



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

OUTUBRO 2022

Instituto Brasileiro de Petróleo e Gás - IBP
Comissão de Compliance

Guia de boas práticas em integridade corporativa para o setor de óleo e gás

2ª edição

2022



Copyright © 2022 Instituto Brasileiro de Petróleo e Gás (IBP)

Todos os direitos reservados ao Instituto Brasileiro de Petróleo e Gás (IBP).

A reprodução não autorizada desta publicação, por qualquer meio, seja total ou parcial, constitui violação da Lei nº 9610/98 (Lei de Direitos Autorais).

Dados internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

Elaborada pela biblioteca do Centro de Informação e Documentação Hélio Beltrão – IBP

I59 Instituto Brasileiro de Petróleo e Gás
Guia de boas práticas em integridade corporativa para o setor de
óleo e gás / Instituto Brasileiro de Petróleo e Gás. - 2. ed. – Rio de Janeiro:
IBP, 2022.
42 p. ; PDF
Formato: e-book em PDF.
Modo de acesso: www.ibp.org.br/biblioteca
1. Ética empresarial. 2. Ética profissional 3. Programas de
compliance. 3. Integridade. I. IBP. II. Comissão de Compliance. III. Título.

CDD 658.12

www.ibp.org.br



IBP - Instituto Brasileiro de Petróleo e Gás
Avenida Almirante Barroso, 52 - 21º e 26 andares
Centro, Rio de Janeiro-RJ – CEP: 20031-918
Tel.: (+55 21) 2112-9000

A elaboração desta versão do documento contou com a colaboração dos seguintes representantes das empresas (em ordem alfabética):

Alex Mendonça

Marina Ferro

Andrea Portugal

Mary Kuwada

Bárbara Avólio

Maurício Silva

Bianka Barcelos

Mayara Azevedo

Bruno Montfort

Patrícia Marques

Bruno Piloto

Patrícia Vasconcellos

Camila Nogueira

Paula Lopes

Carolina Orlandi

Philip Hime

Danilo Correia

Rachel Pinaud

Emiliano Fernandes

Raquel Balceiro

Flávia Gorin

Rayanne Marinheiro

Gilberto Couto

Rodolfo Kurtenbach

Guilherme Lima

Rodrigo Bahia

Isabel Marques

Ruan Santos

José Adami

Sylvia Figueiredo

Karoline Oliveira

Ulisses Martins

Lisandro Gaertner

Yasmin Melo

Marcela Souza

SUMÁRIO

Introdução	6
Capítulo I	Presentes, brindes e hospitalidade	7
Capítulo II	Relacionamento com o poder público	9
Capítulo III	Conflito de interesses	11
Capítulo IV	<i>Due diligence</i>	13
Capítulo V	Uso de intermediários em relações comerciais	15
Capítulo VI	Sanções, combate ao terrorismo e prevenção à lavagem de dinheiro	16
Capítulo VII	Responsabilidade social	18
Capítulo VIII	Direitos humanos	20
Capítulo IX	Diversidade, equidade e inclusão	22
Capítulo X	Gestão de saúde, meio ambiente e segurança	23
Capítulo XI	Auditoria de sistemas de integridade	25
Capítulo XII	Canais de denúncia	27
Capítulo XIII	Violações das leis de defesa à concorrência	30
Capítulo XIV	Treinamento e disseminação da cultura de <i>compliance</i>	32
Capítulo XV	Gerenciamento de informações	34
Capítulo XVI	Proteção de dados	36
Capítulo XVII	Doações e patrocínios	38

INTRODUÇÃO

O presente *Guia de boas práticas em integridade corporativa para o setor de óleo e gás* é um documento que reúne as melhores práticas de *compliance* e integridade, elaborado colaborativamente pelas empresas e organizações que compõem a Comissão de Compliance do Instituto Brasileiro de Petróleo e Gás (IBP). A primeira versão, datada de 2018, contou com o apoio do Ministério da Transparência e a Controladoria Geral da União (CGU). Em 2022, a Comissão revisou o documento para contemplar atualizações referentes às melhores práticas de mercado que surgiram desde o seu lançamento.

Decorrente da ação coletiva denominada "Pacto de integridade da indústria de petróleo, gás e biocombustíveis", este guia é uma das entregas que materializam o compromisso das empresas signatárias do pacto com a observância de um alto padrão de integridade na condução de suas atividades, visando à promoção de um modelo de negócios ético, sustentável, transparente, ambiental e socialmente responsável e alinhado a estratégias de negócio ASG.

O grupo reúne representantes das empresas que compõem a Comissão de Compliance do IBP: Aker Solutions, Baker Hughes, Chevron, Enauta, Equinor, Modec, NTS, Ocyan, Petrobras, PRIO, SBM Offshore, Shell, Siemens Energy, Schlumberger, TechnipFMC e Total, além do Instituto Ethos.

O guia, concebido a partir de um estudo comparativo dos programas de integridade das empresas participantes, não tem a intenção de ser um documento exaustivo para a implementação de programas de integridade e ASG. Ele desenvolve os temas abordados no pacto de integridade e visa oferecer um panorama dos principais riscos e políticas de conformidade praticados por empresas da indústria de óleo e gás, como subsídio 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 a outras cartilhas explicativas, tais como as publicadas pelo Ministério da Transparência e a Controladoria Geral da União (CGU).

