

Programa de Compliance do Instituto Publix

1.1. Visão geral

Ética, transparência, responsabilização, resultados e inovação são valores que orientam as ações do Instituto Publix. Mais que valores, são os pilares que sustentam a nossa organização desde quando fomos fundados em 2002! Nesse sentido, adotar um programa de compliance faz-se necessário como instrumento de consolidação das nossas práticas já presentes no nosso dia a dia, bem como para orientar as ações de nossos funcionários, parceiros e colaboradores, e para registrar e tornar público como agimos, com que propósitos e o que pode-se esperar de nossa organização.

1.2. Objetivo do Programa

Este Programa de Compliance estabelece **princípios/diretrizes, pilares e instrumentos/ferramentas de compliance** do Instituto Publix, evidenciando a necessidade de cumprimento de determinações legais e normativas por todos os diretores, funcionários, parceiros e colaboradores, a quem chamamos de Comunidade Publix.

A adoção do Programa visa, principalmente, prevenir práticas ou condutas indesejáveis, ou seja, que não estejam de acordo com a legislação ou com as normas e regulamentos próprios do Instituto Publix. É intuito do Programa, também, identificar eventuais condutas indesejáveis, permitindo que ações corretivas possam ser adotadas prontamente, evitando, assim, o enraizamento de práticas incompatíveis com os valores da organização e com a imagem positiva construída junto aos nossos públicos de interesse em todos esses anos de trabalho em prol do desenvolvimento da gestão pública.

1.3. A consolidação de uma cultura de responsabilização e respeito

Agir de forma ética e transparente vai muito além das palavras, de um discurso politicamente correto ou aprazível a determinado público de interesse. É algo que se consolida no dia a dia da instituição com ações concretas, com exemplos claros e observáveis. A palavra de ordem é “faça o que eu digo e pratico”. Essa é a atitude correta e que necessita ser replicada em todas as nossas ações, seja no ambiente interno ou externo da organização.

Dito isso, o sucesso do Programa de Compliance do Instituto Publix dependerá do engajamento real e sincero de cada um dos membros da Comunidade Publix que, atuando de forma ética e transparente, assegurará os pilares de sustentabilidade de nossa organização. Este Programa é um excelente instrumento de responsabilização. Faça-o valer em toda a sua extensão para si e para todos os membros da Comunidade Publix. Seja participativo! Faça e exija o melhor para o Instituto Publix!

2. As diretrizes do Programa de Compliance do Instituto Publix

- Difundir elevados padrões éticos, de integridade e de responsabilização, mediante a disseminação de cultura que destaque a importância da conformidade nas ações do Instituto Publix, tanto no âmbito interno quanto externo;
- Proteger e fortalecer a reputação e a imagem positivas do Instituto Publix, mantendo e fortalecendo a confiança de funcionários, parceiros e clientes, colaboradores e da sociedade em geral;
- Disseminar os princípios, diretrizes e condutas estabelecidos no Código de Ética do Instituto Publix, fazendo-os chegar, pelos canais adequados, a todos os *stakeholders* da organização;
- Instituir o Grupo de Implantação e Gestão do Programa de Compliance como instância independente e autônoma, visando a garantir a isenção e imparcialidade em todas as suas ações; [SÉP]
- Assegurar pleno acesso a qualquer informação necessária ao trabalho do Grupo de Implantação e Gestão do Programa de Compliance, bem como fomentar e acompanhar eventuais investigações necessárias, assegurando que as mesmas possam gerar resultados efetivos;
- Assegurar, aos integrantes do Grupo de Implantação e Gestão do Programa de Compliance, a confidencialidade, sempre que recomendável, bem como os recursos humanos, físicos e materiais necessários ao pleno exercício de suas funções;
- Promover o aperfeiçoamento contínuo do Programa de Compliance a partir de lições aprendidas pelo Instituto Publix e das melhores práticas de mercado;
- Assegurar canais de comunicação e denúncia de eventuais práticas em desacordo com os valores da organização, prezando pelo sigilo e pela adoção de medidas preventivas e corretivas imediatas;
- Promover o contínuo debate com os stakeholders da organização, fomento valores e práticas que estejam em harmonia com este Programa de Compliance e com os valores do Instituto Publix.

