e externo das suas atividades, sendo certo que devem prezar pelo bem-estar dos seus colaboradores e respeitar os aspectos culturais, biológicos, geográficos e sociais dos locais onde atuam.

As interações entre as empresas e seus stakeholders, incluindo agentes públicos de todos os níveis e ONGs como parte da mitigação dos potenciais impactos sociais e ambientais, podem representar riscos para a empresa, os quais precisam ser identificados e gerenciados de maneira apropriada.

Requisitos Básicos

Os potenciais impactos sociais e ambientais aos quais a empresa está sujeita precisam ser identificados no início do engajamento. Como parte do resultado dessa identificação, um plano de mitigação de risco deve ser criado e implementado, ou a negociação pode ser rejeitada caso a empresa conclua que o risco é alto demais.

Além disso, as empresas devem aprimorar a prática da sustentabilidade, na qual o crescimento econômico caminha junto com a proteção do meio ambiente e o desenvolvimento social.

Boas Práticas

Na fase de planejamento de cada projeto, é importante identificar as ações que precisam ser tomadas para que potenciais impactos decorrentes das atividades em áreas tais como direitos trabalhistas, aquisição de terra, uso da água, comunidades locais e áreas protegidas sejam gerenciados adequadamente. Os potenciais riscos de lavagem de dinheiro, corrupção e suborno associados deverão fazer parte da análise de risco para que a companhia tenha a oportunidade de entender tais riscos e criar um plano para mitigá-los.

Na maioria das vezes a companhia investe dinheiro em um projeto da comunidade através de terceiros, tais como ONGs ou consultorias. Caso ocorra alguma má conduta por parte do terceiro, tal como corrupção ou fraude, a companhia também pode ser considerada responsável, o que torna ainda mais imprescindível que medidas necessárias sejam adotadas para prevenir que o terceiro cometa alguma violação em nome das empresas.

Algumas ações para mitigar potenciais riscos de corrupção, suborno e lavagem de dinheiro, e ainda possíveis violações aos direitos humanos, associados com o investimento feito pela companhia em projetos sociais e/ou ambientais podem ser:

- Ao selecionar um projeto, assegurar que haja um escopo de trabalho e entregas claros;
- Considerar a integridade do terceiro e outros stakeholders engajados no projeto;
- Fomentar a adoção de princípios éticos e de integridade por ONGs, comunidades e demais entidades parceiras relacionadas aos projetos;
- Incluir proteções adequadas no contrato (cláusulas anticorrupção e antissuborno, direito à auditoria, de proteção aos direitos humanos, direito de suspensão de pagamentos);
- Monitorar as entregas conforme acordado para cada fase do projeto, incluindo o pós-projeto;
- Acompanhar se os recursos destinados ao projeto são devidamente empregados e dentro das estimativas orçamentárias;
- Identificar e gerenciar/evitar conflitos de interesse potenciais associados ao projeto.

Contextualização

Devido à complexidade do ambiente de negócios e o foco crescente em alcançar conformidade regulatória, as empresas têm a necessidade de montar controles internos preventivos e proativos adequados para garantir que todas as obrigações de compliance corporativo sejam cumpridas e que a integridade das informações financeiras sejam mantidas de forma fiel e segura.

Todas as empresas estão expostas a riscos de fraude e corrupção. Por isso, uma avaliação independente e objetiva por meio de auditorias internas periódicas é uma linha fundamental de defesa, pois traz uma abordagem sistemática e disciplinada para uma gestão de riscos eficaz.

Um sistema de auditoria interna adequado é um importante mecanismo de controle interno e conduz a práticas éticas e profissionais. Além disso, desempenha um papel fundamental nas operações e na governança corporativa de uma empresa, garantindo que essa cumpra as leis e regulamentos, monitorando os resultados operacionais, verificando a precisão da sua contabilidade e implementando melhoria contínua.