Cada um dos 17 capítulos deste documento 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 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 elenca outros exemplos de boas práticas corporativas que podem enriquecer uma política em construção.

As iniciativas da Comissão de Compliance do IBP 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 ao grupo. Este guia é mais uma contribuição para a consolidação da cultura de integridade no nosso setor. Acreditamos que a *compliance* não deve necessariamente ser um investimento caro, sinônimo de programas sofisticados e reservada às 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.

CAPÍTULO I – PRESENTES, BRINDES E HOSPITALIDADE

Contextualização

Presentes, brindes e hospitalidade são uma forma usual, no ambiente corporativo, que as áreas de *marketing* das empresas 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 esse assunto, visto que essa prática pode estar associada à 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, cultural, que seja de caráter geral e, portanto, não se destine a agraciar exclusivamente um indivíduo.

Hospitalidade – consideram-se gastos com deslocamento (aéreo, marítimo e/ou terrestre), hospedagem, alimentação, passeios, entretenimento, ingressos para eventos, entre outros benefícios relacionados à viagem ou evento. 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 e que não possua caráter promocional. São usualmente bens perecíveis (vinhos, chocolates etc.) ou não (relógios, eletrônicos etc.).

Requisitos básicos

A aceitação ou oferta ocasional de brindes e hospitalidade, nos estritos termos da lei, são uma cortesia que pode contribuir para o relacionamento comercial. No entanto, o recebimento e/ou oferecimento de brindes e hospitalidade ensejam cuidados e a necessidade de observância às regras aplicáveis, pois podem ser percebidos como, ou, efetivamente, configurar conflito de interesses e até mesmo suborno.

Não é permitido receber ou oferecer presentes, brindes, hospitalidade e contrapartidas de patrocínio, independentemente do valor, nos seguintes casos:

- a) em troca de qualquer favorecimento para si ou terceiros;
- b) quando o motivo ou a intenção do oferecimento for influenciar uma decisão;
- c) houver expectativa de retribuição de alguma forma;
- d) em troca de algum negócio realizado, em curso ou em potencial;
- e) houver desconforto ou constrangimento pessoal ou impacto na imagem ou reputação da empresa ao se divulgar ou justificar o recebimento do brinde, presente ou hospitalidade.

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 indicar os canais para o tratamento adequado a essas questões.

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

A prática de 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 que a contraparte não possa aceitar. Seria eficaz, também, envidar esforços para que brindes e presentes sejam entregues acompanhados de um *disclaimer*, com o intuito de afastar a hipótese de infração das normas de compliance do terceiro, tornando clara a possibilidade da sua devolução e a forma de efetuar essa 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).

CAPÍTULO II – RELACIONAMENTO COM O PODER PÚBLICO

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 eles 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 a eles, 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 à 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 entre 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 a 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.

CAPÍTULO III – CONFLITO DE INTERESSES

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 promover 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 de um parente ou pessoa próxima desse 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 terceiros 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, deve-se monitorar a evolução de situações que a princípio não representam elevado risco para a empresa, mas que a qualquer momento podem se alterar mediante a promoção de um colaborador para uma posição de decisão ou uma alteração em quadro societário de um terceiro.

CAPÍTULO IV – DUE DILIGENCE

Contextualização

Algumas leis anticorrupção, como por exemplo a Lei brasileira nº 12.846/2013, 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 dessa relação.

Realizar diligências apropriadas (*integrity due diligence*), baseadas em riscos, para contratação e, conforme o caso, supervisão de terceiros, tais como fornecedores, prestadores de serviços, agentes intermediários, despachantes, consultores, representantes comerciais e associados representa uma boa prática de prevenção e/ou detecção de riscos de integridade associados a terceiros.

Conforme previsto no Decreto nº 11.129/2022, que regulamenta a Lei nº 12.846/2013, a *due diligence* também é recomendada para (i) contratação e, conforme o caso, supervisão de pessoas expostas politicamente, bem como de seus familiares, estreitos colaboradores e pessoas jurídicas de que participem; (ii) realização e supervisão de patrocínios e doações; e (iii) verificação, durante os processos de fusões, aquisições e reestruturações societárias, do cometimento de irregularidades ou ilícitos ou da existência de vulnerabilidades nas pessoas jurídicas envolvidas.

Requisitos básicos

A implementação da *due diligence* deve ser precedida de avaliação de riscos relacionada ao universo de terceiros da organização. Essa prática visa garantir proporcionalidade entre os riscos verificados e a profundidade das atividades que compõem o procedimento de *due diligence*. Por exemplo, se a empresa faz uso de agentes ou intermediários para angariar novos negócios junto à administração pública nacional ou estrangeira, seria razoável esperar que esse tipo de terceiro seja objeto de maior escrutínio durante o procedimento de *due diligence*, do que um fornecedor de bem ou serviço não estratégico para a companhia.

A alta direção da empresa deve definir o seu apetite a riscos, quanto ao resultado do procedimento de *due diligence*.

O processo de diligência prévia é o levantamento de dados e informações que deve ser realizado sobre o terceiro para entendimento dos riscos que representa e traz aos negócios. Nesse levantamento, podem ser apontadas *red flags*, que correspondem a situações que, se detectadas, devem ser observadas com mais atenção pois possuem maior probabilidade de ocorrência de irregularidade.

