



MANUAL DO COMPLIANCE

MENSAGEM DO PRESIDENTE

A J. Fleury nasceu há quase três décadas priorizando o bem estar social e ética nos negócios. E, nesses novos tempos em que o país, empresas e pessoas, vêm se juntando em prol de uma causa extremamente justa e necessária, o combate à corrupção, nada mais apropriado do que formalizarmos todos os nossos valores e princípios éticos em um Código para que possamos compartilhá-lo com pessoas ligadas à empresa e com a sociedade.

Sempre buscamos meios para perpetuarmos a nossa conduta ética praticada na empresa e, por meio deste material, acreditamos que, além de nos comprometermos publicamente com os nossos valores, conseguiremos influenciar cada vez mais pessoas e de forma a também adotarem essas condutas.

A mudança que tanto desejamos por um país mais ético e justo jamais ocorrerá com um grande salto da noite para o dia, mas com pequenos passos e, para isso, devemos iniciar com quem nos relacionamos em nosso dia-a-dia.

Todos os nossos clientes, diretores, funcionários, parceiros, terceiros e fornecedores, com certeza serão beneficiados pela nossa nova Política de Integridade aliada ao nosso alto grau de qualidade.

Conto com a colaboração de todos vocês para tornarmos o nosso país melhor, começando pela nossa empresa.

Juliano Fleury



SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	5
I. O COMPLIANCE OFFICER	6
Prerrogativas e Garantias do Compliance Officer:	6
Atribuições.....	7
II. OS SÓCIOS NO CONTEXTO DO COMPLIANCE	8
III. POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO	9
Público Interno.....	9
Público Externo.....	9
Campanha Anual do Compliance	10
IV. POLÍTICA DE TREINAMENTO	10
Considerações Iniciais	10
Controle de Participação	10
Controle de Retenção.....	11



Plano de Treinamentos para Colaboradores Mapeados como de Baixo e Médio Risco 11

Plano de Treinamentos Para Colaboradores Mapeados como de Alto Risco ou Alta Necessidade de Conhecimento de Compliance 12

Plano de Treinamentos Para Novos Colaboradores 12



INTRODUÇÃO

Este manual tem como objetivo orientar as pessoas com responsabilidade sobre o Programa de Compliance da J. Fleury, incluindo os membros da Alta Direção, no tocante às medidas necessárias à implementação e manutenção do referido programa na empresa.

É importante deixar claro que o compromisso com a integridade e a ética é um dever de todos, e não somente desses profissionais ligados diretamente ao Compliance. Cabe a estes, no entanto, com o apoio imprescindível da Alta Direção, coordenar as principais ações a serem adotadas a fim de dar efetivo cumprimento ao programa dentro da organização.

Juliano Fleury



I. O COMPLIANCE OFFICER

O Compliance Officer é o responsável pelas principais funções relacionadas à implementação e manutenção do Programa de Compliance. Ele será o guardião da ética e da integridade na J. Fleury.

A função de Compliance Officer deverá ser exercida, preferencialmente, por profissional que tenha conhecimentos nas áreas de Compliance Anticorrupção, Recursos Humano e Direito.

PRERROGATIVAS E GARANTIAS DO COMPLIANCE OFFICER:

Para que possa cumprir adequadamente as suas funções, bem como de forma a assegurar seu funcionamento independente, devem ser asseguradas ao Compliance Officer, no exercício de suas atividades, as seguintes prerrogativas e garantias:

- a. possibilidade de reportar-se diretamente aos sócios;
- b. livre e irrestrito acesso aos departamentos e documentos da empresa no exercício da função;
- c. possibilidade de proferir decisões e adotar medidas de observância e acatamento obrigatórios por todos os colaboradores da empresa, inclusive membros da Diretoria;
- d. proteção contra punição arbitrária, direta ou indireta (como transferência injustificada para outro departamento, p.ex.), como forma de represália por decisões no exercício regular de suas funções.



ATRIBUIÇÕES

Compete ao Compliance Officer adotar todas as medidas necessárias para assegurar que o Programa de Compliance seja eficaz para prevenir, detectar e punir condutas empresariais desconformes.

Nesse contexto, suas principais atribuições são:

- a. Semear a cultura da ética e da integridade e difundir as diretrizes previstas no Programa de Compliance;
- b. Identificar constantemente os riscos e sinais de alerta a que a empresa está sujeita em suas atividades empresariais;
- c. Monitorar o cumprimento do Programa de Compliance e atualizar, sempre que entender necessário, as diretrizes nele previstas;
- d. Fazer a gestão, por meios próprios ou por terceiros, dos Canais de Integridade e das Apurações Internas;
- e. Apreciar e se manifestar conclusivamente quanto às suspeitas de desvios éticos ou práticas ilícitas e quanto aos casos de violações às normas de Compliance, podendo aplicar as penalidades de advertência e suspensão. Nos casos que a medida punitiva a ser aplicada for a demissão, encaminhará a sugestão de penalidade aos sócios, que deliberarão pela sua aplicação;
- f. Esclarecer eventuais dúvidas e se posicionar a respeito de condutas não previstas nos materiais de Compliance;
- g. Analisar casos concretos que envolvam o relacionamento com a Administração Pública, tais como as políticas de brindes, presentes e hospitalidades;



- h. Coordenar o plano de comunicação e treinamento do Programa de Compliance;
- i. Coordenar a reunião mensal do Compliance.

