

Política Anticorrupção do Grupo

Versão 3



Índice

NOSSO COMPROMISSO	3
A. CONDUTA PROIBIDA.....	6
1. O QUE É CORRUPÇÃO EM GERAL?	7
2. CORRUPÇÃO DE FUNCIONÁRIOS PÚBLICOS	8
3. CORRUPÇÃO PRIVADA	8
4. TRÁFICO DE INFLUÊNCIA.....	9
5. EXTORSÃO	10
6. PAGAMENTO DE FACILITAÇÃO	11
7. CONSERVAÇÃO DE LIVROS E REGISTROS FRAUDULENTOS	12
B. GUIA PRÁTICO PARA EVITAR CONDUTA ARRISCADA	13
1. TRATAMENTO DAS RELAÇÕES COMERCIAIS	14
1.1. Princípios Básicos.....	14
1.2. Entretenimento.....	15
1.3. Refeição.....	16
1.4. Presentes.....	17
1.5. Viagens e Acomodações.....	19
1.6. Eventos de Patrocínio, Marketing e Vendas.....	21
2. CONTRIBUIÇÕES POLÍTICAS E DOAÇÕES FILANTRÓPICAS	23
2.1. Contribuições Políticas	23
2.2. Doações Filantrópicas	24
3. CONFLITOS DE INTERESSE	26
4. LOBBYING (OU GRUPO DE INFLUÊNCIA)	27
5. DILIGÊNCIA PRÉVIA EM RELAÇÃO A TERCEIROS.....	27
6. JOINT-VENTURES (EMPREENHIMENTOS CONJUNTOS), CONSÓRCIOS E FUSÕES E AQUISIÇÕES.....	29
7. RELATANDO VIOLAÇÕES E PREOCUPAÇÕES - SpeakUp.....	29



A corrupção é exatamente o oposto do que Capgemini representa.

Fundada há mais de 50 anos, por Serge Kampf, em sólidos valores fundamentais, a Capgemini sempre foi implacável contra os comportamentos empresariais desleais e a corrupção.

Para nos mantermos fiéis aos nossos princípios básicos, cada um de nós deve estar apto a reconhecer situações de risco e saber como lidar com elas. A Política Anticorrupção do Grupo apresenta práticas corruptas, princípios a serem seguidos e aprovações necessárias para proteger nosso Grupo contra a corrupção e manter nossa reputação de integridade. Ela fornece uma orientação prática que se baseia em cenários de risco comuns e explica onde é possível encontrar ajuda.

Como CEO, tenho o dever e o compromisso de prevenir, proibir e sancionar comportamentos contrários aos valores e à ética empresarial da Capgemini. Conto com você para cumprir esta Política.

Atenciosamente,

Aiman Ezzat, CEO

O Propósito de uma Política de Prevenção à Corrupção

Os funcionários da Capgemini orgulham-se do nosso sucesso porque ele está enraizado em nossos Valores fundamentais, que incluem honestidade e confiança. Temos um Código de Ética Empresarial desde 2010 e uma detalhada Política de Anticorrupção que entrou em vigor muito antes de se tornar uma exigência legal. Desde 2016, o Grupo Capgemini e suas subsidiárias consolidadas devem cumprir as exigências da lei francesa nº 2016-1691 sobre transparência, combate à corrupção e modernização da vida econômica, conhecida como “Lei Sapin II”, que determina especificamente a existência de uma política anticorrupção e a implementação de um programa correspondente. O Grupo também tem o compromisso de cumprir todas as outras leis anticorrupção aplicáveis no mundo inteiro, incluindo a Lei sobre Práticas de Corrupção no Exterior (FCPA) dos Estados Unidos e a Lei Antissuborno do Reino Unido de 2010. É importante observar que, assim como a Lei Sapin II, que se aplica a todas as subsidiárias consolidadas do Grupo no mundo todo, a FCPA e a Lei Antissuborno do Reino Unido de 2010 também têm certo alcance extraterritorial.



Quais são os Objetivos da nossa Política Anticorrupção do Grupo?

De acordo com os nossos Sete Valores, nossa Política Anticorrupção do Grupo atesta o compromisso da alta administração de prevenir e detectar práticas corruptas: A Capgemini tem tolerância zero à corrupção. Para ajudar nossos funcionários a honrar esse compromisso, o primeiro objetivo prático da nossa Política Anticorrupção do Grupo é identificar e esclarecer os diferentes tipos de práticas corruptas e explicar o que as torna ilegais. É responsabilidade de cada pessoa que trabalha para uma empresa do Grupo — independentemente de qual seja o país de origem, o local de trabalho, a residência, a formação educacional ou cultural —, entender o que é corrupção e quais riscos e sanções legais ela envolve.

O segundo objetivo prático da nossa Política Anticorrupção do Grupo é definir as normas e regras sobre atividades, tais como presentes, refeições ou entretenimento e patrocínio corporativo, que possam motivar ou serem interpretadas como práticas corruptas. É fundamental para nós defender e proteger coletivamente os nossos Sete Valores, definindo, implementando e cumprindo efetivamente as normas estabelecidas em nossa Política Anticorrupção do Grupo.

O terceiro objetivo de nossa Política Anticorrupção do Grupo é expressar nossa convicção de que a honestidade promove a competitividade e é a maneira socialmente responsável de se comportar. Ao permitir que a integridade direcione nossas ações cotidianas — da pesquisa ao marketing, de tarefas diárias ao desenvolvimento estratégico —, protegemos e garantimos a sustentabilidade do Grupo a longo prazo para nossos clientes, parceiros de negócios, funcionários e sociedade em geral.

Ao publicar e divulgar amplamente nossa Política Anticorrupção do Grupo, reafirmamos explicitamente nosso compromisso com a excelência em serviços e operações para nossos clientes, a sustentabilidade a longo prazo de nosso modelo de negócios para nossos acionistas e o orgulho e a confiança em nossos ambientes de trabalho para nossos funcionários e parceiros comerciais.

Conformidade com nossa Política Anticorrupção do Grupo e Sanções

Esta edição suplanta e substitui as versões anteriores da nossa Política Anticorrupção do Grupo em cada jurisdição onde o Grupo conduz negócios, que se torna efetiva, quando necessário, mediante a tradução e integração a nossas normas internas — por exemplo, *règlement intérieur* na França — de acordo com as leis trabalhistas locais.



Nossa Política Anticorrupção do Grupo é transmitida a todos os funcionários por meio da Intranet (Talent) e está disponível publicamente nos websites externos da Capgemini. Todos os funcionários devem lê-la, compreendê-la e cumpri-la. Seu cumprimento é uma condição empregatícia. Qualquer violação, independentemente da empresa do Grupo ou do local de atuação, pode gerar sanções disciplinares e até implicar em demissão, conforme previsto nas normas locais aplicáveis, incluindo os Acordos Coletivos de Trabalho aplicáveis. A violação das leis anticorrupção também pode expor as pessoas a danos civis, multas criminais e outras penalidades, incluindo prisão.

Nossa Política Anticorrupção do Grupo será reavaliada e atualizada, conforme necessário, para refletir as mudanças na legislação aplicável ou, pelo menos, a cada três anos.



A.

CONDUTA PROIBIDA

Esta seção apresenta as principais práticas corruptas, incluindo tráfico de influência, extorsão, pagamentos de facilitação e manutenção de livros e registros fraudulentos.

Estes requisitos aplicam-se a todos os diretores, executivos e funcionários da Capgemini, em qualquer nível do Grupo. Espera-se também que terceiros que interagem com uma empresa do Grupo (consultores, subcontratados, fornecedores, clientes e outros) cumpram esses princípios gerais.