Requisitos Básicos

As empresas devem estabelecer programas para protegerem a si mesmas, seus colaboradores e os terceiros com os quais interagem.

Relacionado à eficácia do programa de compliance das empresas, a implementação de auditorias internas periódicas em coordenação com programas de combate à fraude e corrupção reforçam o foco da empresa em manter a integridade, detectando e prevenindo a exposição à corrupção.

Portanto, é recomendável que as empresas implementem processos de auditoria e revisão de trabalho capazes de: (i) detectar violações ou desvios às regras de integridade; (ii) testar a adequação e eficácia do programa de compliance da empresa, controles internos e sistemas em vigor; e (iii) identificar os aprimoramentos necessários aos controles internos, de modo a garantir o atendimento às regras de compliance em todos os níveis da organização.

Boas Práticas

A auditoria interna deve ser proativa, suficientemente frequente e deve projetar e executar programas destinados a detectar ocorrência de corrupção visando os principais riscos identificados pela Companhia e reduzindo a oportunidade de corrupção e perpetuação de fraude.

A auditoria interna deve ser planejada com antecedência e alocar recursos suficientes com conhecimento aprofundado do processo de auditoria, políticas e normas da empresa, regulamentação aplicável e riscos do negócio.

Os auditores devem analisar se as políticas e procedimentos da empresa são:

- Implementados eficientemente;
- Documentados apropriadamente;

- Aprovados pela instância responsável;
- Suficientemente adequados para mitigar riscos identificados; e
- Cumpridores das leis e regulamentos aplicáveis.

A auditoria interna deve reportar à alta administração, e às demais áreas previstas em sua estrutura de governança, sobre deficiências ou desvios potenciais identificados durante o processo de auditoria por meio de uma ferramenta de reporte padrão. Além disso, deve também propor recomendações para aprimorar os controles internos da empresa, sugerir e monitorar planos de ação corretiva, que apoiem a melhoria contínua.

Finalmente, deve-se notar que a ferramenta mais eficaz para prevenir e detectar fraudes é a implementação e manutenção de uma cultura de compliance e a conscientização de toda a organização sobre a deterioração do desempenho do negócio como consequência direta dos efeitos de corrupção.

CAPÍTULO IX – CANAIS DE DENÚNCIA

Contextualização

Como parte essencial de um Programa de Compliance, as empresas devem compreender integralmente e priorizar a análise de possíveis riscos relacionados às denúncias de violações da Política de Compliance.

Canais de denúncia adequadamente estruturados e divulgados são fundamentais para a execução dos programas de Compliance. A conduta da empresa ao recepcionar suspeitas e denúncias determina a forma ética, íntegra e profissional como atua no mercado.

O canal de denúncia é fundamental para efetividade das ações de Compliance e é requisito legal para a configuração da efetividade dos Programas de Integridade.

É importante ressaltar que o canal de reporte confidencial telefônico ou on-line poderá ser gerenciado por terceiros, desde que fique assegurado o dever da confidencialidade da informação obtida.

Requisitos Básicos

As empresas devem apresentar uma política acessível a todos com a finalidade de incentivar seus colaboradores a buscarem diretrizes de Compliance e relatarem suspeitas sobre possíveis violações de maneira oportuna.

As empresas também devem oferecer uma variedade de canais pelos quais os colaboradores possam apresentar questões confidenciais sobre o tema, inclusive reportando a seus Supervisores, Departamento Jurídico e Departamento de Recursos Humanos, além de poder disponibilizar o Canal de Reporte Confidencial Telefônico ou On-Line.

As Políticas Internas de Compliance e o compromisso com a confidencialidade das informações compartilhadas através dos canais de reporte devem ser amplamente divulgados e frequentemente reafirmados pela Alta Gerência das empresas.

Por conseguinte, a cultura da boa prática das Normas de Compliance da empresa será incentivada e lembrada por todos os seus colaboradores.

