# PLANO INTEGRADO DE COMUNICAÇÃO & CAPACITAÇÃO DO PROGRAMA DE INTEGRIDADE DAS EMPRESAS ELETROBRAS

06/2021

# INTRODUÇÃO

Ética e Transparência são valores estratégicos expressos nos Planos de Negócio e Gestão das empresas Eletrobras: *Sermos íntegros e honestos, leais aos compromissos assumidos, cientes das nossas responsabilidades e transparentes nas nossas ações e resultados em todos os momentos*.

Dentro das diretrizes estratégicas do Plano Estratégico 2020-35, temos o desafio de alcançar e manter padrões de governança corporativa e integridade empresarial de acordo com os benchmarks internacionais.

O Programa de Integridade (*Compliance*) Eletrobras 5 Dimensões, unificado das Empresas Eletrobras, foi criado em 2016 com o objetivo (i) estabelecer um conjunto de mecanismos e procedimentos internos para controle da integridade, (ii) incentivar as manifestações de denúncia de irregularidades, (iii) determinar aplicação efetiva das políticas de integridade e do Código de Conduta Ética e Integridade das Empresas Eletrobras, assim como (iv) detectar, apurar e sanar desvios, fraudes, irregularidades e atos ilícitos.

O Programa atende à Lei Anticorrupção Brasileira nº 12.846/2013, o Decreto nº 8.420/2015, bem como à Lei das Estatais, Lei nº 13.303/2016, e seu Decreto nº8.945/2016, e a Lei de Conflito de Interesses nº 12.813/ 2013. Desde sua criação, tem evoluído e ganhado robustez por meio da implantação de um conjunto de normativos de integridade; do mapeamento dos principais fatores de risco de fraude e corrupção, criando mecanismos de integridade para sua mitigação; da realização de diversas capacitações e ações de comunicação; do aprimoramento do macroprocesso de gestão e tratamento de denúncias e infrações, bem como do monitoramento do programa.

## Principais motivadores

Internos

A evolução do nível de maturidade dos normativos e processos implementados permitiu uma estruturação e consolidação do Programa. No entanto, para alcançar a excelência no nosso programa, devem ser superados importantes desafios que se apresentam de maneira continua e que atestam sua efetividade:

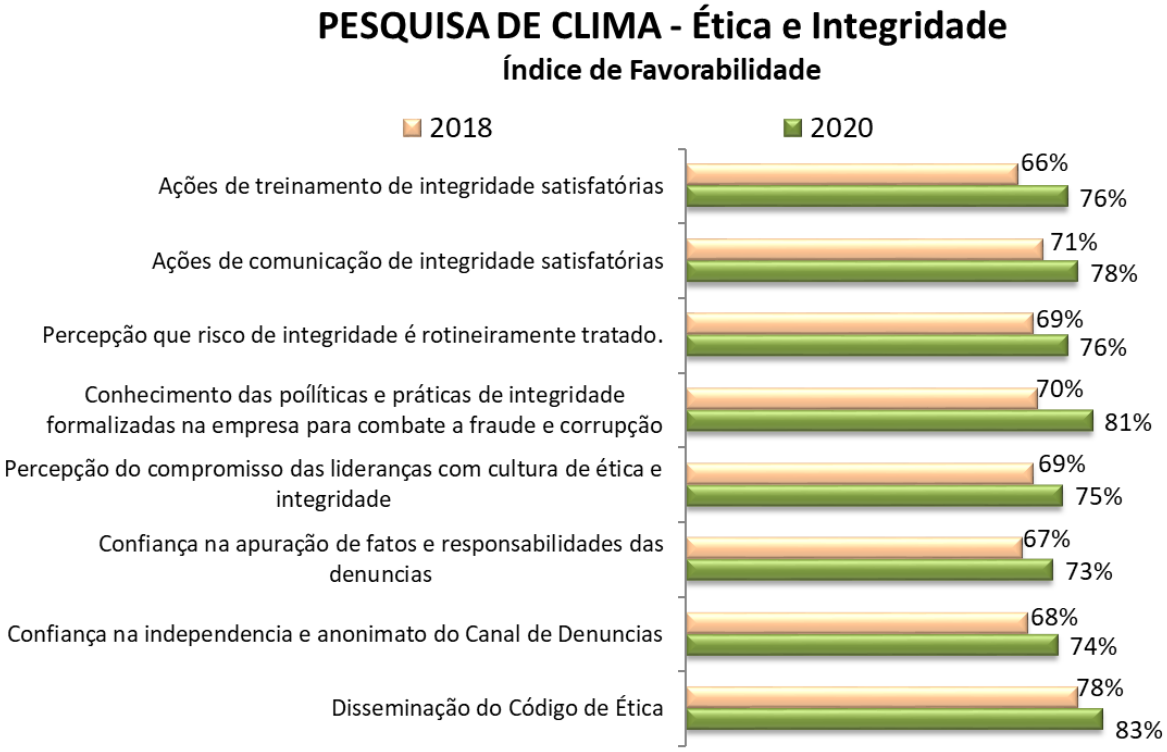
- Como evidenciar de maneira contínua o apoio da Alta Administração ao Programa para os colaboradores e para o público externo?
- Como garantir o comprometimento e parceria da média gerência e das áreas onde o risco de integridade se materializa, para mapear e tratar o risco, vislumbrando a área de integridade como consultora interna neste assunto?
- Como garantir que a estrutura do sistema de integridade é apropriada e amplamente conhecida por todos os colaboradores?
- Como garantir que os normativos de integridade estão internalizados por todos os colaboradores, reforçando a reiterar a importância com o tema integridade e ética?