3. Os pilares do Programa de Compliance do Instituto Publix

1º: Comprometimento e apoio da alta direção:

O apoio dos Diretores do Instituto Publix é condição indispensável e permanente para o fomento e a consolidação incontestemente de uma cultura ética e de respeito às leis e para a aplicação efetiva do Programa de Compliance do Instituto Publix. Nesse sentido, todos os diretores do Instituto Publix deverão ter reputação ilibada e se comprometerem, no ato de posse de suas funções, por escrito, a cumprirem integralmente o Programa, conscientes de que suas ações serão exemplo para todos os demais funcionários, colaboradores e demais *stakeholders* da organização.

Adicionalmente, todos os Diretores deverão promover e participar, uma vez a cada ano, de reunião com os funcionários e principais colaboradores da organização com vistas a ressaltar as diretrizes e ações do Programa de Compliance que deverão ser seguidas por todos. Na oportunidade, os Diretores reforçarão total apoio ao

Programa, bem como incentivarão a ação proativa de todos os funcionários e colaboradores, com vistas a assegurar o cumprimento fiel dos valores do Instituto Publix.

2º: Instância responsável pelo Programa: Grupo de Implantação e Gestão do Programa de Compliance

O Programa de Compliance do Instituto Publix é ferramenta fundamental para o sucesso da organização. Nesse sentido, para assegurar que o Programa saia do papel e gere resultados efetivos, foi constituído o “Grupo de Implantação e Gestão do Programa de Compliance”, dotado de autonomia, independência, imparcialidade, recursos materiais, humanos e financeiros para o pleno funcionamento, com acesso direto, sempre que necessário, aos diretores do Instituto Publix. Em anexo segue a decisão de diretoria que instituiu o Grupo com as suas respectivas funções.

Clique **aqui** para entrar em contato com o Grupo de Implantação e Gestão do Programa de Compliance por meio do formulário “Compliance Publix” disponível no nosso site. Se desejar fazer uma denúncia, este é o canal recomendado. Fique tranquilo(a): seus dados serão mantidos em sigilo e todos os esforços serão realizados para resolver a questão apresentada. E mais: é nosso compromisso lhe dar um retorno sobre o encaminhamento realizado. Portanto, contamos contigo para assegurar que os valores do Instituto Publix sejam cumpridos e para que a sua missão de “desenvolver conhecimentos inovadores em gestão e transformá-los em resultados para governos, organizações e pessoas” possa se concretizar em cada um dos trabalhos desenvolvidos pela organização.

e-mail: compliance@institutopublix.com.br

3º: Análise de perfil e riscos

A atuação do Grupo de Implantação e Gestão do Programa de Compliance deverá levar em consideração os processos de trabalho e a estrutura organizacional do Instituto Publix, bem como a sua área de atuação, seus principais parceiros de negócios, seu nível de integração com o setor público nacional e estrangeiro e, conseqüentemente, avaliar os riscos para o cometimento de atos lesivos ao ordenamento legal e a este Programa de Compliance.

A adoção das medidas necessárias para a prevenção ou correção de possíveis atos lesivos deverá ser proporcional ao risco associado, bem como comunicadas imediatamente à Diretoria do Instituto Publix para conhecimento e defesa conjunta junto ao público interno ou externo do Instituto Publix, conforme a situação assim exigir.

4º: Estruturação das regras e instrumentos

As regras e os instrumentos do Programa de Compliance do Instituto Publix foram desenvolvidos a partir do conhecimento e da análise do perfil e dos riscos associados ao trabalho desenvolvido pelo Instituto Publix junto a parceiros, fornecedores e clientes.