É essencial que as empresas identifiquem as violações ocorridas e tome todas as ações necessárias para mitigar riscos futuros relacionados a questões similares.

Para que seja assegurada a proteção de todos os seus colaboradores, as empresas devem proibir estritamente quaisquer formas de retaliação contra aqueles que apresentaram preocupações relacionadas a possíveis violações à Política de Compliance, além de obrigatoriamente manter o dever de conduzir a análise investigativa e elaborar o respectivo relatório mantendo a confidencialidade das informações compartilhadas.

Boas Práticas

Determinar que tipo de questões serão recebidas pelo canais de denúncia. Exemplos de matérias: assédio, segurança, fraude, suborno.

O canal deve estar disponível todos os dias do ano, em todos os horários, principalmente porque a maior parte das denúncias é feita fora do horário comercial.

É importante que haja mais de um meio de acessar ao canal de denúncia. Por telefone incluindo atendentes, se possível, pois mensagem de voz pode não demonstrar confiança. Por outro lado, nem todo mundo se sente confortável ao fazer uma denúncia por voz, então correio eletrônico, sites e até aplicativos podem ser meios alternativos de denúncia, desde que a empresa consiga gerenciá-los e torná-los efetivos.

A divulgação dos canais de denúncia pode ocorrer no site da empresa, por correio eletrônico frequente, através de treinamentos presenciais e virtuais, em mídias sociais internas, posters, campanhas e newsletter.

Garantir a não-retaliação através do respeito à confidencialidade efetiva. Garantir que só as pessoas necessárias sejam envolvidas no caso.

Informar ao denunciante que ele poderá manter o anonimato se quiser. Caso não seja uma denúncia anônima, garantir que aqueles que tenham acesso ao caso só saibam o nome do denunciante se for necessário e que mantenham a confidencialidade.

A confidencialidade deve ser um “valor” sempre ressaltado nos treinamentos e campanhas sobre as denúncias, tanto para os denunciadores quanto para investigadores e investigados, e ainda os demais envolvidos.

Delinear os receptores (pontos focais) das denúncias por assunto, por assunto e negócio envolvido e/ou através da utilização de outros critérios mais efetivos.

Os assuntos podem ser: qualidade, segurança, fraude, corrupção, meio ambiente, por exemplo.

Mesmo havendo uma segmentação das matérias que serão recebidas pelo Canal de Denúncias, todas as denúncias devem estar registradas em um sistema ou arquivos de forma conjunta, onde devem estar armazenadas, ainda, as informações sobre as medidas que foram tomadas após as investigações.

Sobre este ponto cumpre lembrar que a questão do arquivamento e transferência de dados deve respeitar as leis locais e também as legislações que sejam pertinentes (ex. Nova lei sobre transferência de dados).

É importante que o acesso ao canal de denúncia seja fácil e a linguagem seja simples e que respeite a cultura do local.

Recomenda-se que a alta administração tenha ciência, com frequência, das matérias que estejam sendo mais acessadas/denunciadas a fim de que possam atuar de modo a mitigar e evitar situações semelhantes.

CAPÍTULO X - VIOLAÇÕES DAS LEIS DE DEFESA À CONCORRÊNCIA

Contextualização

As leis de concorrência proíbem acordos que possam limitar a competição. Tais acordos prejudicam a sociedade podendo resultar em aumento significativo de preços, restrição de fornecimento de produtos e serviços, muitas vezes tornando-os indisponíveis a alguns consumidores.

Práticas anticoncorrenciais, como o estabelecimento de cartéis, oneram a administração pública e privada através do estabelecimento de acordos superfaturados.

As leis de concorrência proíbem o compartilhamento de informações comercialmente sensíveis, acordos entre concorrentes, que visem fixação de preços, alocação de clientes, manipulação de licitações e outros acordos envolvendo o modo como as empresas competirão. Adicionalmente, as leis proíbem certos tipos de acordos com clientes. A natureza das restrições permitidas em acordos com clientes varia consideravelmente entre as jurisdições.