Classificação: Interno

- Como garantir a efetividade e continuidade das ações de comunicação e capacitação para internalização da cultura de ética e integridade, bem como para mitigar o risco de fraude e corrupção?
- Como sensibilizar efetivamente os terceiros?
- Como mensurar os resultados dos mecanismos de integridade implantados? E como garantir que estes resultados estejam retroalimentando o programa?

A evolução do Programa e das ações de disseminação da cultura de ética e integridade, na percepção dos empregados, vem sendo constatado nos resultados da Pesquisa de Clima das Empresas Eletrobras, por meio do índice de favorabilidade apurado em um fator específico que avalia os itens descritos no gráfico a seguir:




Dados consolidados das empresas Eletrobras

Apesar da melhoria em todos os índices nos últimos anos, considerando o fato de termos alcançado nestes 5 anos de existência, um programa robusto e consolidado nas empresas, ainda há um caminho a percorrer que se torna ainda mais desafiador, que é refletir esta maturidade alcançada nos processos, em uma cultura de ética e integridade praticada por todos os colaboradores em todas as dimensões das empresas.

E ao falarmos de cultura estamos falando de mudar paradigmas; convencer as pessoas; inserir novas atividades, controles e processos; mudar hábitos; e tudo isso de forma alinhada à missão de ser uma empresa inovadora, de energia limpa, reconhecida pela excelência e sustentabilidade.

E esse desafio exige um conjunto de ações de capacitação, sensibilização e de orientação contínua, que devem ser estruturadas de forma integrada e sistêmica, voltadas para cada público alvo, conforme o objetivo pretendido, utilizando ferramentas ágeis e modernas para estimular a reflexão e buscar o efetivo engajamento dos colaboradores e gestores, bem como a parceria dos terceiros.

A temática de ética e integridade deve estar na ordem do dia nas empresas Eletrobras, e fazer parte do *DNA* de todos os processos organizacionais, fortalecendo os valores estratégicos assumidos perante seus públicos de relacionamento.

Torna-se fundamental, portanto, o estabelecimento de um Plano Integrado de Comunicação e Capacitação do Programa de Integridade, formal e padronizado para as empresas Eletrobras, buscando promover uma maior sinergia entre os esforços das áreas envolvidas na disseminação de uma cultura ética e integra nas empresas.

Externos

Corroborando com a demanda interna e com as melhores práticas no mercado, cabe ressaltar que treinamentos periódicos aos empregados e alta administração acerca do Código de ética e das políticas e procedimentos anticorrupção estabelecidos no Programa de Integridade são exigências regulatórias estabelecidas tanto pela Lei das Estatais, Lei nº 13.303/2016, e seu Decreto nº 8.945/2016, bem como pela própria Lei Anticorrupção Brasileira nº 12.846/2013, com seu Decreto nº 8.420/2015.

Dessa forma, o percentual de colaboradores treinados no ano em políticas e procedimentos do Programa de Integridade, representa um indicador de performance de disseminação do programa avaliado nos principais Relatórios Corporativos das Empresas Eletrobras, como Relatório Anual baseado nas diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI), o Formulário 20F/SEC, o comprometimento com os ODS da Agenda 2030, além de integrar a avaliação da empresa em índices como ISE - Índice Sustentabilidade Empresarial (Bovespa) e o Dow Jones, bem como nas certificações como o IG-Sest e o Pró-Etica.