Portanto, a empresa, por exemplo, deve definir quais são as alçadas responsáveis por aprovar a contratação de terceiros que apresentem algum tipo de *red flag* relacionada à integridade, como, por exemplo, histórico de envolvimento de seus administradores em escândalos de corrupção de agentes públicos.

O procedimento de *due diligence* deve ser consubstanciado por evidências documentais válidas e confiáveis, assim como devidamente registrado nos sistemas de informação empresariais, de modo que seja facilmente reconstituído ou auditado.

Boas práticas

A partir da avaliação de riscos dirigida ao universo de contrapartes/terceiros da organização, o responsável pela implementação da *due diligence* deve planejar os procedimentos a serem aplicados. A adoção de questionários e pesquisas a bases de dados públicas e privadas correspondem a boas práticas para a coleta de informações úteis à avaliação de terceiros submetidos ao procedimento de *due diligence*.

O Decreto nº 11.129/2022 sugere alguns aspectos relacionados à pessoa jurídica objeto de avaliação, que podem vir a ser considerados durante o procedimento de *due diligence*: (i) a quantidade de funcionários, empregados e colaboradores; (ii) o faturamento, levando ainda em consideração o fato de ser qualificada como microempresa ou empresa de pequeno porte; (iii) a estrutura de governança corporativa e a complexidade de unidades internas, tais como departamentos, diretorias ou setores, ou da estruturação de grupo econômico; (iv) a utilização de agentes intermediários, como consultores ou representantes comerciais; (v) o setor do mercado em que atua; (vi) os países em que atua, direta ou indiretamente; (vii) o grau de interação com o setor público e a importância de contratações, investimentos e subsídios públicos, autorizações, licenças e permissões governamentais em suas operações; e (viii) a quantidade e a localização das pessoas jurídicas que integram o grupo econômico.

A realização de pesquisas em listas restritivas e buscas por referências de mídias negativas em bases de dados públicas e/ou privadas constituem outra boa prática na condução de diligências apropriadas.

Vale lembrar que o importante não é apenas a correta identificação dos riscos e *red flags* 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).

A existência de um programa de integridade, cujo funcionamento seja capaz de ser demonstrado pelo terceiro, a partir de exemplos práticos de aplicação, constitui um importante fator de mitigação para eventuais riscos de integridade identificados durante o procedimento de *due diligence*.

Nesse sentido, corresponde à boa prática o estabelecimento de recomendações para cada risco identificado, a fim de viabilizar o negócio pretendido, mesmo em ambientes pouco favoráveis.

Por fim, recomenda-se o monitoramento e a 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.

CAPÍTULO V – USO DE INTERMEDIÁRIOS EM RELAÇÕES COMERCIAIS

Contextualização

Terceiros e particularmente intermediários são a principal área de risco relacionada ao 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 por meio de processos de *due diligence* 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*, entre outras, que as empresas documentem adequadamente a análise de risco e o processo de *due diligence* 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, financiamento do terrorismo e/ou violação aos direitos humanos, 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, financiamento do terrorismo e violação aos direitos humanos 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.

Além das obrigações legais aplicáveis nos territórios onde a empresa possui negócios, como, por exemplo, a necessidade de observar as sanções impostas por resoluções do Conselho de Segurança das Nações Unidas por força da Lei nº 13.810/2019, as organizações devem se comprometer a não se relacionar com contrapartes sancionadas por determinados países ou organismos internacionais.

Boas práticas

As principais operações de pagamento ou recebimento sujeitas ao risco de lavagem de dinheiro e financiamento do terrorismo envolvem, entre outras, empresas domiciliadas em paraísos fiscais ou países sancionados, envolvimento em investigação de lavagem de dinheiro ou financiamento do terrorismo, transações em país diferente de onde o serviço foi prestado, aditamentos contratuais recorrentes, especialmente em datas próximas a eleições, cessão de crédito, fracionamentos de

contrato, utilização de intermediários, comissão desproporcional pelos serviços prestados, operação aparentemente fictícia ou com indícios de sub ou superfaturamento, procedimento diverso ao formal, fracionamento de pagamentos relativos à mesma contratação, mudança recorrente de razão ou objeto social, informação de mesmo endereço comercial por diferentes pessoas jurídicas sem justificativa razoável, 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 a 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 (por exemplo, países) e qualquer outro tipo de instituição.

As sanções podem ser direcionadas (destinadas a pessoas específicas), setoriais (destinadas a setores da economia) ou abrangentes (proíbem importações/exportações diretas ou indiretas, intermediação comercial, financiamento ou facilitação dos bens, tecnologias e serviços).

A análise sobre a forma e o 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 deve ocorrer somente após análise (a fim de confirmar ou não os indícios de materialização desses riscos) 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 - RESPONSABILIDADE SOCIAL

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 Organização Internacional do Trabalho (OIT) 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.

Formular, implementar e avaliar os aspectos de responsabilidade social na gestão da empresa faz-se necessário, considerando a gestão estratégica do relacionamento comunitário, dos riscos sociais, dos programas e processos de direitos humanos, dos investimentos socioambientais e do engajamento do público interno e externo em responsabilidade social.