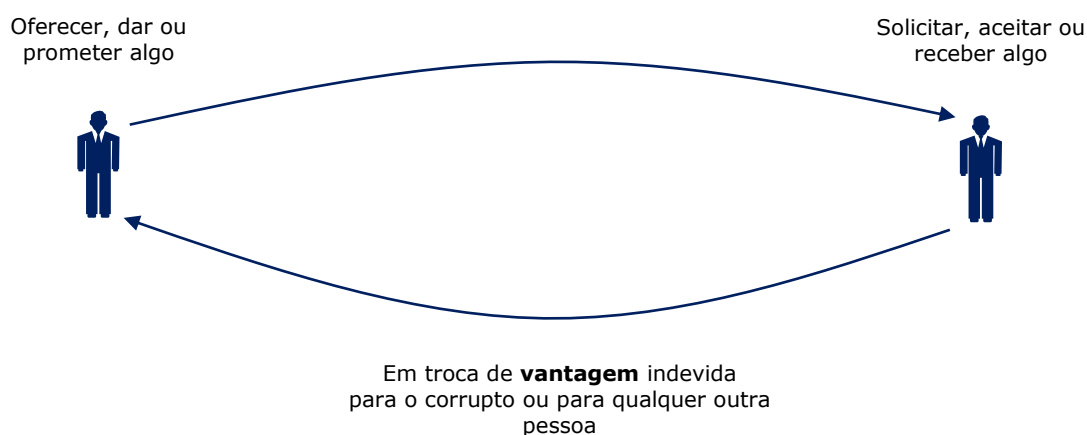


1. O QUE É CORRUPÇÃO EM GERAL?

Em termos legais, a corrupção pode ser amplamente definida como: **“oferecer ou dar algo com a finalidade de obter vantagem indevida”**. Também é definida como **“solicitar, aceitar ou receber algo em troca de uma vantagem indevida”**.

A oferta de **“algo”** pode assumir muitas formas, desde dinheiro - seja em espécie, por transferência bancária ou de outra maneira -, até benefícios em espécie, tais como entretenimento, viagens, elevação de categoria de passagens aéreas para primeira classe (*upgrade*), viagens adicionais para estância de férias (*resorts*), patrocínio, doações de caridade e contratação de parentes ou amigos.

A **“vantagem indevida”** pode assumir muitas formas, tais como um tratamento preferencial, a celebração de um contrato, a divulgação de informações confidenciais, uma isenção de taxas alfandegárias ou uma isenção de multa após investigação fiscal.



É importante entender que tanto oferecer ou dar algo, por um lado, para obter uma vantagem indevida, quanto solicitar, aceitar ou receber algo, por outro lado, para conferir vantagem indevida, são práticas corruptas condenadas por lei. *Autorizar* tal conduta é igualmente um ato de corrupção. Além disso, a oferta ou a doação pode ocorrer **“a qualquer momento”**, inclusive *após* a concessão da vantagem indevida sob a forma de recompensa.

De acordo com as leis da maioria dos países, o crime de corrupção é caracterizado mediante a mera **promessa** de uma vantagem indevida, mesmo que essa vantagem não seja de fato concedida. O crime também é caracterizado se a promessa ou a concessão for feita **direta ou indiretamente**, ou seja, usando um terceiro como intermediário.

O Grupo tem tolerância zero à corrupção, seja pública ou privada, direta ou indireta.



2. CORRUPÇÃO DE FUNCIONÁRIOS PÚBLICOS

A corrupção de funcionários públicos pode ser definida como “promessa, oferta, concessão, a um **funcionário público**, direta ou indiretamente, de vantagem indevida, para o próprio funcionário ou outra pessoa ou entidade, de modo que o funcionário atue ou se abstenha de atuar no exercício de suas funções oficiais”. O conceito de “funcionário público” deve ser entendido de maneira bastante ampla. Ele abrange, de forma não exclusiva, qualquer indivíduo que:

- ocupe cargos legislativos, executivos, administrativos ou judiciais;
- foi eleito ou nomeado para prestar um serviço público e/ou exercer qualquer função pública, inclusive como agente;
- seja contratado por uma empresa estatal ou controlada pelo estado;
- seja membro da família real;
- seja servidor público de uma organização governamental internacional; ou
- seja candidato a um cargo político ou ocupe um cargo significativo, com poder de decisão, em um partido político.

Para fins de nossa Política Anticorrupção do Grupo, parentes próximos de funcionários públicos, mesmo que não sejam funcionários públicos, devem ser tratados como se fossem. Prometer, oferecer ou dar vantagem indevida a um parente próximo de um funcionário público acarreta a mesma sanção que dar vantagem indevida diretamente a um funcionário público.

3. CORRUPÇÃO PRIVADA

Quando uma vantagem indevida é prometida, oferecida ou conferida a uma **pessoa do setor privado**, em contraposição a um funcionário público, ela é considerada um ato de corrupção privada.

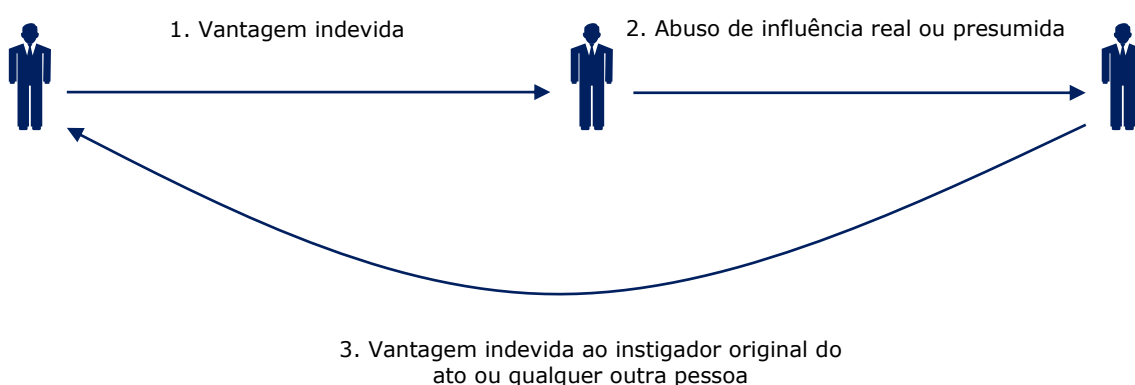
Por exemplo, a conduta de um fornecedor que promete ou dá uma vantagem indevida em troca de informações confidenciais durante uma licitação pública é considerada como um ato de corrupção privada, sendo condenada por lei, bem como pela nossa Política Anticorrupção do Grupo.

É importante entender que tanto prometer ou dar algo, por um lado, quanto solicitar, aceitar ou receber algo, por outro, pessoalmente ou por meio de um intermediário, são práticas corruptas condenadas por lei e uma violação de nossa Política de Anticorrupção do Grupo.



4. TRÁFICO DE INFLUÊNCIA

Pode-se definir tráfico de influência como “a promessa, a oferta ou a concessão, a qualquer pessoa, direta ou indiretamente, de vantagem indevida para que essa pessoa abuse de sua influência real ou presumida, a fim de obter uma vantagem indevida de uma administração ou de uma autoridade pública para o instigador original do ato ou para qualquer outra pessoa”. O tráfico de influência também inclui a solicitação ou a aceitação, por qualquer pessoa, direta ou indiretamente, de uma vantagem indevida para si ou para qualquer outra pessoa, a fim de que essa pessoa abuse de sua influência real ou presumida, com a finalidade de obter uma vantagem indevida de uma administração ou de uma autoridade pública.



O tráfico de influência é uma forma de corrupção.

Algumas jurisdições, como França, Brasil e Espanha, distinguem legalmente o crime de corrupção do tráfico de influência. Outros países, como os EUA, não fazem essa distinção legal.

O Grupo tem tolerância zero a qualquer forma de tráfico de influência, seja qual for o país ou a atividade em causa.