Por fim, um plano estruturado e formalizado para capacitação e disseminação do Programa de Integridade e suas diretrizes, além de ser uma pratica destacada por diversas metodologias de programas de integridade/*compliance* é uma recomendação da CGU, emitida em auditoria específica, orientando que seja estabelecido pela instância responsável pelo Programa de Integridade um plano formalizado junto à alta administração das empresas, contendo ações periódicas para a promoção de questões sobre integridade e fomento à adoção de postura ética e íntegra na empresa, com a disseminação de informações sobre o Programa de Integridade, bem como o Código de Ética e Conduta, seja por meio de ações de comunicação ou de capacitações, com a devida avaliação de sua efetividade, a ser incluído no planejamento de comunicação social e de capacitação das empresas.

# 2. APRESENTAÇÃO

## 2.1. Objetivos

O presente plano busca direcionar de forma estruturada e sistêmica, o conjunto de ações de comunicação e capacitação necessárias para consolidação de uma cultura de ética e integridade nas empresas Eletrobras, por meio de um investimento e aprimoramento contínuo em capacitação e conscientização dos colaboradores e demais públicos de relacionamento.

As ações de comunicação e capacitação devem:

- Sensibilizar e capacitar os colaboradores e gestores das Empresas Eletrobras para os temas de ética e integridade, promovendo a internalização dos conceitos e diretrizes estabelecidas nos normativos do Programa de Integridade para prevenção e combate ao risco de fraude e corrupção.
- Orientar os colaboradores e gestores das Empresas Eletrobras promovendo uma reflexão quanto a eventuais conflitos éticos empresariais e a forma de tratá-los ou enfrentá-los em situações cotidianas do trabalho.
- Promover ampla divulgação da estrutura do Programa e dos mecanismos de integridade adotados nas empresas, bem como os resultados dos principais processos, incluindo o tratamento de inconformidades.
- Reforçar a mensagem, para os públicos interno e externo, de que a empresa dispõe de canais e ferramentas para combater a corrupção e que se preocupa com aspectos relativos à transparência e à ética empresarial.
- Disseminar as regras e diretrizes de ética e integridade adotadas pelas empresas Eletrobras com seus terceiros como fornecedores, patrocinados, conveniados e parceiros, de forma a promover um ambiente de confiança e parceria nestes relacionamentos.

## 2.2. Responsabilidades

A elaboração e formalização do presente plano é responsabilidade das áreas de Integridade/Conformidade das Empresas Eletrobras, sob a coordenação da Gerência de Integridade Corporativa da Holding, responsáveis pela implementação, consolidação e aprimoramento do Programa de Integridade e pela promoção de ações de internalização de conceitos e práticas deste.

A parceria das áreas envolvidas diretamente no Programa de Integridade - Comissão de Ética, Apuração de Denúncias, Responsabilização, Ouvidoria – é essencial na definição de temas a serem abordados, bem como seus respectivos objetivos, meios e formatos, auxiliando na estratégia mais apropriada para as ações elencadas.

Deve se manter ainda um nivelamento do plano com as áreas envolvidas nos processos de integridade, como por exemplo Governança Corporativa, Conformidade Normativa, Gestão de Riscos e Controles Internos, Segurança da Informação, Suprimentos, Patrocínios e Convênios, Parcerias em SPE, Recursos Humanos, entre outras.

O plano deve ser validado pelas áreas de Comunicação e Educação Corporativas, de forma a viabilizar as ações previstas e a sua efetiva implementação, em conjunto com a

Integridade/Conformidade, que atuará em parceria com os processos de apoio para promover as atividades planejadas.

## 2.3. Prazos e acompanhamento

O presente plano está estruturado para um horizonte de dois anos - 2021 a 2023 – conforme descrito de forma macro no Anexo 1 – Cronograma e Temáticas. No entanto, as ações de comunicação e capacitação devem ser planejadas de maneira detalhada para cada período, e alinhadas com as áreas de educação e comunicação corporativas de forma a serem consideradas em suas respectivas programações anuais.

As áreas de Integridade/Conformidade devem supervisionar a execução do plano, por meio do acompanhamento trimestral das ações previstas e realizadas, arquivando as respectivas evidências, e fazendo uma análise do nível de realização, de forma a promover os ajustes que forem necessários no planejamento, minimizando impactos no cronograma e na estratégia, mas garantindo a atualidade e prioridade dos temas a serem abordados (Anexo 2 - Planilha de Acompanhamento de Comunicação e Capacitação)



Classificação: Interno

# 3. ESTRATÉGIA

## 3.1. DIRETRIZES GERAIS

- Fortalecer a identidade visual do Programa de Integridade nos comunicados e capacitações.