II. OS SÓCIOS NO CONTEXTO DO COMPLIANCE

São atribuições dos sócios:

- a. Disseminar a cultura da ética empresarial no âmbito da empresa e fora dela;
- b. Aprovar os materiais do Programa de Compliance e suas respectivas atualizações;
- c. Subsidiar o Compliance Officer quando requerido;
- d. Criar metas e objetivos para o Compliance;
- e. Comunicar às autoridades a respeito de práticas desconformes;
- f. Deliberar pela aplicação da penalidade de demissão aos colaboradores envolvidos em inconformidades, bem como deliberar sobre o afastamento prévio nos casos em que uma denúncia envolver algum membro da Alta Direção;
- g. Deliberar sobre os pontos trazidos pelo Compliance Officer na reunião mensal do Compliance.



III. POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO

A Política de Comunicação do Compliance deve levar em conta dois níveis distintos:

- a. Público Interno;
- b. Público Externo.

PÚBLICO INTERNO

É dever da empresa assegurar que todas as pessoas a ela relacionadas — público interno e externo — tenham amplo acesso aos materiais relativos ao Compliance. Para tanto, cabe a ela distribuir versões desses documentos em formato físico bem como disponibilizar o acesso às versões digitais.

A comunicação funcionará, no mínimo, por duas frentes, através de painéis físicos e e-mails.

As seguintes premissas devem ser seguidas quanto ao envio dos e-mails:

- a. Frequência: Mensal.
- b. Linguagem: Extremamente clara, direta e de fácil compreensão.
- c. Responsáveis pelo envio: Compliance Officer.

PÚBLICO EXTERNO

Os Diretores da empresa devem envidar o máximo esforço para, sempre que possível, adicionar elementos de ética empresarial em suas comunicações, sobretudo com parceiros e fornecedores.



O Compliance Officer deve garantir que, ao menos uma vez por mês, a empresa faça uma comunicação sobre ética empresarial em suas redes sociais.

CAMPANHA ANUAL DO COMPLIANCE

Uma vez por ano a empresa fará campanha específica sobre o Programa de Compliance. Além de treinamentos, a empresa deve garantir que, nesta semana, o tema do Compliance repercuta diariamente em todos os setores da empresa.

IV. POLÍTICA DE TREINAMENTO

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Para que um Programa de Compliance seja efetivo, é necessária a realização de treinamentos a todos que interagem com a empresa, inclusive aqueles que não são colaboradores internos.

Esses treinamentos têm por objetivo geral difundir e divulgar as normas do Programa, bem como capacitar os envolvidos para o reconhecimento de situações desconformes.

CONTROLE DE PARTICIPAÇÃO

A empresa deve se preocupar em sempre confeccionar uma lista de presença que, obrigatoriamente, conterà:

- » nome do treinamento
- » data em que foi realizado
- » sua duração



- » responsável pelo treinamento
- » temas abordados
- » nome do treinado
- » cargo e setor
- » campo específico para assinatura

CONTROLE DE RETENÇÃO

A empresa deve se preocupar em sempre elaborar alguma forma de verificar se o curso foi proveitoso e se as informações foram retidas (testes objetivos e subjetivos). Para facilitar a retenção de conteúdo, a empresa pode utilizar técnicas como dinâmicas, workshops, questionários e outros tipos de atividades interativas interpessoais.

PLANO DE TREINAMENTOS PARA COLABORADORES MAPEADOS COMO DE BAIXO E MÉDIO RISCO

Modo: Presencial ou por vídeo;

Periodicidade: Anual;

Metodologia Recomendada: Aula expositiva;

Verificação de Retenção: Teste Objetivo;

Temas: Compliance da J. Fleury, Importância da Ética Empresarial, Trato com o Poder Público, Conflito de Interesses e Lei Anticorrupção.



PLANO DE TREINAMENTOS PARA COLABORADORES MAPEADOS COMO DE ALTO RISCO OU ALTA NECESSIDADE DE CONHECIMENTO DE COMPLIANCE

Modo: Presencial;

Periodicidade: Semestral;

Metodologia Recomendada: Aula expositiva, debates e dinâmicas (perguntas e respostas, por exemplo);

Verificação de Retenção: Teste Subjetivo;

Temas: Importância da Ética Empresarial, Compliance da J. Fleury, Trato com o Poder Público, Conflito de Interesses, Lei Anticorrupção, Compliance e Combate à Corrupção, Lei Antitruste, Crimes Econômicos e Contra a Administração Pública, Ética em Licitações e Contratos Públicos, M&A e Compliance, o Papel da Alta Administração, Resoluções do COAF atinentes à atividade imobiliária; etc.

PLANO DE TREINAMENTOS PARA NOVOS COLABORADORES

Modo: Presencial;

Periodicidade: No primeiro mês de trabalho;

Metodologia Recomendada: Aula expositiva;

Verificação de Retenção: Teste Objetivo;

Temas: Compliance da J. Fleury e Importância da Ética Empresarial.



PLANO DE TREINAMENTOS PARA TERCEIROS

Modo: Presencial;

Periodicidade: Anual;

Metodologia Recomendada: Aula expositiva e debates;

Verificação de Retenção: Teste Objetivo (facultativo);

Temas: Lei Anticorrupção, Compliance da J. Fleury e Compliance e Relacionamento com Terceiros (cadeia de responsabilidade).



Elaborado por:



Diagramação e Arte:



Juliano Silva Batalha