Cenário Prático

A Capgemini pretende submeter uma proposta a uma licitação pública organizada pelo Ministério da Defesa de um país, que está buscando soluções de inteligência artificial. Durante o processo de licitação, você encontra alguém que diz conhecer muito bem o funcionário público responsável por avaliar as licitações. Ele sugere que se você oferecer a ele dois ingressos para o Grande Prêmio de Fórmula 1 local, ele destacará as vantagens da proposta da Capgemini para o funcionário público da licitação e influenciará a decisão final em favor da Capgemini. O que você deveria fazer? Mesmo que seja possível obter facilmente esses ingressos, você deve recusar a oferta. A mera solicitação desses ingressos em troca de exercer influência é inadequada e você corre o risco de estar envolvido em uma situação considerada crime de tráfico de influência: oferecer uma vantagem indevida (os ingressos para a Fórmula 1 local) ao seu contato para que ele use sua influência real ou presumida sobre um funcionário público para obter tratamento preferencial para a Capgemini, o que é uma vantagem indevida. Não importa se seu contato manterá a palavra ou não: o tráfico de influência pode ser caracterizado, uma vez que você concede a vantagem indevida.



5. EXTORSÃO

A extorsão pode ser definida como a busca de uma vantagem indevida por meio do uso de violência, ameaça de violência ou coerção. A chantagem é um exemplo perfeito de extorsão. Alguns funcionários públicos abusam de sua autoridade para obter vantagens indevidas, por exemplo, solicitando uma vantagem em troca de isenção de multas durante operações como investigações fiscais. Isso é chamado de extorsão.

A extorsão é uma forma de corrupção. Ceder à extorsão constitui crime de corrupção na maioria dos países.

O Grupo proíbe qualquer forma de ceder à extorsão, seja qual for o país ou a atividade em questão, a menos que a vida ou a segurança física de uma pessoa esteja em perigo.

Cenário Prático

Você trabalha com Serviços Imobiliários Corporativos e é responsável por obter uma importante instalação para funcionários disponível para ocupação. Dois meses antes do prazo, você percebe que a licença operacional está sendo intencionalmente retida em troca de um pagamento de suborno. Esse atraso custará à empresa centenas de milhares de euros, possivelmente milhões. O que você deve fazer?

Esse pedido constitui extorsão e não pode ser aceito. Mesmo sob condições de extorsão, na qual nenhum benefício pessoal está em jogo, o funcionário ou o representante da Capgemini que concordar em pagar um suborno estará pessoalmente sujeito a multas criminais e prisão. Além disso, a Capgemini, como pessoa jurídica, pode estar sujeita a multas criminais superiores aos custos do atraso e a outras consequências prejudiciais, como a proibição de licitações para aquisições públicas. Isso sem falar nos danos à reputação que a Capgemini e o funcionário podem sofrer. Além disso, esse comportamento seria contrário aos nossos Valores. **Você deve relatar essa violação de acordo com o processo SpeakUp descrito na Seção 7.**

COMO RESISTIR À EXTORSÃO?

Em primeiro lugar, você deve consultar seu Gerente e o Ethics & Compliance Officer local se tiver alguma dúvida ou se precisar de assistência.

Para aqueles que desejam se aprofundar no tema, [a ferramenta RESIST \(Resisting Extortion and Solicitation in International Transactions\)](#) é gratuita e oferece diversas recomendações operacionais baseadas em cenários práticos. O projeto foi desenvolvido em conjunto com a Câmara de Comércio Internacional (ICC), a Transparência Internacional, o Pacto Global das Nações Unidas e a Iniciativa de Parceria contra a Corrupção do Fórum Econômico Mundial.



6. PAGAMENTOS DE FACILITAÇÃO

Os pagamentos de facilitação são definidos como pequenos valores pagos a um funcionário público para agilizar a execução de uma ação administrativa de rotina a que o pagador tem direito. Eles visam incentivar os funcionários públicos a desempenhar suas funções, por exemplo, a emissão de uma autorização ou de uma licença. São frequentemente pagamentos em dinheiro.

Os pagamentos de facilitação são ilegais na maioria dos países.

Fazer pagamentos de facilitação é uma violação da nossa Política Anticorrupção do Grupo, mesmo quando forem considerados legais sob a lei local.

Cenário Prático

Você precisa do visto para sua próxima viagem de negócios para a Índia. Infelizmente, a reunião foi marcada de última hora e você está atrasado no seu pedido de visto. O funcionário público da Embaixada sugere que, por um pequeno pagamento de AU\$ 50 em dinheiro, ele pode conseguir o visto no dia seguinte. Esse seria um “pagamento de facilitação” proibido?

Sim. O pagamento a uma pessoa a título pessoal para realizar um serviço que favoreça a obtenção do seu visto em detrimento da emissão a outras pessoas que também têm direito a esse serviço, confere um benefício indevido a essa pessoa em troca de um tratamento preferencial a você. Portanto, trata-se de um pagamento de facilitação proibido.

Cenário Prático

Você precisa de um visto para sua próxima viagem de negócios para a Índia. Infelizmente, a reunião foi marcada de última hora e você está atrasado no seu pedido de visto. Há um serviço de “tramitação rápida” disponível na Embaixada para a obtenção do visto por um custo adicional de conhecimento público. Esse seria um “pagamento de facilitação” proibido?

Não. Uma vez que o pagamento é para a um serviço de “tramitação rápida” disponível por um preço oficial e transparente para todas as pessoas, não se trata de um pagamento de facilitação proibido.



7. CONSERVAÇÃO DE LIVROS E REGISTROS FRAUDULENTOS

Não será tolerada nenhuma manipulação ou falsificação de lançamentos contábeis que ocultem qualquer forma de corrupção ou tráfico de influência, seja qual for o país e a atividade em questão. As normas contábeis do Grupo descritas no TransFORM devem ser rigorosamente cumpridas.

Cenário Prático

Você trabalha no departamento de contabilidade. Joe, um amigo que trabalha em Vendas, está tentando fechar um negócio. Como Joe sabe que o cliente é apaixonado por vinhos e ele gostaria de comprar uma garrafa de vinho rara, no valor de € 1.500, para impressioná-lo e fechar o negócio. Joe sabe que essa despesa ultrapassa muito o limite de presentes da Capgemini. Em nome de sua amizade de longa data, Joe pede que você registre a despesa numa conta de assuntos diversos. Você pode fazer isso?

Você nunca deve concordar em classificar de forma incorreta um presente ou ocultar uma despesa. Manipular livros e registros constitui uma violação contra a nossa Política Anticorrupção do Grupo e pode resultar na sanção do funcionário, incluindo até sua demissão. Além disso, a política de presentes da Capgemini visa evitar suborno. Se Joe oferecesse um presente tão caro, ele se colocaria em uma situação que pode ser caracterizada como oferta de suborno, que é um crime punível com multas pesadas e prisão. Se você concordasse em classificar de forma incorreta a despesa, estaria manipulando um registro e poderia se tornar cúmplice de uma conduta imprópria. Qualquer despesa reembolsada diretamente a um funcionário deve ser devidamente registrada como presente na ferramenta de reembolso de despesas.



B. ORIENTAÇÃO PRÁTICA PARA EVITAR CONDUTA ARRRISCADA

Esta seção apresenta os princípios que devem ser seguidos e as aprovações que devem ser obtidas para proteger nosso Grupo contra riscos de corrupção. Ela aborda **práticas corporativas comuns e amplamente aceitáveis que, quando mal utilizadas, podem ser caracterizadas como corrupção**. Lembre-se que nossa Política Anticorrupção do Grupo não abrange todas as circunstâncias relativas aos negócios que você pode encontrar em sua vida profissional diária. No entanto, ela deve lhe fornecer informações suficientes para lidar com muitas das questões que você provavelmente enfrentará. Lembre-se sempre que você não está sozinho e que deve consultar seu **Gerente** e o **Ethics & Compliance Officer** local se tiver alguma dúvida ou precisar de assistência.