- Otimizar e buscar, no que couber, a padronização do conteúdo da(s) página(s) de Ética e Integridade no site e intranet das empresas, nesta última buscando ainda uma interação das páginas do Programa de Integridade, Comissão de Ética, Ouvidoria (Canal de Denúncias) e Macroprocesso de Gestão e Tratamento de Denúncias e Infrações.

- Utilizar os canais de comunicação já disponíveis nas empresas para sensibilizar os diferentes públicos alvo conforme o objetivo da mensagem – pagina na intranet; comunicados diários, mensais ou quinzenais; comunicados especiais; jornal eletrônico; mural digital/banner; página no site (Programa de Integridade, Fornecedores Conectados); mídias sociais.

- As ações de comunicação integradas devem direcionar as mensagens com foco:
  a. Informativo – estrutura do sistema de integridade, normativos aprovados ou atualizados, informações sobre cursos e eventos, certificações e participação em fóruns, notícias relevantes sobre o tema integridade e ética.
  b. Orientativo - cartilhas, vídeos, vídeo-cartela, infográficos com orientações sobre os principais processos de integridade.
  c. Prestação de contas - divulgação de resultados quantitativos dos processos de integridade e melhorias realizadas – nesse foco é importante cada empresa divulgar, de forma padronizada, seus respectivos resultados.

- As ações de capacitação devem buscar soluções educacionais diferenciadas para promover maior efetividade, conforme objetivo a ser alcançado, em consonância com a Política de Educação Corporativa das empresas Eletrobras.

- Desenvolver conteúdo próprio corporativo para as ações educacionais a serem disponibilizadas para as empresas Eletrobras, e manter um nivelamento das ações educacionais corporativas e ações locais, de forma a serem complementares, buscando maior sinergia nas iniciativas.

- Instituir no calendário anual das empresas, nos meses de julho e dezembro, a realização de uma campanha corporativa de sensibilização para os temas de integridade e ética – interna e externa – e o evento "Semana de Integridade e Ética das Empresas Eletrobras", já realizado anualmente no mês de dezembro.

- Promover o envolvimento dos membros da alta administração de maneira sistemática nas ações, seja em abertura de capacitações, ou em falas em comunicados, para evidenciar o apoio e patrocínio.

- Promover ações de fomento à cultura de ética e integridade de forma inovadora que cative o público.

### 3.2. DIRETRIZES ESPECIFICAS

A estratégia adotada para cada tipo de ação, deve observar o público a ser atingido, bem como o objetivo pretendido com aquele tipo, foco e formato de ação. Está detalhada a seguir a estratégia para cada público alvo – interno e externo:

**PÚBLICO INTERNO**

**a) ALTA ADMINISTRAÇÃO -** PATROCÍNIO: Monitoramento e apoio
Conselhos e Diretorias das empesas Eletrobras e de suas empresas coligadas e SPEs

| **COMUNICAÇÃO:** | |
|---|---|
| **FOCO** | Reportes do monitoramento do Programa a ser realizado pela área de integridade/conformidade para alta administração, com principais ações e resultados. |
| **TIPO DE MENSAGENS** | Apresentações em reuniões de colegiados, reportes periódicos e material orientativo do Programa. |
| **PERIODICIDADE** | Trimestral |
| **RESPONSÁVEIS** | Integridade / Governança Corporativa |
| **CAPACITAÇÃO:** | |
| **TEMAS** | Políticas, legislação e procedimentos Programa de Integridade; ética comportamental; gestão e tratamento do risco de fraude e corrupção, governança corporativa . |
| **OBJETIVOS** | Entender os temas e sua responsabilidade, expressando seu patrocínio ao programa nas suas ações e decisões e por meio do exemplo.<br><br>Aprofundar o tema de fraude e corrupção e boas práticas de prevenção e combate, de modo a promover um aprimoramento constante dos processos nas empresas.<br><br>Capacitar para **prevenir e evitar fatores de risco que podem se materializar na atuação da alta administração**, como conflito de interesses, favorecimentos, nepotismo, utilização indevida de informações sigilosas, suborno/propina, entre outros. |
| **PERIOIDICIDADE** | ANUAL |
| **TIPO** | Presencial ou *EaD/* Webinar |
| **METODOLOGIA** | Palestra com um facilitador externo e outro interno, trazendo tanto a visão do mercado para o tema, como também as práticas adotadas dentro das empresas Eletrobras; disponibilização de material prévio para promover uma discussão em grupo. |
| **EXIGÊNCIA LEGAL** | Treinamento **obrigatório** em atendimento à Lei das Estatais 13.303/16 e ao Decreto nº 8.420/15 da Lei Anticorrupção. |
| **RESPONSÁVEIS** | Integridade / Governança Corporativa/Educação Corporativa |