Abaixo seguem as principais regras e instrumentos/ferramentas que compõem o

Programa:

- Código de ética e de conduta do Instituto Publix;
- Plano de comunicação e treinamento para o Programa de Compliance (incluindo estratégias específicas para os diversos públicos da empresa);
- Política Anticorrupção, Concorrencial e de Relacionamento com o Poder Público;
- Políticas e procedimentos de prevenção de irregularidades (*red flags*, canais de denúncia, mecanismos de proteção ao denunciante)
- Medidas disciplinares para casos de violação;
- Política de Contratação de Fornecedores e Parceiros;
- Política de Brindes, Presentes e Hospitalidades.

5º: Estratégias de monitoramento contínuo do Programa

As estratégias de monitoramento contínuo do Programa de Compliance do Instituto Publix visam observar a aplicabilidade do Programa ao modo de operação da empresa e criar mecanismos para que as eventuais deficiências encontradas em qualquer área possam realimentar continuamente seu aperfeiçoamento e atualização.

Abaixo seguem as estratégias definidas para o monitoramento contínuo do Programa:

- Realizar reuniões semestrais com a Diretoria, o Grupo de Implantação e Gestão do Programa de Compliance, funcionários e parceiros do Publix com vistas à avaliação da adequação do Programa às atividades realizadas pelo Instituto Publix junto aos seus *stakeholders*;
- Realizar benchmarks frequentes com vistas a identificar as melhores práticas passíveis de aplicação ao Programa desenvolvido pelo Instituto Publix;
- Praticar a política de “portas abertas” para qualquer inovação ou sugestão por parte de funcionários, clientes e parceiros quanto ao Programa de Compliance desenvolvido pelo Instituto Publix;
- Definir e implementar um cronograma de ajuste do Programa, com prazos e responsáveis sempre que houver alterações relevantes que valham a pena serem implantadas;
- Desenvolver e implantar um programa de treinamento de novos funcionários e consultores com vistas a apresentar o Programa de Compliance.

4. Código de ética e de conduta do Instituto Publix

O sucesso de uma empresa não depende, exclusivamente, da qualidade intrínseca de seus produtos e serviços. Nós, aqui no Instituto Publix, consideramos que o sucesso está fortemente associado à credibilidade, ao compromisso e, principalmente, à ética de cada um dos seus consultores e colaboradores. A nossa reputação e a nossa credibilidade são os ativos mais importantes de que dispomos, e os princípios éticos que orientam nossa atuação contribuem para a manutenção da imagem do Instituto Publix como uma organização sólida e crível perante nossos clientes e demais *stakeholders*.

A modernização dos meios de comunicação, o advento das plataformas emergentes para a colaboração online e a proliferação de redes sociais têm influenciado radicalmente o estilo de trabalhar das pessoas e das organizações, propiciando métodos inovadores de cooperação com os clientes, com os parceiros, com os colaboradores e com a sociedade em geral. Trata-se de um novo modelo de interação que pode – e deve – ser muito bem aproveitado.

Não obstante, o uso inapropriado desses mesmos mecanismos pode levar a resultados com potencial para prejudicar os consultores/colaboradores e ao próprio Instituto Publix. A associação dos indivíduos às organizações pode muitas vezes fazer com que uma manifestação pessoal gere um posicionamento externo sobre a organização.

Um código de conduta não é, em princípio, uma norma de caráter coercitivo e que obriga, impondo penalidades em caso de descumprimento. Embora algumas disposições tenham enquadramento legal, um código de conduta diz o que se espera que as pessoas façam e não façam para pertencer a uma comunidade. Dessa forma, envolve obrigações (que impõe limitações à liberdade), mas, sobretudo, envolve escolhas em favor do uso responsável de liberdades e direitos individuais em benefício de si próprio e de uma coletividade.