Requisitos básicos

Os potenciais impactos sociais e ambientais aos quais a empresa está sujeita precisam ser identificados de imediato nos processos/projetos da empresa. Como parte do resultado dessa identificação, um plano de mitigação de risco deve ser criado e implementado, ou a negociação, se envolver terceiros, 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.

Importante observar que, muitas vezes, as empresas investem dinheiro em projetos da comunidade por meio de terceiros, tais como ONGs ou consultorias. Caso ocorra alguma má conduta por parte do terceiro, como corrupção ou fraude, a empresa 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:

- selecionar um projeto, assegurar que haja um escopo de trabalho e entregas claro;
- 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.

CAPÍTULO VIII - DIREITOS HUMANOS

Contextualização

Direitos humanos são direitos básicos constitutivos de cada ser humano e, por isso, aplicam-se a todas as pessoas, independentemente de sua situação de vida, tendo como características: universalidade, essencialidade, inalienabilidade e inextinguibilidade. Esses direitos fundamentais não podem ser considerados seletivamente ou ignorados e não devem ser desrespeitados por Estados, empresas ou instituições. Diante desse quadro, a atuação das empresas na visão sobre o respeito aos direitos humanos deve estar presente durante todo o ciclo de vida de projetos e operações das organizações.

Princípios como respeitar, conscientizar e promover os direitos humanos estão nas atividades na indústria de óleo e gás, além disso atuam em conformidade com os preceitos da Constituição Federal e com os tratados e convenções internacionais ratificados pela Declaração dos Princípios e Direitos Fundamentais no Trabalho da OIT.

Assim, é dever das empresas: respeitar, conscientizar, prevenir a violação e promover os direitos humanos em suas atividades e atuar de acordo com os direitos humanos estabelecidos, além de reparar possíveis perdas ou prejuízos decorrentes de danos causados sob sua responsabilidade às pessoas ou comunidades afetadas pelas atividades corporativas, com a máxima agilidade.

Na indústria de óleo e gás valorizamos o capital humano, tendo o comprometimento da promoção da diversidade, certos de que as diferenças são uma fonte de força e um ingrediente essencial para o sucesso do negócio (IBP, 2022).

Requisitos básicos

- Garantir um ambiente de trabalho que respeite, acolha e promova a diversidade de cultura, cor, etnia, religião, idade, gênero, orientação sexual ou aparência física, garantindo a igualdade de oportunidades e a valorização profissional baseada na meritocracia.
- Coibir, não praticar e não ser conivente com qualquer tipo de comportamento agressivo ou de violência física, psicológica ou sexual.
- Respeitar a opinião, a crença, a convicção político-partidária de todos os colaboradores, assim como o direito à livre associação sindical.
- Respeitar todos os grupos e indivíduos e seus valores e patrimônios culturais materiais e imateriais envolvidos direta ou indiretamente com as unidades e os empreendimentos da companhia.
- Manter canais permanentes de comunicação e diálogo com as comunidades.
- Prevenir, identificar, avaliar e monitorar os impactos sociais de nossas atividades nas comunidades onde atuamos, mantendo canais permanentes de comunicação e diálogo.
- Combater, junto à cadeia de fornecedores, práticas de trabalho degradantes ou análogas ao escravo, bem como respeitar os direitos de crianças e adolescentes, estabelecendo medidas punitivas como a aplicação de multa e rescisão contratual em caso de violação.

Boas práticas

- Estabelecer sistemática de avaliação de riscos e impactos em direitos humanos.
- Desenvolver itinerário formativo em direitos humanos, com intencionalidades pedagógicas diferenciadas para os diversos públicos de interesse.
- Sistematizar os canais de recebimento, tratamento e resposta de denúncias, reclamações e demais solicitações relacionadas aos direitos humanos.
- Estabelecer comissão ou equipe multidisciplinar permanente para acompanhar a implementação da agenda de respeito aos direitos humanos na empresa.
- Desenvolver programa de capacitação amplo para a temática de direitos humanos para empregados.
- Promover a diversidade proporcionando um ambiente de trabalho inclusivo.
- Desenvolver um processo de *due diligence* em direitos humanos nas operações. Dessa forma, o processo traz maior transparência para as operações, além de fornecer recomendações mais direcionadas e robustas sobre como tratar as questões de direitos humanos.
- Estabelecer sistemática de avaliação de riscos e impactos em direitos humanos.

CAPÍTULO IX – DIVERSIDADE, EQUIDADE E INCLUSÃO

Contextualização

A diversidade corporativa simboliza a responsabilidade social da empresa em criar um ambiente de trabalho diverso e inclusivo, onde cada colaborador tem acesso às mesmas oportunidades, espaço e respeito. Valorizar o capital humano é também estar comprometido com a promoção da diversidade, certos de que as diferenças são uma fonte de força e um ingrediente essencial para o sucesso das empresas.

Atrelado ao conceito de diversidade, entende-se como um conjunto de características que fazem cada indivíduo único, correspondendo a um princípio que passa pelos valores e cultura empresariais, e assim enxergando as diferenças das pessoas como um ponto que reúne vantagens para todos na sociedade e nas corporações.