Estes requisitos aplicam-se a todos os diretores, executivos e funcionários da Capgemini em qualquer nível do Grupo. Espera-se também que terceiros que interajam com uma empresa do Grupo (clientes, consultores, subcontratados, fornecedores e outros) cumpram esses princípios.



1. TRATAMENTO DE RELAÇÕES COMERCIAIS

1.1. Princípios básicos

Todos os eventos organizados ou patrocinados pela Capgemini, bem como entretenimento, refeições, presentes, viagens e hospedagem - sejam ou não concedidos ou recebidos de terceiros -, devem atender a todos os seguintes **princípios básicos**:

1. Devem cumprir as leis aplicáveis e nossas Políticas do Grupo, assim como as normas do empregador do beneficiário.
2. Devem estar relacionados a uma finalidade comercial legítima que possa ser confirmada.
3. Não devem ser feitos para obter vantagem indevida, nem influenciar indevidamente uma conduta.
4. Devem:
 - i. ter um valor razoável;
 - ii. ser apropriados ao cargo do beneficiário, às circunstâncias e à ocasião para a qual se destinam;
 - iii. Não criar um senso de obrigação ou uma aparência de impropriedade;
 - iv. Não ser razoavelmente compreensível pelo beneficiário ou outros como sendo subornos; e
 - v. Não ser dados com frequência ou recebidos do mesmo beneficiário.
5. **Se destinados a um funcionário público, o entretenimento (1.2), a refeição (1.3), o presente (1.4) ou a viagem e hospedagem (1.5) devem ser, no entanto, aprovados antecipadamente pelo Ethics & Compliance Officer local. Observe que, em alguns países, oferecer qualquer um desses itens é proibido por lei.**
6. Além disso, todas as despesas incorridas pela Capgemini devem ser registradas de forma justa e precisa nos livros e registros da empresa do Grupo.

Antes de oferecer ou aceitar presente, refeição ou entretenimento, viagem ou hospedagem que ultrapasse os parâmetros estabelecidos na nossa Política de Viagens e Despesas do Grupo, é importante verificar se estão de acordo com os princípios básicos e condições adicionais desta Política Anticorrupção do Grupo. É aconselhável consultar com antecedência seu Gerente para garantir que ambos estão de acordo. **Qualquer pedido de reembolso de despesas acima dos limites definidos por país na Política de Viagens e Despesas do Grupo pode ser rejeitado por seu Gerente.**

Em caso de dúvida, você pode consultar o Ethics & Compliance Officer local, cujo parecer por escrito é confiável.



E SE O BENEFICIÁRIO TIVER PODER DE DECISÃO EM UMA DECISÃO PENDENTE?

Observe que, se o beneficiário tiver poder de decisão direto ou indireto em uma decisão pendente ou prevista que possa afetar os interesses do Grupo, deve-se ter um cuidado maior. Nessas circunstâncias, geralmente não é considerado apropriado oferecer um presente ou entretenimento.

As decisões pendentes ou previstas que afetam os interesses do Grupo incluem:

- Convites para licitações do setor privado ou público;
- Mudanças na legislação ou nos regulamentos, concessão por parte de uma subsidiária governamental; ou
- Adjudicação ou prorrogação de contratos comerciais.

Em caso de dúvida, você deve documentar por escrito sua oferta de entretenimento, refeição, presente ou viagem e hospedagem. Esse convite deve incluir a confirmação de que, tanto quanto é do conhecimento da entidade do Grupo, a oferta está em conformidade com as leis aplicáveis; que, além disso, a oferta está condicionada ao cumprimento das políticas do empregador do beneficiário; e que é responsabilidade do beneficiário confirmar isso.

1.2. Entretenimento

Convites para eventos de entretenimento - tais como peças de teatro, espetáculos, jogos esportivos, conferências, visitas a museus, seminários ou eventos da Capgemini - são **oportunidades legítimas** para criar intimidade com clientes ou fornecedores. No entanto, também podem trazer o risco de criar uma aparência de impropriedade.

Por esse motivo, é permitido oferecer ou aceitar convites de entretenimento se **todas** as condições a seguir forem atendidas:

- Os **princípios básicos** (1.1) devem ser cumpridos.
- As seguintes **condições adicionais** devem ser atendidas:
 - Um funcionário da empresa do Grupo deve estar presente no evento;
 - Os limites por país para refeições e convites externos definidos na Política de Viagens e Despesas do Grupo devem ser utilizados como referência de valor; e se o valor permitido pelo empregador do terceiro for menor, você deverá respeitá-lo;
 - O entretenimento é considerado legal e socialmente aceitável.

Para estender um convite de entretenimento acima do limite, primeiro seu Gerente deve aprová-lo. Quando você paga uma despesa referente a um convite e depois solicita reembolso, a aprovação do Gerente pode ser comprovada por meio de sua solicitação de reembolso de despesas.



Em caso de dúvida, você pode consultar o Ethics & Compliance Officer local, cujo parecer por escrito é confiável.

Cenário Prático

Você supervisiona um projeto que requer o uso de fornecedores. No momento da apresentação de propostas, um dos possíveis fornecedores convida você para assistir a uma partida de tênis em um torneio de prestígio. Qual é a melhor conduta a ser adotada nessa situação?

Você deve recusar esse convite. Você pode acabar se envolvendo em uma situação de conflito de interesses que pode até ser considerada corrupção se o fornecedor espera uma recompensa indevida em troca, como informações técnicas confidenciais. Vale lembrar que, no contexto de uma licitação pública, todos os fornecedores devem ter acesso às mesmas informações.

Você também deve notificar seu Gerente por escrito sobre essa proposta e analisar com ele qual o procedimento adequado com relação a esse fornecedor.

1.3. Refeições

Fazer negócios durante uma refeição é uma prática comum no mundo dos negócios. Uma refeição pode ser oferecida ou aceita de terceiros se **todas** as condições a seguir forem atendidas:

- Os **princípios básicos** (1.1) devem ser atendidos.
- As **condições adicionais** a seguir devem ser atendidas:
 - A refeição deve estar diretamente relacionada aos negócios, por exemplo, é feita no decorrer de uma reunião ou o objetivo da refeição é discutir sobre negócios; e
 - O valor corresponde ao de uma refeição de trabalho padrão, segundo as normas locais ou outras normas aplicáveis ou, conforme o apropriado, considerando o cargo do beneficiário, as circunstâncias e a ocasião. Os limites por país definidos na Política de Viagens e Despesas do Grupo devem ser usados como referência. Se os valores permitidos nas políticas aplicáveis do cliente forem menores, você deverá respeitá-los.

Os convites para refeição que ultrapassem o limite de valor, devem ser aprovados por seu Gerente. A aprovação do Gerente pode ser comprovada por meio da aprovação da solicitação de reembolso de despesa.

Em caso de dúvida, você pode consultar o Ethics & Compliance Officer local, cujo parecer por escrito é confiável.



Cenário Prático

Você deseja organizar uma refeição de trabalho com seu cliente e, segundo sua autoavaliação, todos os princípios básicos e as condições adicionais da nossa Política Anticorrupção do Grupo serão cumpridos, exceto o valor da refeição por pessoa, que será 25% superior aos limites definidos pela nossa Política de Viagens e Despesas do Grupo para seu país. O que você deve fazer?

Os limites definidos na nossa Política de Viagens e Despesas do Grupo para refeições externas são referências úteis para avaliar a conformidade com a nossa Política Anticorrupção do Grupo. No entanto, dependendo das circunstâncias, da ocasião ou do cargo do beneficiário, há a possibilidade de organizar uma refeição acima do limite monetário de referência e ainda estar em conformidade com a nossa Política Anticorrupção do Grupo. Nesses casos, é importante considerar, e pode ser útil documentar, porque essa refeição é justificável nas circunstâncias em questão e porque não apresenta risco de corrupção.