As leis também proíbem condutas que impeçam outros de competir, se isso puder ajudar a criar ou manter um monopólio ou posição dominante no mercado.

As consequências por violar a lei são graves. As violações mais sérias são passíveis de processo criminal, podendo resultar em multas para empresas e, para os indivíduos, penas de prisão.

Requisitos Básicos

As empresas devem conduzir seus negócios respeitando as Leis de Defesa à Concorrência, competindo em seus respectivos mercados de atuação de maneira livre, independente e legítima, através da promoção de boas práticas concorrenciais. Os representantes de empresas devem se relacionar e interagir de forma ética e transparente com terceiros em reuniões, ou ainda no âmbito das associações de classe e sindicatos. Deve-se coibir a troca de informações que possam prejudicar a livre concorrência, fraudar processos competitivos e/ou influenciar o mercado, de modo a evitar favorecimentos.

Boas Práticas

A divulgação de informações comercialmente sensíveis deve ser evitada sempre que identificada a possibilidade de prejuízos à boa prática concorrencial.

Em reuniões com a participação de terceiros, deve-se observar minimamente os seguintes itens: (i) a própria identificação dos participantes, (ii) pauta clara e previamente definida, e (iii) registro das decisões tomadas. Ao notar alguma discussão imprópria, os colaboradores devem informar sua discordância em discutir o tema, deixar a reunião, fazendo constar em ata, e em seguida reportar o ocorrido à instância competente da empresa.

Adicionalmente, é necessário que as empresas desenvolvam políticas, procedimentos e treinamentos de defesa da concorrência.

São exemplos de práticas anticompetitivas e anticoncorrenciais, que não devem ser adotados:

- Acordos quando competidores concordam em eliminar a concorrência entre eles (acordos horizontais), tais como:

- Aumentar, diminuir ou estabilizar preços;
 - Coordenar descontos, preços, promoções;
 - Alocar clientes ou territórios;
 - Restringir ou controlar fornecimento;
 - Conduzir um boicote em grupo;
 - Conluio para apresentar propostas fictícias, se abster de apresentar uma proposta, ou coordenar propostas rotativas.
-
- Acordos entre fornecedores e clientes que possam limitar competição (acordos verticais):
 - Restrições territoriais de clientes para fins de revenda;
 - Contratos de exclusividade;
 - Acordos de venda casada;
 - Direitos de distribuição exclusiva;
 - Preços ou condições de revenda.
-
- Atos de concentração, monopólio ou posição dominante – Empresas dominam o mercado prevenindo outros competidores de competirem, no mérito dos seus produtos, preços e serviços.
-
- Condutas unilaterais de uma empresa para excluir a concorrência, para deter o poder de um mercado (Atos de Concentração).

CAPÍTULO XI – TREINAMENTO E DISSEMINAÇÃO DA CULTURA DE COMPLIANCE

Contextualização

Para o sucesso de qualquer programa de integridade, os valores e as principais políticas de integridade adotadas por cada empresa e materializadas através de códigos de ética e conduta e normas ou políticas internas devem ser amplamente divulgadas entre os colaboradores, dirigentes, terceiros e interessados em geral os quais também devem ser devidamente treinados para a sua fiel implementação.

O código de ética e conduta, bem como os demais documentos que tratam sobre políticas internas de integridade, devem estar ao alcance de todos através de locais de fácil acesso na intranet para os colaboradores e no website das empresas para terceiros e interessados em geral.

O treinamento é essencial para garantir o conhecimento e a divulgação de conteúdo específico tanto do código de ética e conduta quanto das demais regulamentações e políticas de integridade da empresa.

Requisitos Básicos

As empresas devem estabelecer uma guia de recomendação com linhas gerais para a estruturação e elaboração de código de conduta e normas de integridade garantindo que os referidos documentos sejam claros e compreensíveis com instruções e orientações precisas e diretas, sem mensagens contraditórias.