As empresas devem adotar medidas para garantir ambientes de trabalho seguros e inclusivos, além de prevenir e mitigar a discriminação de qualquer natureza e forma, incluindo de gênero, étnico-racial, de orientação sexual ou religiosa, de identidade de gênero, em relação à idade e a deficiências.

Requisitos básicos

Para que a diversidade se torne uma realidade, ela deve estar alicerçada em uma forma de pensar inclusiva, rompendo com padrões tradicionais que usualmente podem reforçar o preconceito.

Para alcançar esse objetivo, as empresas devem promover a diversidade do seu pessoal por meio de medidas efetivas nos diferentes níveis, a fim de compor equipes capazes de somar propostas e analisar cenários sob prismas distintos.

Boas práticas

Ser capaz de enxergar a pluralidade das pessoas é fundamental para as boas práticas. Como qualquer outra ação estratégica dentro da empresa, é necessário planejamento, foco e mensuração.

Diante desse quadro, cabem diversas ações, como, por exemplo, a promoção, a implementação e o incentivo de programas que incrementem mulheres em cargos de liderança, além de aumentar a representação racial e étnica em toda a força de trabalho para que possam refletir melhor as comunidades em que se trabalha e se vive, buscando proporcionar um ambiente seguro, atencioso e inclusivo para todos os funcionários da empresa.

CAPÍTULO X – GESTÃO DE SAÚDE, MEIO AMBIENTE E SEGURANÇA

Contextualização

A gestão de saúde, meio ambiente e segurança (SMS) nas empresas é um valor que engloba as premissas de cuidado à vida das pessoas, entre elas os funcionários da organização e membros de comunidades vizinhas, e ao ambiente no qual projetos e operações são desenvolvidos. Cada vez mais, as empresas buscam aplicar os padrões de excelência na gestão de SMS na indústria de óleo e gás, para uma melhoria contínua do desempenho operacional, bem como para atender à crescente demanda de acionistas e da sociedade por negócios mais responsáveis e sustentáveis.

Ademais, no atual contexto global de transição energética para matriz renovável e de baixa emissão de carbono, as organizações têm demonstrado aderência aos termos do Acordo de Paris, passando a considerar as emissões de gases do efeito estufa (GHGs) nas decisões de investimento de novos projetos, bem como estabelecendo estratégias para redução do impacto provenientes de suas operações.

No que tange aos aspectos ambientais e de sustentabilidade corporativa, as organizações buscam adesão a metas globais como os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODSs) da ONU que enfocam não apenas o uso responsável de recursos naturais e conservação da biodiversidade, mas também a manutenção dos direitos humanos e trabalhistas e o bem-estar da sociedade.

Requisitos básicos

Para uma gestão de SMS efetiva, as empresas devem se empenhar em adotar uma abordagem sistematizada, visando garantir a conformidade com os requerimentos legais, regulação, normas e padrões, buscando a promoção da melhoria contínua das operações. Tal abordagem deve ser fundamentada na instituição de uma política de SMS, na incorporação de padrões e manuais, além da definição de requerimentos e procedimentos operacionais mandatórios, garantindo uma maior integração e consistência por toda a organização.

É importante que a política de SMS da organização contemple o tema mitigação de mudanças climáticas, de forma alinhada a seus compromissos publicamente estabelecidos. A não atuação em mitigação de mudanças climáticas pode impactar a imagem e a reputação das empresas, infringindo em riscos referentes à perda de mercado, despesas elevadas decorrentes de uma eventual precificação de carbono, despreparo para atender eventuais exigências legais e normativas e perda de valor perante investidores.

As metas e métricas empregadas na gestão de SMS e mitigação de mudanças climáticas devem ser claras, permitindo o acompanhamento das partes interessadas. Da mesma maneira, os investimentos e desempenho alcançados devem ser divulgados com a máxima transparência e de maneira a permitir sua rastreabilidade.

Boas práticas

Seja nas fases de desenvolvimento de novos projetos ou durante a execução das operações, as empresas devem reforçar continuamente o comportamento ético e seguro, evitando quaisquer prejuízos à vida das pessoas e ao meio ambiente, bem como danos reputacionais à organização. Deste modo, a empresa deve estar, minimamente, comprometida e alinhada aos seguintes princípios:

- avaliar, reduzir e gerenciar os riscos à segurança, ao meio ambiente e à saúde das pessoas com foco na segurança operacional e de processos;
- promover a cultura de segurança e um ambiente propício ao aprendizado, onde intervenções são bem-vindas;
- definir objetivos e metas de desempenho em SMS, bem como medir, avaliar e reportar os resultados alcançados;
- considerar os aspectos de SMS na avaliação e no programa de bonificação de funcionários, inclusive da liderança;
- gerenciar contratados, fornecedores e parceiros, requerendo a equivalência dos padrões de gestão de SMS e gerenciamento de riscos;
- manter os sistemas para reportar e investigar acidentes;
- gerenciar e avaliar o risco de mudanças;
- planejamento de contingência e prontidão na resposta às emergências;
- se relacionar de forma efetiva e respeitosa com as comunidades vizinhas aos locais de atuação;
- avaliar e gerenciar os riscos ao longo de todo o ciclo de vida de um projeto;
- controlar e gerenciar as emissões de gases de forma eficiente e integrada às decisões de negócio;
- comprometimento com a transparência na divulgação de informações e dados de desempenho em SMS;
- executar auditorias regulares para verificação de conformidade legal e da eficácia do sistema de gestão.