Você deve entrar em contato com seu Gerente com antecedência para confirmar se ele tem a mesma avaliação com relação à conformidade e, em caso de dúvidas, você pode solicitar a avaliação do Ethics & Compliance Officer local. Se você não entrar em contato com seu Gerente com antecedência, ele poderá rejeitar sua solicitação de reembolso de despesa.

Cenário Prático

Durante uma solicitação de proposta (“RFP”) competitiva, você gostaria de obter informações sobre as ofertas concorrentes. Você conhece bem o interlocutor de um de seus concorrentes. Você pode levá-lo para jantar para ter uma conversa informal?

Não, isso pode ser percebido como conflito de interesses ou até mesmo tentativa de corrupção. Durante um processo de RFP ativo, você nunca deve convidar um concorrente para jantar e deve recusar qualquer convite desse tipo. De modo geral, você nunca deve tentar obter informações não divulgadas ao público de nenhum concorrente.

1.4. Presentes

Oferecer pequenos presentes pessoais muitas vezes faz parte do costume ou da cultura local. Os funcionários da Capgemini não têm permissão para solicitar nem exigir presentes. Embora fortemente desaconselhável, é permitido oferecer ou receber presentes de terceiros se **todas** as condições a seguir forem atendidas:

- Os **princípios básicos** (1.1) devem ser atendidos.
- As **condições adicionais** a seguir devem ser atendidas:



- O valor deve ser nominal. O limite por país definido em nossa **Política de Viagens e Despesas do Grupo** deve ser usado como referência. Se os valores permitidos nas políticas aplicáveis do cliente forem menores, os limites do cliente devem ser respeitados.
- O presente deve ser oferecido ao contato comercial e não aos familiares ou amigos dessa pessoa.
- Nunca deve ser oferecido em dinheiro ou equivalente a dinheiro, por exemplo, vales-presente ou vouchers pré-pagos.

Exceto para pequenos presentes comuns, como aqueles com o logotipo da empresa, quaisquer presentes oferecidos ou propostos devem ser previamente aprovados por seu Gerente. Se, excepcionalmente, o presente for comprado diretamente por um funcionário, a aprovação do Gerente poderá ser comprovada por meio da aprovação da solicitação de reembolso de despesas.

Em caso de dúvida, você pode consultar o Ethics & Compliance Officer local, cujo parecer por escrito é confiável.

Cenário Prático

Um fornecedor oferece um relógio com o logotipo da empresa dele. Você pode aceitá-lo?

Se for um relógio de valor moderado com a finalidade de propaganda, ele poderá ser aceito. No entanto, se o valor for significativo, você deverá recusá-lo. Se estiver acima do limite definido por país em nossa Política de Viagens e Despesas do Grupo, você deverá notificar o presente a seu Gerente.

Cenário Prático

Você viajará a negócios para a China e o Ano-Novo chinês está próximo. Você já ouviu falar que durante o Ano-Novo chinês existe a tradição de dar envelopes vermelhos com dinheiro da sorte dentro, especialmente aos jovens. Como os presentes são desaconselhados pela nossa Política Anticorrupção do Grupo, você nunca comprou um presente para nenhum cliente antes. Você reconhece a importância de oferecer um presente, mas o que significa um presente de "valor nominal"? E os envelopes vermelhos com dinheiro da sorte?

Normalmente, os presentes de valor nominal incluem pequenas lembranças e itens promocionais, com o nome ou as marcas comerciais do Grupo, como canecas, canetas ou calendários, e qualquer um desses presentes seria aceitável. Outros presentes habituais de valor modesto podem incluir flores, livros ou cestas de frutas. No entanto, ao oferecer envelopes com dinheiro da sorte aos filhos de um cliente, você cometeria duas violações à nossa Política Anticorrupção do Grupo:

1. É rigorosamente proibido presentear alguém com dinheiro ou equivalente (como vales-presente ou vouchers pré-pagos);
2. É rigorosamente proibido oferecer um presente a um contato não comercial, se ele se destinar aos filhos do cliente.

Por isso, é preferível oferecer uma cesta de laranjas, que também faz parte da tradição.



1.5. Viagens e hospedagem

Em determinadas circunstâncias restritas, pode ser necessário pagar as despesas de viagem e hospedagem de terceiros, por exemplo, para visitar as instalações de uma empresa do Grupo ou participar de um evento da Capgemini. Todos esses convites devem estar de acordo com as seguintes condições:

- Os **princípios básicos** (1.1) devem ser atendidos.
- As **condições adicionais** a seguir devem ser atendidas:
 - O convite não inclui nem cobre o custo de nenhuma extensão de viagem.
 - A distância da viagem e a duração da estadia são razoáveis e apropriadas e é necessário que sejam justificadas por motivos comerciais legítimos.
 - Está em conformidade com a nossa Política de Viagens e Despesas do Grupo.
 - Os pagamentos para cobrir as despesas de viagem e hospedagem em nome de funcionários públicos, quando legalmente permitidos, são feitos diretamente aos fornecedores (como companhias aéreas e hotéis) ou à agência do funcionário público.
 - É oferecido ao contato comercial e não aos familiares ou amigos dessa pessoa.
 - As despesas não ultrapassam o que um funcionário da empresa do Grupo com cargo equivalente teria gasto para viajar para o mesmo destino.

As despesas de viagem e hospedagem destinadas a terceiros devem ser previamente aprovadas por seu Gerente.

Quaisquer viagens e hospedagens aceitas de terceiros também devem estar de acordo com os princípios descritos acima.

Em caso de dúvida, você pode consultar o Ethics & Compliance Officer local, cujo parecer por escrito é confiável.



Cenário Prático

Um de seus clientes pede para visitar um Centro de Entregas da Capgemini na Índia. Você não sabe ao certo quem deverá pagar os preparativos. Além dos voos e acomodações, você gostaria de organizar um passeio turístico local como parte da visita. Qual é a postura correta nessa situação?

Não há nenhum problema em organizar uma visita às instalações da Capgemini. No entanto, você deve ter cuidado em relação aos preparativos da viagem e hospedagem:

1. Você precisa verificar se há alguma restrição determinada pela política anticorrupção ou por outras políticas aplicáveis da empresa do cliente. Se houver, você deverá cumpri-la.
2. Se você arcar com as despesas do cliente, deverá cumprir os princípios básicos (1.1) e as condições adicionais mencionados acima. Qualquer viagem de entretenimento no local do cliente ou qualquer passeio turístico local não deve incluir viagens extras nem pernoites e deve estar de acordo com as normas de Entretenimento (1.3).



1.6. Eventos de Patrocínio, Marketing e Vendas

Os eventos de Patrocínio, Marketing e Vendas são práticas comerciais adequadas e legítimas. No entanto, é importante reconhecer que eventos de Patrocínio, Marketing e Vendas inadequados ou excessivos podem ser uma forma de suborno ou corrupção proibida por lei e pela nossa Política Anticorrupção do Grupo.

Há dois tipos de eventos que a Capgemini organiza ou patrocina:

Eventos de promoção comercial: estão diretamente relacionados ao nosso negócio, como exposição, feira ou conferência. Geralmente, são grandes eventos que combinam publicidade de empresa para empresa (B2B) e venda pessoal. Esses eventos são uma oportunidade para a Capgemini aumentar a visibilidade de sua marca e mostrar suas capacidades ao mercado (clientes existentes, clientes potenciais e parceiros). Esses eventos incluem:

- Eventos para clientes da Capgemini organizados por nós;
- Participação da Capgemini como patrocinadora em um evento organizado por nossos parceiros de negócios, por exemplo, Dreamforce; ou
- Participação da Capgemini como patrocinadora em eventos setoriais ou industriais, por exemplo, Semana Europeia de Serviços Públicos, Congresso Mundial de Tecnologia Móvel.