**b) <u>CORPO GERENCIAL</u>-** ENGAJAMENTO: 1ª linha-agente de integridade junto à equipe Assessores, Coordenadores gerais, Assistentes, Superintendentes e Gerentes.

| **<u>COMUNICAÇÃO:</u>** | |
|---|---|
| **FOCO** | Engajar para prática dos valores de ética e integridade da empresa junto a suas equipes e atuar como multiplicadores das mensagens do programa. |
| **TIPO DE MENSAGENS** | Comunicados direcionados a esse público; inserção do tema em reunião de gerentes; material orientativo do Programa. |
| **PERIOIDICIDADE** | Mensal/trimestral ou por evento |
| **RESPONSÁVEIS** | Integridade/Conformidade + Comissão de Ética + Ouvidoria + Apuração e Responsabilização / Comunicação |
| **<u>CAPACITAÇÃO:</u>** | |
| **TEMAS** | Papel dos gestores dentro da visão da Plataforma de GRC Integrado – Governança, Riscos e Conformidade; gestão do risco de fraude e corrupção – 1ª linha; atualização sobre legislação anticorrupção e diretrizes do Programa de Integridade; ética comportamental. |
| **OBJETIVOS** | Aprofundar o tema de fraude e corrupção e boas práticas de prevenção e combate, de modo a atuar como 1ª linha de defesa – mapeamento e combate.<br><br>Entender os temas de ética e integridade e sua responsabilidade na transmissão e prática dos valores de ética e cidadania da empresa junto às suas equipes, atuando como agentes de integridade.<br><br>Capacitar para **prevenir e evitar fatores de risco que podem se materializar na atuação dos gestores**, como conflito de interesses, favorecimentos, uso indevido da autoridade, ameaça à imparcialidade e à autonomia técnica, suborno/propina (recebimento/oferecimento), uso indevido ou manipulação de dados/informações, relacionamento com terceiros, gestão de contratos, entre outros. |
| **PERIOIDICIDADE** | ANUAL |
| **TIPO** | Presencial ou *EaD* / Webinar |
| **METODOLOGIA** | Trilha GRC para Gestores (Realizado em módulos); customizado para a realidade das empresas Eletrobras; Estudos de caso / Oficinas. |
| **EXIGÊNCIA LEGAL** | Treinamento **obrigatório** em atendimento à Lei das Estatais 13.303/16 e ao Decreto nº 8.420/15 da Lei Anticorrupção. |
| **RESPONSÁVEIS** | Integridade / Comissão de Ética / Educação Corporativa |

**c) <u>COLABORADORES</u> -** INTERNALIZAÇÃO: Trazer conceitos para seu dia-a-dia de forma prática
Empregados, estagiários, jovens aprendizes e prestadores de serviços.

| **<u>COMUNICAÇÃO:</u>** | |
|---|---|
| **FOCO** | Dar conhecimento às práticas de integridade de forma que todos os profissionais ajam no seu dia-a-dia de acordo com os valores e princípios estabelecidas pela empresa; divulgar o programa de integridade - diretrizes de integridade implantadas pelos normativos, notícias de eventos, treinamentos, prestação de contas (resultado dos processos), estrutura de integridade. |
| **TIPO DE MENSAGENS** | Noticiário frequente/Comunicados Especiais; Intranet (Cartilhas, vídeos, animações, infográficos). |
| **PERIOIDICIDADE** | Por evento –notas mensais |
| **RESPONSÁVEIS** | Integridade/Conformidade + Comissão de Ética + Ouvidoria + Apuração e Responsabilização / Comunicação. |
| **<u>CAPACITAÇÃO:</u>** | |
| **TEMAS** | Diretrizes e normativos do Programa de Integridade (Compliance); Código de Conduta Ética e Integridade das Empresas Eletrobras; valores e princípios éticos e de integridade que norteiam a conduta dos colaboradores das empresas Eletrobras; Canal de denúncias e macroprocesso de gestão e tratamento de denúncias e infrações. |
| **OBJETIVOS** | Entender os temas e as diretrizes de integridade e ética, internalizando-os para sua atuação no dia-a-dia de trabalho.<br><br>Capacitar para **prevenir e evitar fatores de risco que podem se materializar na atuação dos colaboradores** como utilização ou apropriação indevida de recursos da Empresa para fins particulares, pagamentos / desembolsos fraudulentos; uso indevido ou manipulação de dados/informações; suborno/propina (recebimento/oferecimento). |
| **PERIOIDICIDADE** | ANUAL |
| **TIPO** | Curso *on line* – disponibilizado no 2º semestre de cada ano<br>Palestras na Semana de Integridade e Ética |
| **METODOLOGIA** | Abordar os temas dos principais normativos de ética e integridade com conceitos e exemplos práticos. Focando temas específicos a cada ano. |
| **EXIGÊNCIA LEGAL** | Treinamento **obrigatório** em atendimento à Lei das Estatais 13.303/16 (ratificado no Código de Conduta Ética e Integridade) e ao Decreto nº 8.420/15 da lei Anticorrupção. |
| **RESPONSÁVEIS** | Integridade / Comissão de Ética / Educação Corporativa |