Por fim, a busca pelo alinhamento às boas práticas de SMS da indústria de óleo e gás, divulgadas por associações e fóruns de empresas como a International Organization of Oil and Gas Producers (IOGP) e International Petroleum Industry Environmental Conservation Association (Ipieca), além da aderência aos padrões da International Organization for Standardization (ISO) é um meio de garantir a padronização e a qualidade dos sistemas de gestão de SMS, com certificações e protocolos de excelência, reconhecidos internacionalmente.

CAPÍTULO XI - AUDITORIA DE SISTEMAS DE INTEGRIDADE

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* corporativa 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 se protegerem, 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 aos principais riscos identificados pela empresa 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 XII – 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 se reflete na forma ética, íntegra e profissional como atua no mercado.

O canal de denúncia é fundamental para a efetividade das ações de *compliance* e é requisito legal para a configuração da efetividade dos programas de integridade.

É importante ressaltar que uma boa prática do mercado é o gerenciamento do canal de reporte confidencial telefônico ou *on-line* por terceiros, com as devidas garantias de 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 pelos 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 tomem todas as ações necessárias para mitigar riscos futuros relacionados a questões similares.

Para que seja assegurada a proteção de todos os seus colaboradores, todo aquele que tiver acesso às denúncias deverá respeitar a confidencialidade atribuída a todas as denúncias, com o objetivo de evitar que o denunciante sofra retaliação e que aqueles implicados no relato tenham exposição indevida. Sendo assim, é dever das empresas proibir estritamente quaisquer formas de retaliação contra aqueles que apresentaram preocupações relacionadas a possíveis violações à política de *compliance*, além de obrigatoriamente conduzir a análise investigativa e elaborar o respectivo relatório, respeitando a confidencialidade das informações compartilhadas, em cumprimento à Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).

Boas práticas

Determinar que tipo de questões serão recebidas pelo canais de denúncia. Exemplos de matérias:

- incidentes de conformidade (conflito de interesses, descumprimento das regras do processo decisório, evolução patrimonial incompatível com a renda, falsidade declaratória ou documental, favorecimento, intervenção indevida em atividade de fiscalização, irregularidades em: auditoria, controles internos/demonstrações financeiras, patrocínios, processos de contratação, execução contratual, gestão de portfólio, tratamento de denúncias/incidentes; lavagem de dinheiro, nepotismo, recebimento/oferecimento indevido de brindes, presentes e hospitalidade, suborno/propina, subvenção para atos ilícitos e uso de pessoa interposta);
- incidentes de segurança corporativa (apropriação indevida, danos ao patrimônio, furto e roubo, sabotagem, segurança da informação, segurança patrimonial, uso indevido da imagem da empresa, de bens e/ou serviços, vandalismo e venda ou uso de psicoativos);
- saúde, meio ambiente e segurança (SMS);
- violência no trabalho (assédio moral e sexual).

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, com atendimento em mais de um idioma, a depender dos idiomas dos países onde a empresa atua ou da nacionalidade dos empregados que atuam na organização.

É importante que haja mais de um meio de acessar ao canal de denúncia:

- por telefone, por meio de atendentes treinados para acolher as denúncias com o máximo possível de informações que permitam a apuração dos fatos descritos no relato (considerando que algumas pessoas não sentem confiança no tratamento de suas denúncias quando depositam uma mensagem de voz em secretária eletrônica);
- por correio eletrônico, sites e até aplicativos (já que nem todo mundo se sente confortável ao fazer uma denúncia por voz), desde que a empresa consiga gerenciá-los e torná-los efetivos.

Reforçamos que o acesso ao canal de denúncia deve ser fácil e a linguagem simples, respeitando a cultura do local.

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

A empresa deve garantir a não retaliação com o respeito à confidencialidade efetiva e que só as pessoas necessárias sejam envolvidas no caso, de modo a atender o que preconiza a LGPD, conforme mencionado anteriormente.

Caso não seja uma denúncia anônima, a empresa deve garantir que aqueles que tenham acesso ao caso só saibam o nome do denunciante se for estritamente necessário e que mantenham a confidencialidade.

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

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

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

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

CAPÍTULO XIII - 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. Por isso, é de suma importância que as empresas exijam de seus colaboradores e gestores o cumprimento estrito da legislação de defesa da concorrência brasileira e das jurisdições estrangeiras em que realiza negócios.

Práticas anticoncorrenciais horizontais, como a formação de cartéis (união de concorrentes de forma a manipular o mercado) para (i) aumentar preços ou impedir sua alteração, (ii) restringir a quantidade de produtos no mercado e limitar a oferta, (iii) promover divisão de mercado ou (iv) coordenar a atuação em processos licitatórios ou o conluio para apresentar propostas fictícias, se abster de apresentar uma proposta, ou coordenar propostas rotativas, oneram a administração pública e privada. Já as práticas verticais, podem ser exemplificadas como fixação de preços de revenda, restrições territoriais e de base de clientes, acordos ou contratos de exclusividade, recusa de negociação, acordos de venda casada, discriminação de preços, preços predatórios e exploração abusiva de direitos de propriedade industrial, intelectual, tecnologia ou marca, direitos de tributação exclusiva. As leis de concorrência proíbem o compartilhamento de informações comercialmente sensíveis, acordos entre concorrentes, 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, pela 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 troca de informações entre concorrentes, incluindo a coleta de informações para criação de inteligência competitiva, *benchmarkings*, relacionamento em parcerias, é comum e pode levar a benefícios de

aumento da eficiência e redução de custos, mas também pode apresentar riscos concorrenciais se realizada de forma inadequada.