Assim sendo, com o objetivo de orientar a atuação de cada um de nós que fazemos parte do Instituto Publix, e observando o fato de que a nossa organização é apartidária em todos os sentidos, entendemos que:

- a. Quando em exercício de atividades do Instituto Publix, seja no próprio escritório ou em instalações de clientes, o acesso a sites de redes sociais (tais como Orkut, Facebook, Twitter, LinkedIn etc.) e aplicativos de mensagem instantânea (Whatsapp, Messenger, Skype, Google Talk, etc.) só se justificam quando voltados para o exercício das atividades profissionais;
- b. É inaceitável, sob todos os aspectos, o acesso a conteúdo pornográfico, malicioso e ou de cunho discriminatório, e desaconselhável a manifestação sobre preferências políticas, religiosas ou sexuais próprias ou de outros, em qualquer meio e de qualquer forma;
- c. Deve ser mantida estrita confidencialidade sobre qualquer informação sigilosa ou estratégica do Instituto Publix, seus parceiros, clientes e concorrentes. Considerar-se-ão informações confidenciais toda e qualquer informação, patenteadada ou não, de natureza técnica, operacional, comercial, jurídica, contábil, tributária, planos de negócios, business cases, invenções,

processos e fórmulas, know how, designs, projetos, esboços, conceitos de produto, especificações, relatórios, apresentações, políticas internas, invenções, ideias, nomes e informações de clientes, informações de preços e remunerações ou quaisquer outras veiculadas e/ou registradas por qualquer meio físico, eletrônico, auditivo ou visual, que sirvam para auxiliar ou compor, direta ou indiretamente, a estratégia, o desenvolvimento e a implantação dos trabalhos desenvolvidos pelo Instituto Publix para si, seus parceiros de negócios ou seus clientes e concorrentes;

- d. A publicação e divulgação de quaisquer artigos, trabalhos ou atividades realizadas seja em mídias (jornais, revistas, rádios etc.), redes sociais, currículos etc. junto a clientes do Instituto Publix requer prévia autorização da Diretoria;
- e. A realização de contatos, comunicados, declarações e entrevistas em nome do Instituto Publix, ou a ele referindo-se, requer o devido conhecimento e autorização da Diretoria;
- f. A vinculação do consultor ou colaborador a associações de caráter político, a movimentos sociais ou sindicais e a organizações afins deve seguir o princípio da transparência e ser de amplo conhecimento da Diretoria;
- g. É preciso estar sempre alerta em relação a possíveis conflitos de interesse, em razão de eventual proximidade (relações de amizade ou parentesco) com clientes, colaboradores, fornecedores e competidores. Aqui vale a velha máxima: amigos, amigos; negócios à parte. Negócios éticos e limpos. O Instituto Publix repudia veementemente qualquer forma espúria de favorecimento baseada em corrupção ou personalismos. Nossa história é prova da nossa crença no profissionalismo e na competição justa. Na eventualidade de uma situação de potencial conflito de interesse, a regra número um é: exponha, declare, explique adiantadamente. Se, eventualmente, se deparar com uma solicitação constrangedora ou intimidadora, você está previamente autorizado a serenamente recusar – se for necessário, evoque nosso código de conduta e nossos rígidos princípios relacionados à ética nos negócios. Se, por outro lado, no decorrer de seu trabalho, o consultor encontrar evidências de práticas espúrias, antiéticas ou ilícitas, caberá a este reportá-las imediatamente à Diretoria do Publix e ao Grupo de Implantação e Gestão do Programa de Compliance para que estes façam o devido encaminhamento junto às instâncias e órgãos públicos responsáveis.

5. Plano de comunicação e treinamento para o Programa de Compliance (incluindo estratégias específicas para os diversos públicos da empresa)

5.1. Plano de Comunicação

O Programa de Compliance do Instituto Publix será amplamente divulgado na organização quando da sua implantação, bem como ocorrerão reuniões anuais para apresentação dos aspectos relevantes associados ao Programa. Adicionalmente, o Instituto Publix utilizará outros meios/ferramentas de comunicação para divulgação do Programa, tais como site institucional, Facebook, LinkedIn entre outros.