As empresas também devem incentivar a divulgação destes documentos através de circulares e comunicações internas, bem como, através da realização de eventos específicos para o intercâmbio de experiências entre as diversas empresas e da implementação de formação específica para os colaboradores, dirigentes e terceiros alcançados pelas referidas políticas.

Boas Práticas

O código de ética e conduta deve refletir os valores e compromissos de cada empresa não apenas com a condução dos negócios de forma íntegra mas com uma conduta ética e exemplar de todos os seus dirigentes e colaboradores, incluindo terceiros com os quais se relaciona.

É fundamental que as regras e instruções sejam claras, precisas e diretas, evitando contradições e inconsistência com os valores das empresas.

A divulgação do código de ética e conduta deve ser feita de forma ampla e deverá abranger não apenas os colaboradores e dirigentes, mas também terceiros e interessados em geral, através das mais diversas formas: jornais internos e circulares, publicações no website da empresa e na intranet, participação em palestras e eventos destinados a discussão de temas e assuntos de integridade, e-mails corporativos, etc.

Adicionalmente, as empresas deverão treinar os seus colaboradores e terceiros responsáveis pela aplicação do código de ética e conduta e das demais políticas internas de integridade, explicando o conteúdo e alcance dos mesmos através de casos práticos e a resolução de situações de risco.

Para fins de garantir que os colaboradores participem de fato dos treinamentos, recomenda-se que as empresas incluam

no plano de capacitação de cada colaborador treinamentos específicos requeridos tanto para o desenvolvimento de carreira como para promoção e incluir treinamentos para políticas específicas de acordo com o perfil dos colaboradores.

Ressaltamos a importância da periodicidade das capacitações bem como das atualizações dos seus conteúdos-chave, incluindo situações práticas referentes a experiências ou casos práticos já vivenciados pela empresa, de forma a fornecer as ferramentas necessárias para os colaboradores lidarem com situações de risco.

Também é vital que as empresas mantenham registro dos treinamentos realizados e das pessoas que participaram dos referidos treinamento bem como dos temas da formação para poder assim avaliar o alcance da formação e às necessidades de futura formação dos seus colaboradores.

Contextualização

As informações podem ser consideradas um dos principais e mais importantes ativos de uma empresa. Assim, as empresas devem estar atentas ao gerenciamento de tais informações, considerando que quando adulteradas, indisponíveis, ou sob conhecimento de pessoas de má-fé, podem comprometer sua reputação e imagem.

O gerenciamento de informações busca orientar e pautar a atuação do usuário a acessar e/ou manipular informações confidenciais e/ou corporativas, a fim de preservar a integridade, confidencialidade e disponibilidade das informações sob gestão, custódia e/ou uso dos envolvidos. Trata-se de estabelecer princípios considerados adequados ao manuseio, controle, classificação e proteção da informação, com o intuito de evitar, por exemplo, a destruição, modificação, divulgação indevida e acessos não autorizados, acidental ou intencionalmente.

O gerenciamento de informações engloba todo o ciclo de vida dos dados e a forma como são alterados.

O gerenciamento de informações eficiente preserva os dados e registros mais relevantes pelo período de tempo adequado, garantindo a confidencialidade e privacidade necessárias para manutenção dos negócios.

Requisitos Básicos

O gerenciamento de dados devem ser planejados e aplicados de acordo com a avaliação dos riscos para o negócio. A disponibilidade, o uso, o acesso e a proteção das informações e seus recursos devem sempre ocorrer de forma a preservar a continuidade e a competitividade dos negócios.

As empresas devem criar e disseminar normas específicas para o registro de informações, a fim de garantir a proteção das mesmas, bem como sobre temas como utilização de senhas, acesso à rede de computadores, acesso remoto às informações confidenciais ou corporativas, utilização de internet e correio eletrônico corporativo.