Eventos não comerciais: são organizados ou patrocinados através de doações em dinheiro, bens ou serviços, geralmente com o objetivo de promover o Grupo Capgemini ou a marca Capgemini, por exemplo, em troca da presença de nossa marca em um evento e/ou na mídia. Ainda que esses eventos não estejam diretamente relacionados aos negócios, eles contribuem para a visibilidade da marca do Grupo e a estratégia de publicidade e promoção do Grupo; são uma oportunidade para construir uma intimidade legítima com clientes, fornecedores e parceiros; ou para aumentar nossa atratividade no mercado de talentos. Esses eventos podem incluir:

- Eventos esportivos, culturais ou de relações públicas organizados pelos departamentos de Marketing e Comunicação, Vendas, CRS ou RH da Capgemini; ou
- Patrocínio da Capgemini de um evento organizado por uma organização esportiva, cultural, educacional ou institucional.

Os eventos de Patrocínio, Marketing e Vendas devem ser diferenciados das doações, que podem ser feitas a fundações filantrópicas, conforme descrito mais detalhadamente na Seção 2.2 a seguir.

> Regras para aprovação de eventos de Patrocínio, Marketing e Vendas

Os funcionários e quaisquer pessoas ou entidades que atuem em nome do Grupo Capgemini nunca devem organizar ou patrocinar esses eventos, a menos que (i) os **princípios básicos** (1.1) sejam cumpridos; e (ii) as **condições adicionais** a seguir também sejam cumpridas:



- O evento deve estar alinhado com a estratégia do Grupo e com as diretrizes de Marketing e Comunicação/Vendas, bem como com os Sete Valores e o Código de Ética Empresarial do Grupo.
- O benefício em espécie para terceiros (por exemplo, clientes, parceiros e influenciadores de mercado) convidados pela Capgemini para o evento deve seguir os princípios básicos e as condições adicionais referentes a convites e entretenimento (1.2), refeições (1.3), presentes (1.4) e viagens e hospedagem (1.5).
- No entanto, os limites de referência estabelecidos na Política de Viagens e Despesas do Grupo para convites e entretenimento (1.2), refeições (1.3), presentes (1.4) e viagens e hospedagem (1.5) não se aplicam. A avaliação do benefício em espécie será feita como um todo pelos departamentos de Marketing e Comunicação ou de Vendas locais com base nas diretrizes descritas nesta seção.
- Ao patrocinar um evento de terceiros, deve ser realizada uma **due diligence** junto ao anfitrião do evento, conforme estabelecido na Seção 5, Due Diligence de Terceiros.

Para garantir que os eventos de promoção de negócios e os eventos não comerciais atendam à finalidade comercial pretendida de promover e fortalecer a marca do Grupo, sem criar a aparência de impropriedade, cada um desse tipo de evento deve ser pré-aprovado por escrito por dois signatários:

- O chefe de BU/GBL/SBU pertinente, conforme aplicável, de acordo com a unidade que fez a solicitação
- O(s) Diretor(es) de Marketing e Comunicação do País/SBU/GBL.

O(s) Diretor(es) de Marketing e Comunicação do País/SBU/GBL deve(m) manter atualizada uma visão consolidada de todos os eventos de patrocínio e de marketing patrocinados ou organizados por todas as entidades operacionais presentes em sua respectiva região geográfica para ser revista a qualquer momento, que deve ser enviada no final do ano ao Departamento de Marketing e Comunicação do Grupo. **Além disso**, os eventos e patrocínios:

- Acima de € 30.000 em países com baixo risco de corrupção, [Índice de Percepção de Corrupção da Transparência Internacional](#) acima ou igual a 50; e
- Acima de € 15.000 em países com risco alto e médio de corrupção, [Índice de Percepção de Corrupção da Transparência Internacional](#) abaixo de 50;

devem ser encaminhados pelo departamento de Marketing e Comunicação local ao **Departamento de Marketing e Comunicação do Grupo** para validação adicional.

Qualquer evento organizado ou patrocinado pelas equipes de Vendas da Capgemini sem o envolvimento do Departamento de Marketing e Comunicação é considerado um evento de Vendas que requer a aprovação do(s) respectivo(s) Diretor(es) de Vendas e do chefe de BU/GBL/SBU, ao invés da aprovação do Departamento de Marketing e Comunicação.

É responsabilidade dos solicitantes realizar a análise de marketing e de conformidade e enviá-las aos chefes e diretores relevantes, como descrito acima, para aprovação.



Em caso de dúvida ao realizar a análise de conformidade, os Diretores de Marketing e Comunicação ou de Vendas devem solicitar o parecer do Ethics & Compliance Officer local. **Se houver funcionários públicos convidados ou envolvidos na organização de um evento, os Diretores de Marketing e Comunicação e de Vendas deverão consultar sistematicamente o Ethics & Compliance Officer local.**

Cenário Prático

O Grupo Capgemini patrocina o Rúgbi 7s em Dubai. Você pode convidar um cliente ou parceiro para esse evento e oferecer a ele transporte e/ou acomodação? A atividade de patrocínio, seu financiamento e o benefício em espécie referentes aos convidados da Capgemini devem ser autorizados de acordo com as regras relativas aos eventos de Patrocínio, Marketing e Vendas (1.6). É possível aproveitar essa atividade para convidar determinadas pessoas e promover a imagem da empresa, mas esses convites devem:

- Respeitar as normas relativas a viagens e hospedagem (1.5);
- Ser autorizados pelas pessoas que validaram a atividade de patrocínio (1.6);
- Respeitar as políticas pertinentes do cliente ou parceiro.

2. CONTRIBUIÇÕES POLÍTICAS E DOAÇÕES FILANTRÓPICAS

2.1. Contribuições Políticas

Embora o Grupo esteja envolvido nas comunidades em que vive e opera, é política do Grupo não fazer nenhuma contribuição em dinheiro ou espécie, seja diretamente ou por meio de terceiros, para qualquer organização política.

Cenário Prático

Um cliente pede à Capgemini que faça uma contribuição para a campanha de um político. Você tem o direito de fazer essa doação?

Não. É contra a política da Capgemini fazer contribuições para qualquer organização política, mesmo para aquela que você possa apoiar pessoalmente.

Cenário Prático

Um candidato político pede que você financie a campanha legislativa dele. Você tem o direito de fazer essa doação?

Sim, mas somente se a contribuição for feita a título pessoal, não estando associada ao nome do Grupo e nem beneficiando a empresa em que você trabalha.



2.2. Doações Filantrópicas

Na Capgemini, procuramos criar um impacto positivo direto e sustentável nas comunidades nas quais vivemos e operamos, bem como integrar a Responsabilidade Social Corporativa (“CSR”) à nossa principal estratégia de negócios. No entanto, é importante reconhecer que as doações filantrópicas podem criar conflito de interesses ou ser interpretadas como uma forma de suborno ou corrupção, o que é proibido por lei e por nossa Política Anticorrupção do Grupo.

Há duas fontes principais de doações filantrópicas na Capgemini:

- Doações filantrópicas identificadas pela CSR para promover nossa estratégia de CSR;
- Doações filantrópicas identificadas localmente e direcionadas à comunidade.

As **doações estratégicas relativas à CSR** contam com uma alocação de recursos de CSR, quando estiverem alinhadas com a estratégia publicada pelo Grupo de CSR - isto é, Inclusão Digital, Sustentabilidade ou Diversidade Ambiental -, e cumprirem com as exigências legais e fiscais aplicáveis para se qualificarem como doações.

As doações filantrópicas são **direcionadas à comunidade** quando patrocinadas localmente, atenderem às exigências legais e fiscais aplicáveis para se qualificarem como doações, mas não atenderem aos critérios da estratégia de CSR publicados. Um exemplo de doação filantrópica direcionada à comunidade local pode ser a compra de uma mesa em um jantar de gala em benefício de um hospital local. É importante observar que esses tipos de doações filantrópicas, frequentemente iniciadas por meio de contatos com parceiros ou clientes, requerem atenção especial para garantir que não haja conflitos de interesses.