O quadro abaixo indica os principais momentos de construção e de difusão/divulgação do Programa de Compliance, bem como os meios/mídias para a sua divulgação, que em conjunto constituem o Plano de Comunicação:

Etapa	Período	Público-alvo	Meios/mídia
Elaboração do Programa de Compliance	Janeiro a março de 2018	Não se aplica	Não se aplica
Validação interna do Programa	Abril de 2018	Diretores e funcionários do Instituto Publix	Oficinas de trabalho
Divulgação do Plano de Compliance (princípios/diretrizes, pilares, instrumentos)	Abril de 2018	Funcionários do Instituto Publix, parceiros, clientes e sociedade em geral	Site institucional e mídias oficiais do Instituto Publix, tais como Facebook, LinkedIn, Twitter, Instagram
Apresentação dos principais resultados e/ou ações do Programa no ano	Dezembro de cada ano	Diretores e funcionários do Instituto Publix	Oficinas de trabalho
Elaboração de report dos principais resultados do Programa para divulgação externa	Janeiro do ano posterior ao ano de análise	Diretores e funcionários do Instituto Publix	Oficinas de trabalho
Divulgação do report dos principais resultados do Programa para o público externo	Janeiro de cada ano (divulgação das ações do ano anterior)	Funcionários do Instituto Publix, parceiros, clientes e sociedade em geral	Site institucional e mídias oficiais do Instituto Publix, tais como Facebook, LinkedIn, Twitter, Instagram

5.2. Plano de Treinamento

O Programa de Compliance do Instituto Publix, seus princípios e ações precisam fazer parte do dia a dia dos diretores, funcionários e parceiros. Para tanto, estruturamos o seguinte Plano de Treinamento:

Etapa	Período	Público-alvo
Apresentação e debate sobre as diretrizes/princípios e pilares do Programa de Compliance	3ª e 4ª semanas de abril de 2018	Diretores, funcionários e parceiros do Instituto Publix
Apresentação e debate sobre o Código de Ética	3ª semana de abril de 2018	Diretores, funcionários e parceiros do Instituto Publix
Apresentação e debate sobre a Política Anticorrupção, Concorrencial e de Relacionamento com o Poder Público; e sobre as Políticas e procedimentos de prevenção de irregularidades	4ª semana de abril de 2018	Diretores, funcionários e parceiros do Instituto Publix
Apresentação e debate sobre as Medidas disciplinares para casos de violação; sobre a Política de Contratação de Fornecedores e Parceiros; e sobre a Política de Brindes, Presentes e Hospitalidades	4ª semana de março de 2018	Diretores, funcionários e parceiros do Instituto Publix
Discussões regulares sobre o Programa, suas ações e encaminhamentos com vistas ao aprimoramento do Programa	Semestralmente	Diretores, funcionários e parceiros do Instituto Publix

6. Política anticorrupção, concorrencial e de relacionamento com o Poder Público

O Instituto Publix adota a seguinte política anticorrupção, concorrencial e de relacionamento com o Poder Público:

- Em hipótese alguma haverá pagamento em dinheiro ou sob qualquer outra forma disfarçada a clientes, fornecedores ou qualquer outro *stakeholder* com vistas a assegurar projetos e/ou contratos de interesse do Instituto Publix. Todo e qualquer contrato a ser obtido pelo Instituto Publix junto a seus clientes e *stakeholders* deverá estar pautado na percepção do valor agregado do trabalho do Publix para o projeto em questão, respeitando, integralmente, a legislação vigente;
- O Instituto Publix não adotará medidas ou veiculará notícias para prejudicar ou denegrir a imagem de concorrentes, bem como não participará de qualquer ação que objetive direta ou indiretamente esse resultado. Não obstante, o Instituto Publix adotará as medidas necessárias para preservar a sua imagem construída ao longo da sua trajetória profissional
- O Instituto Publix não participará, em hipótese alguma, de negociação/cominação de preços com seus concorrentes ou qualquer outra medida restritiva à concorrência
- Os diretores e funcionários do Instituto Publix não se reunirão com clientes fora das suas instalações oficiais ou da sede do próprio Instituto Publix, exceto se em lugares públicos, para fins de discussão de possíveis projetos de trabalho;
- O Instituto Publix não autoriza que pessoas não-integrantes de seu quadro societário ou de seu quadro de funcionários fale em nome da organização, exceto se autorizados expressamente por escrito.

7. Medidas disciplinares para os casos de violação

O Grupo de Implantação e Gestão do Programa de Compliance analisará todos os casos de conduta indesejável ou em dessintonia com o Programa ou com os valores do Instituto Publix, adotando, de forma autônoma e imparcial, as medidas necessárias conforme a magnitude da situação.