É recomendável que as empresas garantam a proteção adequada de dados contra a violação, alteração, destruição, acesso não autorizado e divulgação indevida, qualquer que seja o meio de armazenamento.

As empresas devem implementar medidas de segurança compatíveis com o grau de pertinência, relevância e criticidade dos ativos de sua propriedade ou interesse, além de monitorar, gerenciar e implementar atualizações nos processos de Segurança da Informação.

As empresas devem garantir que os seus colaboradores e terceiros tenham acesso somente à Informação corporativa ou confidencial imprescindível para o desenvolvimento do seu trabalho.

As políticas adotadas pelas empresas devem prever que os responsáveis pelo armazenamento das informações, sua guarda e seu manuseio sejam também os responsáveis por sua integridade, confidencialidade e disponibilidade, e pelo seu uso ou divulgação indevidos.

Boas Práticas

Recomenda-se que as empresas registrem as informações trocadas em sua rede interna, entre colaboradores, prestadores de serviços, clientes e quaisquer outros terceiros, bem como classifique e armazene de acordo com a relevância e grau de confidencialidade.

Recomenda-se que sejam adotadas medidas para evitar que os usuários não copiem dados confidenciais ou corporativos para mídias externas ou outros locais com proteção aos dados reduzida. Os usuários não devem armazenar as suas informações pessoais nos servidores.

Os usuários devem passar por treinamentos periódicos relacionados ao gerenciamento, segurança e proteção de dados. Recomenda-se também que cada usuário tenha um perfil intransferível, associado a senhas especiais definidas por procedimentos específicos.

Ao final do contrato entre as empresas e seus colaboradores, é recomendado que ele concorde em não copiar, armazenar, compartilhar, transmitir, transferir, e/ou remover os ativos das dependências da empresa.

A classificação de dados deve ser efetuada de acordo com o seu aspecto de confidencialidade. Devem ser estabelecidos e utilizados mecanismos adequados para a guarda, proteção e sigilo dos dados e informações de interesse e de segurança dos envolvidos, devendo os mesmos terem a devida classificação de confidencialidade, bem como orientação sobre a proteção adequada quanto ao acesso, uso e descarte cabível e seguro.

Com as diretrizes aqui presentes, as empresas buscam evitar problemas como vazamento ou perda de dados, processos de fluxo de trabalho ineficiente e falta de comunicação entre as áreas internas da companhia. Para isso, é necessário manter sempre suas informações atualizadas, identificar as falhas em seu sistema, rever a sua segurança e aprimorá-lo.

Contextualização

Doações são contribuições normalmente de cunho beneficente que visam ao desenvolvimento social, cultural, ambiental e outros da mesma natureza e que são oferecidas a entidades filantrópicas ou a outras entidades da comunidade sem contrapartida, ou seja, sem a expectativa de se receber algo em troca. Diferentemente de doações, as atividades de patrocínio tem por objetivo a obtenção de um benefício específico como contrapartida e que comumente envolve publicidade, sinalização ou exposição de marca sendo portanto um importante veículo de comunicação.

Com ou sem contrapartida, doações e patrocínios caracterizam-se pela transferência de recursos, financeiros ou não, a um beneficiado que pode ser uma pessoa física ou jurídica e, nesse sentido, tais atividades imputam riscos à empresa devido a possibilidade de uso indevido dos recursos cedidos causando danos à imagem e à reputação, além de constituir uma possível violação às leis locais.

Doações e patrocínios, quando envolvem agentes públicos, requerem atenção especial por estarem mais sujeitas a riscos de corrupção, pois podem resultar em obtenção de vantagens comerciais, influência ou quaisquer outras vantagens indevidas que não se inserem no contexto de fins legítimos. Esses casos devem ser cuidadosamente analisados levando-se em consideração as práticas locais, leis e regulamentações, além do estabelecimento de controles capazes de mitigar os riscos envolvidos.