> Regras de aprovação de doações filantrópicas

Os funcionários e qualquer pessoa ou entidade que atuem em nome do Grupo Capgemini nunca devem fazer uma doação filantrópica, a menos que as **condições a seguir** sejam cumpridas:

- Deve haver informações suficientes sobre a finalidade da doação, para determinar se ela é compatível com os Sete Valores e o Código de Ética Empresarial do nosso Grupo;
- O beneficiário deve ser uma organização filantrópica legítima que passou por uma avaliação de due diligence **antes** da doação, conforme estabelecido na Seção 5, Due Diligence de Terceiros;
- Qualquer potencial situação de conflito de interesses, até mesmo aparente, associada a essa doação deve ter sido divulgada e apurada;
- Qualquer outra preocupação ética levantada deve ter sido adequadamente resolvida;
- Os pagamentos nunca devem ser feitos em dinheiro nem depositados na conta particular de uma pessoa;
- O beneficiário deve concordar em emitir um recibo por escrito da doação, especificando o valor recebido;



- A doação deve ser registrada de forma justa e exata nos livros e registros do Grupo e da empresa do Grupo; e
- Toda documentação deve ser mantida para possíveis auditorias futuras.

Todas as doações filantrópicas devem ser aprovadas pelo Ethics & Compliance Officer do país e pelo:

- CSR, para serem consideradas uma alocação de recursos de CSR; ou
- Respetivos chefe de MU/BU/GBL/SBU, chefe de GBL e GBL do país, no caso de doações direcionadas à comunidade.

Além disso, as doações acima dos limites estabelecidos a seguir requerem a aprovação adicional do Secretário Geral do Grupo Capgemini:

- € 15.000 em países com baixo risco de corrupção, [Índice de Percepção de Corrupção da Transparência Internacional](#) acima ou igual a 50; ou
- € 5.000 em países com risco alto e médio de corrupção, [Índice de Percepção de Corrupção da Transparência Internacional](#) abaixo de 50.

Os Ethics & Compliance Officers locais devem manter uma visão consolidada atual de todas as doações filantrópicas aprovadas em nome de todas as entidades presentes em sua respectiva geografia para revisão a qualquer momento.

Cenário Prático

Você é convidado em seu local de trabalho a fazer uma doação para uma instituição filantrópica. Como você deve reagir?

Você tem liberdade para fazer uma doação para uma instituição filantrópica em seu próprio nome, se assim desejar. No entanto, se você desejar fazer a doação em nome da empresa do Grupo em que você trabalha, entre em contato com o responsável pela aprovação de negócios pertinente e o Ethics & Compliance Officer local, conforme descrito acima.

Cenário Prático

Um cliente solicita o apoio financeiro da Capgemini para uma fundação filantrópica na qual ele atua no Conselho. Como você deve reagir?

Esse pedido deve ser cuidadosamente examinado para garantir que não haja conflito de interesses. Uma doação beneficente nunca deve ser condição para a renovação de um contrato comercial e não deve ser aprovada nem concedida quando houver uma licitação em andamento se for interpretada como pedido ou concessão de uma "vantagem indevida". Para proteger os interesses dos clientes, bem como os da Capgemini, favor assegure-se de que nenhum compromisso seja feito antes da liberação da solicitação por meio do procedimento estabelecido pelo departamento de Ethics & Compliance e do cumprimento das condições de aprovação.



3. CONFLITOS DE INTERESSES

Um conflito de interesses surge quando nossos interesses pessoais - sejam eles financeiros ou de outra natureza, sejam nossos próprios interesses ou de nossos parentes - realmente influenciam, potencialmente influenciam ou dão a impressão de influenciar o exercício objetivo de nossos deveres e responsabilidades profissionais. Em poucas palavras, há um conflito de interesses quando alguém *pode* usar indevidamente o cargo oficial para ganho pessoal. Os conflitos de interesses podem dar origem a atos de corrupção, nos quais uma pessoa *de fato* usa indevidamente o cargo para ganho pessoal.

Não há nada de errado em ser confrontado com um conflito de interesses - cada um de nós tem uma vida fora da Capgemini. O que importa é estar ciente da existência de conflitos de interesse reais, possíveis ou aparentes e divulgar adequadamente qualquer conflito desse tipo. Algumas situações comuns podem apresentar conflitos de interesses reais, possíveis ou aparentes:

- Quando um relacionamento com um parceiro de negócios pode influenciar ou dar a impressão de influenciar nossa lealdade às empresas do Grupo ou nossa capacidade de tomar decisões profissionais em benefício do Grupo;
- Quando o uso de bens de uma empresa do Grupo ou de informações obtidas no decorrer de nossa atividade profissional pode oferecer uma vantagem a nós mesmos ou a um parente.

Os funcionários devem divulgar imediatamente a seu Gerente qualquer situação que apresente um conflito de interesses real, possível ou aparente, e os Gerentes devem administrar tal divulgação, utilizando o procedimento descrito na Política de Conflitos de Interesses do Grupo. Em caso de dúvida ou incerteza quanto ao tratamento correto de um potencial conflito, entre em contato com o Ethics & Compliance Officer local. Os funcionários devem tomar decisões em benefício do Grupo, independentemente de seus interesses pessoais.

Para identificar se uma situação pode criar um conflito de interesses, faça a você mesmo as seguintes perguntas:

- Como essa situação pode parecer a alguém que não trabalha na Capgemini? Você se sentiria desconfortável se um de seus colegas soubesse? O que você faria se soubesse que alguém de sua equipe estava envolvido nessa situação?
- Você ou algum de seus parentes se beneficiaria em virtude de seu relacionamento com o terceiro em questão?
- A situação pode afetar qualquer decisão que você possa tomar na Capgemini?
- Você sente alguma sensação de obrigação em virtude de seu relacionamento com esse terceiro?
- Sua relação com esse terceiro parece comprometer sua capacidade de tomar uma decisão em benefício da Capgemini?

Se a resposta a qualquer uma das perguntas acima for “Sim” ou “Talvez”, isso significa que você está envolvido em um conflito de interesses real, possível ou aparente. Você deve informar seu Gerente.



Cenário Prático

As responsabilidades de um parente requerem que ele conduza negócios com a Capgemini na mesma área de trabalho em que você tenha influência sobre as decisões de negócio, por exemplo:

- Um parente trabalha para um fornecedor da Capgemini que recentemente apresentou uma proposta à Capgemini e seu Gerente quer que você se junte à equipe de análise para avaliar todas as propostas, inclusive a apresentada por seu parente.
- Um parente trabalha para um cliente da Capgemini e seu Gerente quer que você se junte à equipe de licitação para convencer esse cliente a fazer negócios conosco.

Você deve relatar essas situações a seu Gerente assim que tomar conhecimento delas. Ele tomará providências para determinar se são necessárias novas medidas. Como princípio geral, não seria apropriado ter influência ou autoridade sobre a tomada de decisão relacionada a um parente. Caso precise de esclarecimentos, entre em contato com o Ethics & Compliance Officer local.

4. LOBBYING (OU GRUPO DE INFLUÊNCIA)

Pode-se definir como lobbying (ou grupo de influência) uma atividade destinada a influenciar uma decisão pública e, em particular, o conteúdo de uma lei ou de um ato regulamentar. Em muitos países, como a França, o lobbying é definido por lei, sujeito a regras éticas rigorosas e deve ser declarado em um registro público, devendo ser cumpridas determinadas condições.

A atividade de lobbying é **proibida**, a menos que seja especificamente aprovada pelo CEO do Grupo. Qualquer atividade de lobbying excepcional, realizada em nome do Grupo, deve ser transparente e estar em conformidade com a legislação aplicável.