Deve-se ter cautela quanto às informações concorrenciaismente sensíveis, pois uma troca de informações nessa área pode criar uma presunção de coordenação entre as partes. Em caso de dúvidas na interação com concorrentes e com relação ao compartilhamento de informações concorrenciaismente sensíveis, a área jurídica da organização deve ser envolvida. A divulgação de informações comercialmente sensíveis deve ser evitada sempre que identificada a possibilidade de prejuízos à boa prática concorrencial.

Informações concorrenciaismente sensíveis são aquelas que podem ter efeitos na concorrência e que versam diretamente sobre o desempenho das atividades-fim dos agentes econômicos (informações específicas), como: custos das empresas envolvidas; nível de capacidade e planos de expansão; estratégias de *marketing*; precificação de produtos (preços e descontos); margens de venda; estratégias competitivas; principais clientes e descontos assegurados; principais fornecedores e termos de contratos com eles celebrados; *royalties*; informações não públicas sobre marcas e patentes e pesquisa e desenvolvimento (P&D); planos de aquisições futuras; salários de funcionários etc.

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.

CAPÍTULO XIV – 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 por 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 em 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 elaborar seu código de ética e de conduta e suas normas de integridade, de modo a garantir 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 desses documentos por circulares e comunicações internas, assim como por intermédio da realização de eventos específicos para a troca de experiências entre as diversas empresas e da oferta 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 abranger não apenas os colaboradores e dirigentes, mas também terceiros e interessados em geral, pelas mais diversas formas: jornais internos e circulares, publicações no *website* da empresa e na intranet, participação em palestras e eventos destinados à discussão de temas e assuntos de integridade, mensagens eletrônicas corporativas 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

seu conteúdo e alcance por meio de casos práticos anonimizados e descaracterizados e a orientação sobre como solucionar situações de risco.

A fim 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 a promoção e incluir treinamentos para políticas específicas de acordo com o perfil dos colaboradores.

É importante garantir a periodicidade das capacitações, assim como as 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.

As empresas devem manter registro dos treinamentos realizados e das pessoas que deles participaram, assim como dos temas abordados por cada formação, de modo a avaliar o seu alcance e as necessidades futuras para preenchimento das lacunas de conhecimento e competências dos seus colaboradores.

CAPÍTULO XV - GERENCIAMENTO DE INFORMAÇÕES

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 a privacidade necessárias para manutenção dos negócios.

Requisitos básicos

O gerenciamento de dados deve ser planejado e aplicado 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 e a classificação de informações, a fim de garantir a sua proteção, assim como sobre temas como a utilização e proteção 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, e orientem que seus colaboradores as classifiquem e armazenem adequadamente de acordo com a relevância e grau de confidencialidade. As informações devem ser classificadas quanto ao nível de confidencialidade necessária, de acordo com a importância da informação para os negócios de cada empresa.

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. O uso dos recursos tecnológicos fornecidos pela empresa, a que título for, deverá sempre se dar dentro dos limites da boa-fé, da ética e da legislação, além de não poder constituir prática contrária aos valores da organização, não ser ilícita e nem gerar risco reputacional para a empresa, sendo concedido por mera liberalidade e estando sujeito a alterações e revisões periódicas de acordo com os riscos identificados e com o acompanhamento da conduta dos colaboradores, podendo ser revogado ou alterado a qualquer tempo.

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 a empresa, empresas terceiras e seus colaboradores, é recomendado que eles sejam impedidos de 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, eles devem ter a respectiva classificação de confidencialidade, bem como orientação sobre a proteção adequada quanto ao acesso, uso e descarte cabível e seguro.

Adicionalmente, é considerada uma boa prática a segregação de funções pelos gestores para a realização das atividades, evitando que colaboradores tenham acesso para realizar atividades conflitantes entre si, gerando risco para a organização. A definição e a comunicação interna de um sistema de consequências para aqueles que não respeitarem as regras estabelecidas é fundamental para evitar que algum colaborador argumente desconhecimento em caso de desconformidade.

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 organização, mantendo-se alinhadas às regulamentações externas, como a LGPD, e as suas diretrizes internas. Para isso, é necessário manter sempre suas informações atualizadas, identificar as falhas em seu sistema, rever a sua segurança e aprimorá-lo.

CAPÍTULO XVI – PROTEÇÃO DE DADOS

Contextualização

A Lei nº 13.709/2018, Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), vigente desde setembro de 2020, dispõe sobre o tratamento de dados pessoais, impondo limites e gerando a necessidade de adequação quanto ao seu uso e coleta, por meio de medidas administrativas, técnicas e organizacionais apropriadas.