Requisitos Básicos

Nenhuma empresa ou colaborador deve fazer uso das atividades de doações e patrocínios como condição para se obter ou manter negócios, ganhar influência, ou com o objetivo de ocultar atos ilícitos ou buscar qualquer outra vantagem indevida para a empresa cedente, seja o beneficiário um agente público ou privado.

Todas as doações e patrocínios devem ocorrer com o mais alto padrão de transparência, integridade e legitimidade, com suas condições devidamente formalizadas, aprovadas e registradas nos livros contábeis da empresa, sempre em atendimento às leis aplicáveis.

Boas Práticas

Uma série de medidas podem ser tomadas pelas empresas de forma a reduzir os riscos de corrupção e danos à imagem por contribuições em forma de doação ou patrocínio como por exemplo:

- Realização de avaliação prévia a doação ou patrocínio, analisando o status legal, práticas de integridade, histórico reputacional do potencial beneficiado, a participação de agentes públicos ou pessoas politicamente expostas, a possibilidade de conflitos de interesses e a legitimidade da ação;
- Estabelecimento de critérios claros e específicos oficializados em documento normativo da empresa acerca do tipo de recurso que pode ser considerado para doação ou patrocínio (se financeiros ou não-financeiros) e para que fins de contribuição (ciência, cultura, esporte, lazer, etc.);
- Adoção de cláusulas e/ou declarações acerca da utilização legítima dos recursos e não violação das leis aplicáveis;

- Definição de alçadas de aprovação para concessão de doações e patrocínios, de acordo com o nível de risco identificado;
 - Controle do uso e aplicação dos recursos doados ou patrocinados, exigindo cronograma, prestação de contas e evidenciação da utilização por parte do beneficiário (como fotos, vídeos e relatórios);
 - Registro de toda a documentação suporte relacionada a doação ou patrocínio que permita a realização de auditorias; e
- Posicionamento institucional sobre contribuições políticas nos países onde a prática for permitida.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nos dias atuais os princípios relacionados ao tema compliance são fundamentais ao desenvolvimento de um ambiente saudável de negócios.