5. DILIGÊNCIA PRÉVIA EM RELAÇÃO A TERCEIROS

Os terceiros podem apresentar risco do ponto de vista de combate à corrupção. Por exemplo:

- Um cliente poderia solicitar suborno;
- Fornecedores e intermediários poderiam usar uma parte do que eles ganham para oferecer suborno em nome da Capgemini, até mesmo sem nos informar;
- Um terceiro poderia pertencer ou estar associado a uma pessoa que a Capgemini possa querer influenciar, gerando um conflito de interesses que deve ser identificado e gerenciado.



Os funcionários encarregados de contratar ou se relacionar com terceiros em nome da Capgemini, sejam clientes, intermediários ou fornecedores, tais como consultores, subcontratados e outros fornecedores de bens e serviços, devem garantir que o terceiro em questão tem as qualificações necessárias e uma sólida reputação de integridade comercial.

Nossos procedimentos de avaliação de terceiros são desenvolvidos proporcionalmente aos riscos de corrupção que um terceiro pode apresentar, conforme identificado no mapeamento de riscos do Grupo para combate à corrupção, que é revisto periodicamente. A ameaça de corrupção varia entre jurisdições, setores empresariais, terceiros, a natureza da relação com um partido, bem como a amplitude e a complexidade das transações e a identificação de possíveis sinais de alerta de corrupção. O nível de diligência prévia ("due diligence") realizado é elaborado para levar esses fatores em conta.

Todos os terceiros devem ser examinados de acordo com a nossa Política de Política de Due Diligence Anticorrupção e Sanções Comerciais de Terceiros do Grupo.

Cenários Práticos

Você deseja contratar Y como fornecedor. O que você precisa fazer?

Você precisa realizar uma diligência prévia do fornecedor de acordo com o procedimento.

Você deseja fazer uma oferta em uma solicitação de proposta (RFP) pública lançada pela W na Malásia. O que você precisa fazer?

Você precisa realizar uma diligência prévia do cliente de acordo com o procedimento.

Cenário Prático

Você trabalha na equipe de Vendas e está procurando alternativas para fechar novos negócios em determinado setor. Você é abordado pelo Sr. Y, um empresário bem conhecido nessa área, que explica que pode ajudá-lo a conseguir novos clientes por um "honorário de intermediário", uma porcentagem sobre novas vendas. Como você pode proceder?

Além de cumprir as normas do Blue Book sobre Consultores e Agentes de Vendas, todos os terceiros devem ser examinados de acordo com a nossa Política de Due Diligence Anticorrupção e Sanções Comerciais de Terceiros do Grupo. Você verá que os Agentes de Vendas são proibidos, a menos que excepcionalmente aprovados pelo Conselho de Revisão do Grupo, enquanto os Consultores de Vendas, mantidos com base em uma taxa fixa, são considerados de alto risco e devem ser avaliados por meio de uma diligência prévia reforçada. Nossa Política de Due Diligence Anticorrupção e Sanções Comerciais de Terceiros também fornecerá diretrizes sobre o monitoramento de Agentes e Consultores de Vendas e seus requisitos de relatórios.

Cenário Prático

Um cliente em potencial informa que sua solicitação de proposta (RFP) foi aprovada desde que você use determinada empresa ou uma pessoa X como subcontratado no projeto. O que você deveria fazer?



Embora possa haver motivos comerciais legítimos para um cliente solicitar um subcontratado específico para um trabalho, essa condição deve ser considerada um sinal de alerta. A justificativa comercial legítima para tal condição e a ausência de um conflito de interesses devem ser estabelecidas e documentadas. Se a justificativa não estiver clara ou se você tiver alguma dúvida, você deverá consultar o Ethics & Compliance Officer local. Consulte nossa Política de Due Diligence Anticorrupção e Sanções Comerciais de Terceiros para obter orientações adicionais.

Cenário Prático

Um líder empresarial identificou uma doação que gostaria de fazer a uma fundação de alta reputação. Uma diligência prévia de terceiros deve ser realizada?

Sim. Além de cumprir nossa Política de Anticorrupção do Grupo - consulte a Seção 2.2 sobre Doações Filantrópicas -, todos os terceiros devem ser avaliados de acordo com nossa Política de Due Diligence Anticorrupção e Sanções Comerciais de Terceiros do Grupo. Você verá que os beneficiários de doações filantrópicas são considerados de alto risco e, na verdade, devem ser avaliados por meio de uma auditoria detalhada. Você também encontrará diretrizes relacionadas ao monitoramento de terceiros e à atualização periódica da devida diligência.

6. JOINT VENTURES (EMPREENDIMENTOS CONJUNTOS), CONSÓRCIOS E FUSÕES E AQUISIÇÕES

Joint ventures (Empreendimentos conjuntos), consórcios e fusões e aquisições são transações estratégicas que apresentam significativos riscos de responsabilidade no que se refere à corrupção. As empresas do Grupo podem ser responsabilizadas por práticas corruptas cometidas por joint ventures ou parceiros de consórcio, bem como por empresas que uma empresa do Grupo adquiriu.

É importante aplicar a devida diligência de anticorrupção a parceiros e empresas-alvo antes de firmar uma joint venture, consórcio, fusão ou aquisição, ou se as circunstâncias assim exigirem, imediatamente após.

Consulte os procedimentos de due diligence de Fusões e Aquisições e as diretrizes sobre consórcio.

7. DIVULGAÇÃO DE VIOLAÇÕES E PREOCUPAÇÕES - SpeakUp

Qualquer funcionário que, de boa-fé, ficar sabendo de qualquer forma de corrupção deve relatá-la usando a [linha de ajuda de ética "SpeakUp"](#).

A linha de ajuda SpeakUp é um sistema de registro confidencial baseado na web e telefone fornecido



pela Capgemini a seus funcionários, fornecedores, clientes e parceiros de negócios e às suas afiliadas.

A finalidade do SpeakUp é relatar preocupações ou pedir conselhos e orientações sobre fraude, assédio no local de trabalho, práticas corruptas, conflitos de interesses, concorrência desleal e outras formas de conduta ética imprópria que não estão em conformidade com nossos Sete Valores ou nosso Código de Ética Empresarial.

Em determinados países, a linha de ajuda SpeakUp só pode ser usada para relatar suspeitas de violação contra um número mais restrito de assuntos. Para conhecer o escopo exato dos assuntos que podem ser relatados em seu país, consulte a Política de SpeakUp ou entre em contato com o Ethics & Compliance Officer local.

O uso da linha de ajuda SpeakUp é totalmente voluntário. Vale lembrar que o procedimento usual para relatar uma possível violação é informá-la diretamente ao seu Gerente, [ao Ethics & Compliance Officer local](#) ou a um representante do Departamento de Recursos Humanos.

Se você sentir que não pode seguir o procedimento usual para relatar uma possível violação, deverá usar a [linha de ajuda de ética SpeakUp](#) para relatar sua preocupação. Você também pode usar esse portal para fazer perguntas.

O Grupo proíbe todas as retaliações contra o funcionário que relata de boa-fé uma violação das regras ou leis, mesmo que a acusação posteriormente se revele infundada. Agir de boa-fé significa agir sem má intenção ou desonestidade. O relato consciente de informações falsas não será tolerado.

Sobre a Capgemini

Líder global em consultoria, transformação digital, tecnologia e serviços de engenharia, a Capgemini está na vanguarda da inovação para abordar toda a gama de oportunidades dos clientes no mundo em constante evolução no âmbito digital, de nuvem e de plataformas. Com base em sua sólida tradição de 50 anos e profunda experiência específica ao setor, a Capgemini possibilita que as organizações concretizem suas ambições de negócios por meio de uma variedade de serviços, desde a estratégia até as operações. A Capgemini é orientada pela convicção de que o valor empresarial da tecnologia provém das pessoas e por intermédio delas. É uma empresa multicultural com 270.000 membros na equipe, em aproximadamente 50 países. Com a Altran, o Grupo divulgou receitas globais conjuntas de € 17 bilhões em 2019.

Saiba mais sobre nós em www.capgemini.com



People matter, results count.