Em 20/11/2021, o Congresso Nacional aprovou a PEC nº 17/2019, que inclui a proteção de dados pessoais no rol de direitos e garantias fundamentais. Nesse contexto, a LGPD estabelece diversas obrigações para proteger a privacidade dos titulares e a integridade dos dados pessoais ao mesmo tempo em que impulsiona as atividades econômicas com novas tecnologias que seguirão alterando as relações humanas.

Portanto, a proteção aos direitos fundamentais de liberdade, de privacidade e do livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural precisa estar contemplada como elemento da integridade corporativa também para o setor de óleo e gás.

Requisitos básicos

Na condução das suas atividades, as empresas devem zelar pelos dados pessoais, especialmente atentando para a adequada identificação de suas hipóteses legais de tratamento e certificando-se da aplicação dos princípios da LGPD em todas as suas relações, considerando a totalidade de seus públicos de interesse: de colaboradores, passando pelos entes públicos, englobando as comunidades do entorno de suas operações e demais relações nas quais dados pessoais sejam recebidos, enviados ou tratados de outra forma.

É importante que as empresas conheçam seus processos sob a ótica do tratamento dos dados pessoais. Assim, com o mapeamento e atualizações periódicos, estarão aptas à adequada identificação, análise e categorização de riscos, falhas de conformidade e indicação de aprimoramentos no âmbito dos requisitos aplicáveis da LGPD. Evolução tecnológica e seus desdobramentos nas formas de interação das sociedades passam a ser insumos constantes para tratar esse novo valor para a integridade corporativa.

Deteção e comunicação de incidentes relacionados à proteção de dados pessoais e à privacidade devem ser de conhecimento dos colaboradores e parceiros de negócio. Treinamento e conscientização contínuos sobre o tema devem ser concebidos como um pilar, pois o comportamento humano é componente fundamental para evitar falhas e mitigar riscos de incidentes relacionados à proteção de dados pessoais e à privacidade. E possuir prática de revisar e aplicar lições aprendidas é essencial.

E quando esses incidentes eventualmente se materializarem, a empresa deve contar com protocolos e processos ágeis para seu tempestivo e transparente enfrentamento, observando o teor da LGPD.

Boas práticas

Os papéis e as responsabilidades dos gestores e colaboradores devem estar bem definidos, além da identificação do encarregado (pessoa indicada pelos agentes de tratamento para atuar como canal de comunicação entre o controlador, os titulares dos dados e a Autoridade Nacional de Proteção de Dados, ANPD) e da disponibilização de canais de atendimento aos titulares de dados.

Para tanto, importante passo para o desenvolvimento da cultura de proteção de dados pessoais e privacidade é a criação de arcabouço normativo interno, que demonstre o comprometimento da alta administração e de toda a empresa com o tratamento independente e técnico do tema. Os normativos, especialmente política ou código de conduta, devem orientar para que a proteção da privacidade seja contemplada desde a concepção de novos projetos e processos. E o mais importante: os normativos devem sair do papel e ser incorporados ao dia a dia de todos os colaboradores.

Adicionalmente, os normativos devem ser objetivos sobre a definição e manutenção de controles com foco em dados pessoais e privacidade.

Segurança da informação e zelo pela qualidade dos dados pessoais igualmente devem estar presentes na mudança de cultura que se faz necessária, a ser sustentada por um plano de treinamento contínuo e bem estruturado, abrangendo colaboradores e alta administração. Nos treinamentos e ações de conscientização, os princípios norteadores do tratamento de dados pessoais e as situações em que o seu tratamento é permitido (bases legais, legítimo interesse e consentimento) devem ser abordados conforme crescente maturidade/necessidade das empresas ou das suas gerências sobre o tema.

E os parceiros de negócio devem possuir patamar aceitável de maturidade no tema.

Assim, passa a ser da essência das atividades do setor de óleo e gás proteger o direito à privacidade de seus públicos de interesse, conferindo acessibilidade ao seu respectivo titular e fazendo uso dos dados pessoais apenas para fins específicos, definidos e legítimos. Vital é passar a verificar, antes da realização de qualquer tratamento, quais dados pessoais são realmente necessários para o desenvolvimento de sua atividade.

CAPÍTULO XVII - DOAÇÕES E PATROCÍNIOS

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 têm por objetivo a obtenção de um benefício específico como contrapartida, 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 à 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 pode ser tomada 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 sobre a 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 de suporte relacionada à doação ou patrocínio que permita a realização de auditorias;
- posicionamento institucional sobre contribuições políticas nos países onde a prática for permitida.

IBP – Instituto Brasileiro de Petróleo e Gás

Presidente

Roberto Ardenghy

Diretora Executiva Corporativa

Fernanda Delgado

**Gerência de Comissões e Gestão do
Conhecimento**

Lisandro Gaertner

Gerência Jurídica

Yasmin Melo

Comissão de Compliance

Coordenador – Bruno Montfort

Vice-Coodenador – Mauricio Silva

Expediente:

**Gerente de Comunicação e Relacionamento
com Associados**

Tatiana Campos

Coordenação Editorial

Priscila Zamponi

Demy Gonçalves

Hugo Sousa

Projeto Gráfico

Trama Criações de Arte

Banco de Imagens

IBP



IBP – Instituto Brasileiro de Petróleo e Gás

Av. Almirante Barroso, 52 – 21º e 26º andares – RJ – Tel.: (21) 2112-9000