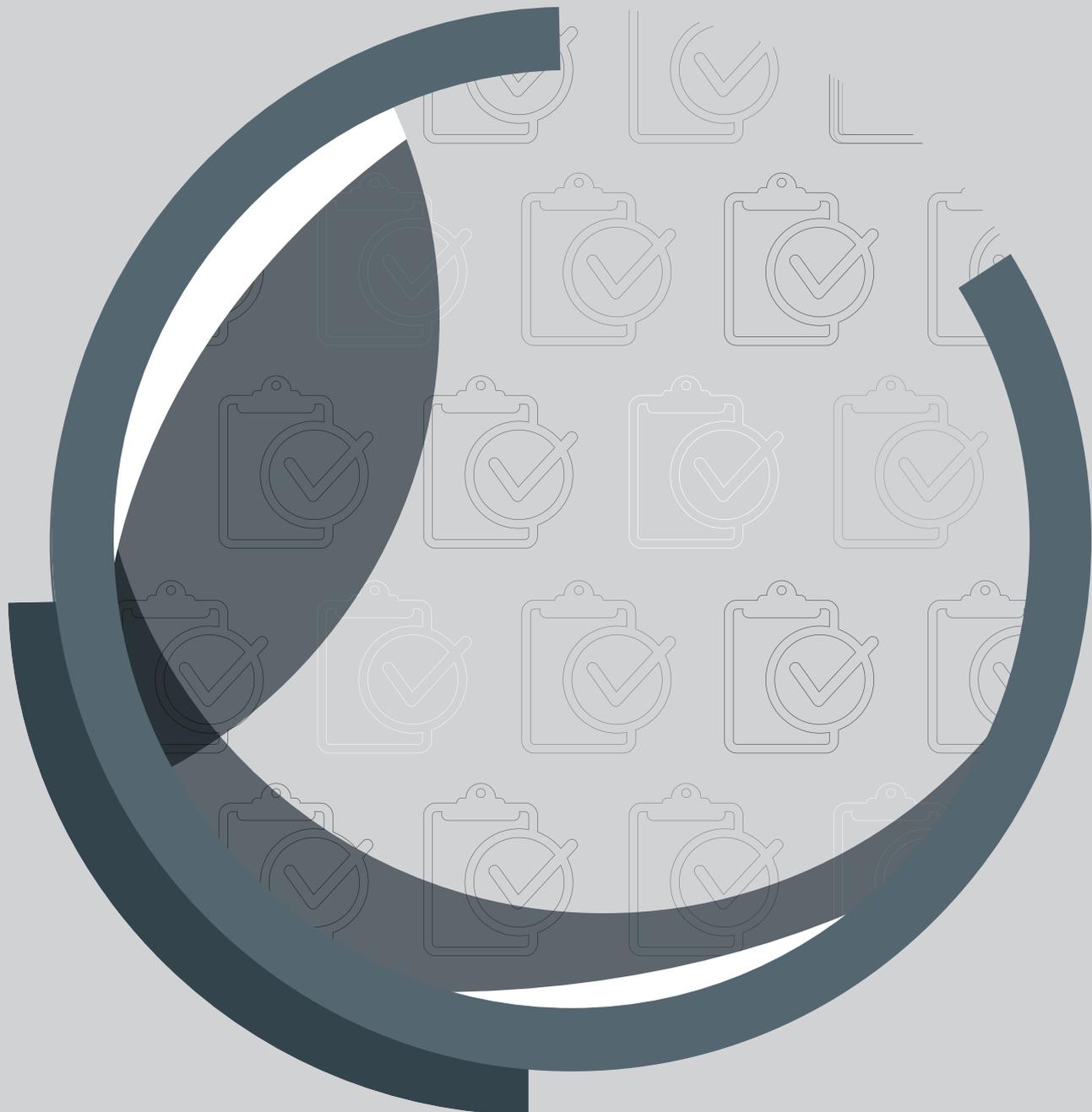
Ao longo do tempo, a necessidade de contarmos com empresas comprometidas com princípios éticos e transparentes na forma de conduzir suas atividades são requisitos que transcendem o formalismo traduzido na forma de políticas e procedimentos específicos para os pilares que compõem um Programa de Integridade Empresarial.

A disseminação da cultura de compliance em um setor de atividades não acontece de forma isolada em uma empresa, tendendo a ser mais efetiva quando as chamadas collective actions se traduzem em instrumentos capazes de promover a prevenção, identificação, correção e monitoramento de potenciais desvios de conduta.

Neste sentido, as diretrizes apresentadas no presente Guia de Boas Práticas constituem elementos básicos de um Programa de Integridade, e como tal, devem ser objeto de adaptação por cada empresa para traduzir suas necessidades específicas de conduzir seus negócios.

Esperamos que o trabalho ora apresentado seja um norteador na tomada de decisão, tanto na implementação de ações de compliance para novos entrantes no setor, como no aprimoramento das ações já existentes, tanto aquelas relativas aos processos que constituem esta atividade, como na capacitação das pessoas que atuam diretamente neste tema.

Por fim, não devemos esquecer que a aplicação da legislação vigente, como por exemplo a Lei Anticorrupção, deve estar em sintonia com os princípios que compõem este Guia, ou seja, as ações aqui apresentadas devem funcionar de forma sistêmica, para que se promova o aperfeiçoamento contínuo do Programa de Integridade da empresa.



ibp.org.br

IBP - Instituto Brasileiro de Petróleo, Gás e Biocombustíveis

Av. Almirante Barroso, 52 - 21º e 26º andares | RJ

Tel.: 55 (21) 2112-9000 | ibp.org.br