**d) <u>EMPREGADOS DE ÁREAS MAIS EXPOSTAS AO RISCO DE FRAUDE E CORRUPÇÃO</u> -** ATUAÇÃO ÍNTEGRA

Gestores e fiscais de contratos com fornecedores, patrocínios, convênios, doações, e profissionais com relacionamento com setor público

| **<u>CAPACITAÇÃO:</u>** | |
|---|---|
| **TEMAS** | Programa de Integridade (Compliance); principais aspectos do Código de Conduta Ética e Integridade das Empresas Eletrobras; Gestão do risco de fraude e corrupção com terceiros; Mecanismos de integridade no relacionamento com terceiros e setor público. |
| **OBJETIVOS** | Entender o aspecto de integridade nos processos relacionados com terceiros; conhecer as ferramentas de integridade disponíveis para sua atuação adotando-as no seu trabalho.<br><br>Capacitar para **prevenir e evitar fatores de risco que podem se materializar na atuação destes profissionais** como licitações fraudulentas, contratações ou parcerias combinadas, fraudes na gestão de contratos, suborno/propina (recebimento/oferecimento). |
| **PERIOIDICIDADE** | ANUAL (permanente) |
| **TIPO** | Curso *on line* e palestras |
| **METODOLOGIA** | Abordar aspectos legais e mecanismos de integridade implementados, focando nos aspectos de integridade no relacionamento com terceiros. |
| **EXIGÊNCIA LEGAL** | Lei das Estatais 13.303/16 e ao Decreto nº 8.420/15 da Lei Anticorrupção e melhores práticas |
| **RESPONSÁVEIS** | Integridade / Suprimentos / Patrocínios / Responsabilidade Social / Educação Corporativa |

**e) <u>EQUIPES DE INTEGRIDADE/CONFORMIDADE</u> -** ATUALIZAÇÃO CONTÍNUA

Gestores e equipes das áreas de integridade/conformidade, apuração e responsabilização.

| **<u>CAPACITAÇÃO:</u>** | |
|---|---|
| **TEMAS** | Legislação, GRC, regulação, metodologias de gestão do risco de integridade, e capacitação em novos processos a serem implementados. |
| **OBJETIVOS** | Reciclagem continua, melhores práticas<br>Atualização dos processos de prevenção, detecção e remediação do risco de integridade e ética. |
| **PERIOIDICIDADE** | Por evento |
| **TIPO** | Curso *on line* e presenciais, fóruns de discussão, seminários e congressos |
| **EXIGÊNCIA LEGAL** | Decreto nº 8.420/15 e melhores práticas |
| **RESPONSÁVEIS** | Integridade/Conformidade, Apuração e Responsabilização / Educação Corporativa |

**PÚBLICO EXTERNO**

**f) <u>TERCEIROS</u> –** PARCERIA E CONFIANÇA
Fornecedores / Patrocinados / Conveniados / Donatários / Parceiros SPE

| **<u>COMUNICAÇÃO:</u>** | |
|---|---|
| **FOCO** | Sensibilizar os terceiros quanto às diretrizes do Programa de Integridade e dos principais normativos, e à importância de estabelecer um relacionamento baseado na ética e integridade. |
| **TIPO DE MENSAGENS** | E-mails direcionados para esse público; Fornecedores Conectados: Cartilhas, vídeos, animações, infográficos. |
| **PERIOIDICIDADE** | Anual / Por evento / durante contrato |
| **RESPONSÁVEIS** | Integridade/Conformidade + Suprimentos + Patrocínios + Convênios + Gestão SPE + Comunicação |
| **<u>CAPACITAÇÃO:</u>** | |
| **TEMAS** | Programa de Integridade (Compliance) e Código de Conduta Ética e Integridade das Empresas Eletrobras. |
| **OBJETIVOS** | Entender as diretrizes de integridade adotadas no relacionamento com terceiros.<br><br>Sensibilizar para **prevenir e evitar fatores de risco que podem se materializar no relacionamento com terceiros** como licitações fraudulentas, contratações ou parcerias combinadas, fraudes na gestão de contratos, suborno/propina (recebimento/oferecimento). |
| **PERIOIDICIDADE** | Anual / durante contrato |
| **TIPO** | Palestras *on line* ou presenciais – Encontro Nacional de Fornecedores das Empresas Eletrobras; com evidência de registro de participação.<br><br>*EaD* Etica e Integridade para Terceiros |
| **METODOLOGIA** | Abordar aspectos legais e mecanismos de integridade implementados, focando nos aspectos de integridade no relacionamento com terceiros. |
| **EXIGÊNCIA LEGAL** | Lei 13.303/16, Decreto nº 8.420/15 DA Lei Anticorrupção e melhores práticas |
| **RESPONSÁVEIS** | Integridade / Suprimentos / Patrocínios / Responsabilidade Social / Educação Corporativa |