O quadro abaixo indica os graus de “gravidade” e a medida disciplinar a ser adotada pelo Instituto Publix, por indicação do Grupo, para cada caso em particular.

	Pouco grave	Grave	Muito grave
Advertência por escrito	X		
Demissão do funcionário ou diretor, ou encerramento da relação com o Instituto Publix (no caso de fornecedores, parceiros, colaboradores, clientes e outros <i>stakeholders</i>)		X	
Endereçamento do caso às autoridades competentes* (policiais, judiciais, Tribunais de Contas, Ministério Público etc.)		X	X

Vale ressaltar que a repetição frequente de um caso de conduta indesejável, ainda que seja considerado “pouco grave”, poderá ensejar na reclassificação do mesmo como “grave” e, conseqüentemente, levar à demissão do funcionário ou diretor, ou encerramento da relação com o Instituto Publix no caso de fornecedores, parceiros, colaboradores ou clientes.

* O enquadramento de uma determinada situação como “muito grave” deverá estar fundamentada em provas e/ou em indícios claros, evitando gerar suspeitas infundadas ou baseadas em fatos midiáticos.

8. Política de Contratação de Fornecedores e Parceiros

O Instituto Publix deverá zelar pela escolha dos seus fornecedores e parceiros, com vistas ao efetivo cumprimento dos seus valores organizacionais, bem como deste Programa de Compliance. Para tanto, faz-se importante observar os seguintes procedimentos no relacionamento e na contratação com fornecedores e parceiros:

- O Instituto Publix selecionará fornecedores e parceiros que detenham boa reputação na sociedade e que se orientem pelos princípios da ética, da cidadania, da sustentabilidade do meio ambiente, e da tolerância e respeito ao próximo. Sabe-se que é muito difícil e economicamente inviável realizar essa análise *a priori*. Assim sendo, o Instituto Publix tomará todas as medidas necessárias, tão logo tome conhecimento de que um dos seus parceiros ou fornecedores esteja sendo acusado, com indícios claros, de desrespeito a qualquer um desses valores;
- O Instituto Publix não selecionará fornecedores ou concretizará parcerias com empresas que explorem o trabalho infantil e desrespeitem o meio ambiente, a criança e o adolescente, ou que tenham posições discriminatórias sobre sexo, religião, raça, nacionalidade, ou de cerceamento da liberdade de expressão;
- O Instituto Publix não contratará fornecedores que detenham parentesco de até 2º grau com algum dos seus clientes. E nesse sentido, tão logo tome conhecimento de qualquer desrespeito a este procedimento, adotará todas as medidas necessárias com vistas a sanar a situação;
- O Instituto Publix acredita que a equação ganha-ganha é muito mais benéfica e sustentável do que a equação ganha-perde, onde um dos parceiros ou fornecedores amargam prejuízo em detrimento ao outro. E nesse sentido procurará adotar práticas de valorização e respeito aos seus fornecedores e parceiros a partir da prática do “preço justo” e/ou da “justa contrapartida”.
- O Instituto Publix não aceitará e não se sujeitará a qualquer tipo pressão por parte de clientes, parceiros ou outros *stakeholders* para a contratação de fornecedores ou consultores para os projetos de que esteja participando.

9. Política de Brindes, Presentes e Hospitalidades

O Instituto Publix adotará a seguinte política de brindes, presentes e hospitalidades junto a seus clientes:

- O valor máximo de um brinde ou presente a ser oferecido a um cliente deverá ser de R\$ 100,00 (cem reais), atualizados anualmente segundo o índice oficial de inflação do período;
- Não será concedido a nenhum cliente do Publix passagens, hospedagens ou inscrições em cursos/seminários/simpósios realizados por terceiros, seja no Brasil ou no exterior.
- O Instituto Publix poderá fornecer, a seu juízo, vagas em cursos de sua autoria e execução, em temas de gestão correlatos às necessidades de aprimoramento da equipe de trabalho do órgão/entidade cliente.