## 4. AFERIÇÃO DO ALCANCE DAS AÇÕES DE COMUNICAÇÃO E DA EFETIVIDADE DAS CAPACITAÇÕES

A área de Gestão de Pessoas da Eletrobras deve manter nas pesquisas de clima entre os empregados, pergunta (s) que possa (m) identificar o alcance das ações de comunicação do Programa de Integridade (*Compliance*) das empresas Eletrobras.

Outra ferramenta quantitativa para avaliar a eficácia das mensagens transmitidas no âmbito do Programa de Integridade das Empresas Eletrobras é a aplicação imediata de uma avaliação de retenção do conteúdo após sua exibição, ou fazer um *quiz* acerca de temas tratados nas ações de sensibilização promovidas. Estas ferramentas podem inclusive ser utilizadas nas ações de sensibilização externa do Programa.

No caso de exibição de vídeos, *podcasts* ou artigos sobre o Programa, poderá ser utilizada a métrica que estiver implementada para aquele canal de comunicação utilizado, como por exemplo, número de visualizações do material.

Com relação às ações de capacitação, deve se manter um acompanhamento estatístico dos participantes, evidenciadas por listas de presenças.

Seguindo o modelo educativo adotado pelas empresas Eletrobras, as ações educacionais serão avaliadas por meio de:

- Avaliação de reação – verifica a satisfação dos participantes em relação ao programa e é aplicada logo após o término de cada etapa do programa/ação educacional. A percepção com relação aos pontos fracos e fortes da capacitação, possibilita ainda a adequação de futuras ações educacionais.
- Avaliação de aprendizado – verifica as modificações de conhecimento, habilidades e atitudes relacionadas aos temas envolvidos no programa/ação educacional. Esta análise permite verificar o nível de absorção do conteúdo pelo público alvo. Não aplicável às ações de conscientização, que não requer aprendizado e sim mudança comportamental.
- No caso de capacitações das equipes de integridade/conformidade, pode ser feita uma avaliação de aplicabilidade ou comportamental que indica mudanças de comportamento do participante após a realização da ação educacional.

## 5. DISPOSIÇÕES GERAIS

De modo a garantir a efetiva implementação de forma padronizada nas empresas, este plano, elaborado pelas equipes de Integridade/Conformidade das empresas Eletrobras, deve ser formalmente aprovado por meio da Diretoria Executiva da Holding, sendo encaminhado para ratificação nos colegiados das demais empresas Eletrobras.

O presente plano, bem como o próprio Programa de Integridade, exige uma constante revalidação, uma vez que os temas de ética e integridade, assim como os cenários que se apresentam, estão constantemente evoluindo, e demandam ações eficazes capazes

de tocar as pessoas de forma a impactar seu comportamento, internalizando os princípios e diretrizes de ética e integridade exigidos nas empresas Eletrobras.

Nesse sentido, cabe a área de Integridade da Holding em conjunto com as instâncias de integridade/conformidade das empresas Eletrobras, a definição e a revisão quando necessária, da estratégia a ser adotada neste planejamento, e seu nivelamento junto às áreas de comunicação e educação corporativas.

Anexos:

Anexo 1 - CRONOGRAMA E TEMÁTICAS

Anexo 2 - Planilha de Acompanhamento de Ações de Comunicação e Capacitação



Classificação: Interno

## ANEXO 1 – CRONOGRAMA E TEMÁTICAS

### COMUNICAÇÃO

| | PLANEJAMENTO ANUAL (2021 A 2023) | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **AÇÕES DE COMUNICAÇÃO - POR PÚBLICO ALVO** | **JAN** | **FEV** | **MAR** | **ABR** | **MAI** | **JUN** | **JUL** | **AGO** | **SET** | **OUT** | **NOV** | **DEZ** |
| Reportes para Alta Administração | | | X | | | X | | | X | | | X |
| Mensagem de apoio Alta administração | | | | | | | X | | | | | X |
| Comunicados Gestores | | X | | | X | | | X | | | X | |
| Comunicados e material orientativo Colaboradores | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| Comunicados a Terceiros / Fornecedores Conectados | | | | | X | | | | X | | | X |

| | 2021 | | | | | | | | | | | | 2022 | | | | 2023 | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **CAMPANHAS / AÇÕES DE COMUNICAÇÃO** | **JAN** | **FEV** | **MAR** | **ABR** | **MAI** | **JUN** | **JUL** | **AGO** | **SET** | **OUT** | **NOV** | **DEZ** | **1º TRI** | **2º TRI** | **3º TRI** | **4º TRI** | **1º TRI** | **2º TRI** | **3º TRI** | **4º TRI** |
| **Campanha corporativa de sensibilização** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Semana Etica e Integridade das Emrpesas Eletrobras** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Camapanha sobre Canal de Denúncias e Processos de Apuração de Denuncias / Remediação / Responsabilização** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Estímulo à denúncia como fomento à adoção da postura ética<br>Orientação para registrar uma denúncia corretamente<br>Garantira de não retaliação ao denunciante<br>Descrição dos processo e das áreas responsáveis<br>Resultados apurados de apurações, responsabilizações e recomendações | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Diretrizes do novo Regulamento Avaliação de Integridade** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Avaliação de Integridade de Terceiros -Fornecedores /Patrocinios<br>Avaliação de Integridade para Indicados (colegiados e gerencias) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Reforço orientativo sobre os fatores de risco de fraude e corrupção: exemplos práticos/como prevenir** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Conflito de interesses e nepotismo<br>Recebimento ou oferecimento/Brindes e presentes<br>Interações com órgãos públicos (infográfico)<br>Fraude em licitação ou na gestão de contratos<br>Uso indevido ou manipulação de dados e sistemas | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Reforço do Código de Conduta Ética e Integridade – princípios e compromissos** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Conduta em redes sociais (Cartilha)<br>Combate ao assedio no trabalho<br>Saude e segurança<br>Representando a empresa | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

## CAPACITAÇÃO

| PÚBLICO ALVO | AÇÃO | TEMATICA | 2021 | | | | | | | | | 2022 e 2023 | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | ABR | MAI | JUN | JUL | AGO | SET | OUT | NOV | DEZ | 1º TRI | 2º TRI | 3º TRI | 4º TRI |
| Gestores e Fiscais de Contratos | EaD Integridade em Contratos | Avaliação de integridade de terceiros, gestão do risoc de F&C em contratos | | | | | | | | | | | | | |
| Gerentes | GRC p/Gestores | Conflito de Interesses/Gestão do risco de fraude e corrupção | | | | | | | | | | | | | |
| Alta Administração | Tema de integridade e etica no Programa de Aprimoramento | TPR- Conflito de Interesses/Gestão do risco de fraude e corrupção | | | | | | | | | | | | | |
| Todos empregados | EaD Integridade e Ética | **2021**: Conflito de Interesses (integridade)e conduta etica Consequencias:denuncias/infrações;apuração;responsab | | | | | | | | | | | | | |
| | | 2022:Corrupção(integridade) e Diversidade (etica) | | | | | | | | | | | | | |
| | | 2023: Fraudes (int3egridade) e ambiente de trabalho (etica) | | | | | | | | | | | | | |
| Todos empregados e gestores | SEMANA DE INTEGRIDADE E ÉTICA | Palestras com temas prioritários ou recorrentes em denuncias | | | | | | | | | | | | | |
| Equipes Integridade | Capacitação / Reciclagem | Ivestigação forense; capacitaçaõd e integrantesde comissões de PAD e PAR; defesa da concorrencia; lavagem de dinheiro | | | | | | | | | | | | | |

## ANEXO 2 – PLANILHA DE ACOMPANHAMENTO

### Planilha de Acompanhamento de Comunicação e Capacitação - TRIMESTRAL

| COMUNICAÇÃO - 2021 | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| AÇÃO | DESCRIÇÃO DA AÇÃO | FORMATO | PÚBLICO ALVO | DATA PREVISTA | STATUS ATUAL | DATA DE REALIZAÇAO | OBSERVAÇÃO / EVIDÊNCIAS |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |

| CAPACITAÇÃO - 2021 | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| AÇÃO | FORMATO | PÚBLICO ALVO | DATA PREVISTA | DATA DE REALIZAÇAO | Nº DE TREINADOS | OBSERVAÇÃO / EVIDÊNCIAS |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |