

# CÓDIGO DE ÉTICA E CONDUTA



## Índice

▪ Mensagem da Administração .....	02
▪ Diretrizes Estratégicas .....	03
▪ Apresentação .....	04
▪ Princípios Gerais .....	04
▪ Comitê de Ética .....	14
▪ Penalidades .....	14
▪ Revisão do Código .....	14
▪ Glossário .....	14

## Mensagem da Administração

Construir o Código de Ética e Conduta da RIO e apresentá-lo aos colaboradores é um imenso prazer para nós. Consideramos tarefa desafiadora e motivo de grande orgulho participar da elaboração de um documento tão importante.

A RIO tem a sua marca firmada no mercado; a qualidade dos produtos é conhecida e solidificada mundialmente no setor automotivo, e a nossa empresa é reconhecida como uma importante fabricante de autopeças do setor ferroviário e do agronegócio.

A construção dos nossos princípios e compromissos éticos, organizacionais e pessoais foi um processo amplamente representativo e participativo, sempre balizado pela atitude inovadora, pela fé inabalável, pelo espírito de equipe e pela simplicidade do saudoso Sr. João Stramosk.

Durante a organização deste documento, deparamo-nos com situações que nos exigiram muita reflexão, debate e discussão de diferentes ideias. A mesma ética presente há anos em nossos ideais agora está traduzida neste Código de Ética e Conduta único, que orientará a conduta de todos nós.

É preciso comprometimento, esforço pessoal e profissional e responsabilidade para assumirmos uma nova cultura baseada em conceitos de conduta ética. Precisamos reagir aos exemplos negativos, às práticas incorretas e aos valores antiéticos, pois os valores morais devem ser institucionalizados em todos os segmentos da sociedade. E em nossa empresa, a RIO, não pode ser diferente.

Em um ambiente de trabalho, é comum a nós a exigência de atitudes corretas, que estejam de acordo com normas e regimentos internos. Para que tenhamos postura ética adequada – tanto no tratamento com as pessoas quanto na execução de nossas atividades –, é necessário um documento que nos norteie e nos sirva como base para as nossas ações comportamentais.

Cabe a cada colaborador da empresa assumir a responsabilidade pela aplicação do conteúdo deste código. Vale lembrar: somos responsáveis pelas nossas ações!

Membros da Diretoria: Luis Antonio Stramosk | *Diretor-presidente*  
Ornelio Guilmar Kléber | *CEO e Diretor de Relação com Investidores*

Membros do Conselho de Administração: João Stramosk Filho  
*Presidente do Conselho de Administração*

José Eduardo Stramosk, Eugênio César Stramosk, Carlos Henrique Stramosk, Rosângela Carvalho da Silva

## *Diretrizes Estratégicas*

### **Propósito**

**Iluminar caminhos, acender talentos e moldar o futuro.**

### **Missão**

**Desenvolver e fornecer produtos, materiais, serviços de fundição e usinagem para mover o mundo, de forma criativa e sustentável.**

### **Visão**

**Ser uma empresa global e a melhor opção de parceria e negócios para nossos clientes e distribuidores!**

### **Nossos Valores**

**Pensamos e praticamos Inovação, Excelência, Respeito e Simplicidade em Equipe!**

**Ética e Fé entre todos!**



## Apresentação

O Código de Ética e Conduta da RIO é um retrato do posicionamento da empresa em relação aos seus públicos de interesse. É um instrumento de trabalho que orienta a melhor forma de agir na empresa.

Fundamentado em direcionadores de conduta, o Código de Ética e Conduta da RIO está estruturado de forma clara e transparente. Elaborado por profissionais de todas as áreas da organização, o documento prezou a linguagem acessível, facilitando a leitura e a compreensão de todas as partes interessadas.

Em caso de dúvidas, dilemas ou conflitos, recomenda-se que o colaborador converse com o seu superior imediato ou acesse os canais formais de comunicação da empresa para que possa tomar as atitudes adequadas e coerentes de acordo com cada situação.

A RIO conta com todos nós! É nossa responsabilidade respeitar e honrar o Código.

## Princípios Gerais

Este capítulo descreve as condutas que devem ser observadas nas relações da RIO com todos os seus públicos de interesse: interno (gestores e colaboradores) e externo (acionistas, clientes, sociedade, fornecedores e governo).

### São responsabilidades de todos:

#### **A)** Cumprimento de legislação, normas e políticas internas

- Todas as práticas da RIO pautam-se pelo cumprimento das diretrizes legais e organizacionais. Desta forma, todos devem buscar informações com as áreas especializadas e conhecer os procedimentos para cumprir a legislação vigente bem como as normas, as instruções de trabalho e as políticas internas.

#### **B)** Proibição do trabalho infantil e forçado (análogo ao trabalho escravo)

- A RIO não contrata ou utiliza qualquer forma de trabalho forçado (ou análogo ao escravo), assim como não admite, em qualquer hipótese, a utilização de trabalho infantil.

#### **C)** Respeito à diversidade

- A RIO respeita a diversidade e não tolera qualquer forma de discriminação, desqualificação, intimidação e constrangimento em função de gênero, raça ou etnia, orientação sexual, idade, religião, aparência física, origem geográfica, condição socioeconômica ou deficiência.

#### **D)** Inibir quaisquer formas de assédio

- Não serão aceitos comportamentos que possam configurar um ambiente de trabalho constrangedor, ofensivo ou hostil, que caracterizem assédio moral, sexual, político ou religioso.

## *Princípios Gerais*

### **E) Uso e preservação da marca, do nome e da imagem institucional**

- A conduta de colaboradores, terceiros e representantes reflete a imagem da empresa. Não serão toleradas quaisquer atitudes que possam comprometer a integridade e a reputação da RIO, como comportamentos inadequados ou atos que contrariem este Código de Ética e Conduta, quando estiverem representando a empresa.
- Toda solicitação para uso do nome ou da marca RIO por clientes/revendedores, fornecedores e sociedade em geral em canais de comunicação internos ou externos deverá ser autorizada pela área de Marketing, garantindo-se, dessa forma, os interesses comerciais da RIO e o uso correto da sua marca ou do seu nome.
- A realização de palestras, conferências, apresentações, publicações, comentários, trabalhos acadêmicos ou qualquer outra forma de comunicação com os públicos externos, por meio dos quais sejam expostos conceitos, resultados, estratégias, nome ou imagem da RIO, somente ocorrerá mediante solicitação prévia à área de Recursos Humanos.
- A relação da RIO com a mídia deve ser pautada pela transparência, pelo respeito e pela interdependência e representa uma oportunidade de disseminação da identidade da empresa aos públicos e à sociedade. Não é permitido fornecer informações ou entrevistas sem o prévio conhecimento da área de Marketing.
- As informações econômicas e financeiras a serem divulgadas e/ou encaminhadas a parceiros, como clientes, fornecedores, bancos, universidades e outros, devem ter como fonte as informações disponíveis no site da BOVESPA e da CVM.
- Fotografias e vídeos são permitidos apenas quando autorizados pelo gestor da área.

### **F) Respeito aos direitos humanos e laborais**

- A RIO respeita os direitos humanos e laborais. Todos devem ser tratados com dignidade, podendo manifestar suas ideias livremente e trabalhar num ambiente agradável.
- Não toleramos nenhuma forma de escravidão moderna, incluindo trabalho forçado, servil ou compulsório, nem tráfico de pessoas.
- As horas trabalhadas, compensação e benefícios devem atender as leis locais, incluindo aquelas relativas ao salário mínimo, horas extras e aos benefícios exigidos legalmente.
- A RIO respeita o direito de livre associação a sindicato de trabalhadores, com intuito de representar seus interesses como empregados, de organizar e de negociar de modo coletivo ou individual.

## **1. Relacionamento com o Público Interno**

### **1.1. Comunicação e confidencialidade**

## *Princípios Gerais*

- A RIO se compromete em manter um diálogo aberto, transparente, verdadeiro e acessível com todos os colaboradores.
- Informações confidenciais, específicas das áreas de trabalho, devem ser tratadas somente nas áreas e funções de interesse.
- As informações estratégicas e confidenciais relacionadas ao negócio e aos processos da RIO devem ser utilizadas exclusivamente para atender aos objetivos da empresa, não sendo permitido o seu uso em situações não pertinentes ao trabalho.
- É papel dos gestores comunicarem políticas, normas, procedimentos, metas, resultados e informações necessárias à execução das atividades, com o objetivo de manter as suas equipes atualizadas.

### 1.2. Gestão de pessoas

- A RIO proporciona igualdade de acesso às oportunidades de desenvolvimento, de acordo com as necessidades da carreira de cada colaborador, e incentiva e/ou orienta a busca do autodesenvolvimento, no momento do feedback.
- A empresa define a realização da modalidade de processos seletivos (externo, interno ou misto) de acordo com as necessidades do negócio.
- Todos os colaboradores têm a oportunidade de participar de processos seletivos (interno ou misto), desde que eles atendam aos requisitos de carreira e estejam de acordo com os critérios da política de recrutamento interno.

### 1.3. Relacionamento entre colaboradores

- A RIO valoriza o respeito, o trabalho em equipe e o bom relacionamento entre colaboradores. Isso implica em ouvir os colegas, prezar o trabalho em equipe e evitar comentários irresponsáveis que possam gerar duplas interpretações, inverdades ou que prejudiquem outras pessoas ou a própria empresa.

### 1.4. Postura dos gestores

- Os gestores devem adotar uma postura ética e uma conduta exemplar, que inspirem confiança, transparência e coerência, usando o seu próprio comportamento como exemplo para todos os colaboradores.
- É compromisso dos gestores conhecer o Código de Ética e Conduta, utilizá-lo para consulta e cumprir políticas, procedimentos e normas internas, assegurando justiça e igualdade no tratamento aos colaboradores.

## *Princípios Gerais*

- Os gestores devem assegurar o diálogo aberto, transparente e permanente com as equipes de trabalho.
- É inaceitável qualquer atitude de abuso de autoridade/poder, por parte dos gestores, que provoque ameaça, intimidação ou constrangimento.

### 1.5. Saúde e segurança

- A preservação da saúde e da integridade física dos colaboradores é compromisso da RIO, bem como a promoção da qualidade de vida no ambiente de trabalho, de acordo com as regulamentações nacionais aplicáveis e com base nas políticas de proteção à saúde e de segurança ocupacional da empresa.
- Todos os colaboradores devem seguir rigorosamente as normas internas de saúde e segurança no trabalho bem como a legislação aplicada.
- É responsabilidade da RIO fornecer aos colaboradores os EPIs (equipamentos de proteção individual), orientá-los e exigir o uso correto desses itens. Aos colaboradores cabe a responsabilidade de seguir corretamente as normas de segurança e fazer o uso dos EPIs de forma adequada.
- É proibido portar, consumir ou estar sob o efeito de bebidas alcoólicas e/ou drogas ilícitas durante a jornada de trabalho.
- O consumo de cigarros é permitido somente durante os intervalos do horário de trabalho, em local delimitado para esse fim.
- É proibido o porte de arma de fogo e de armas brancas nas dependências da empresa, exceto se necessário ao exercício da função.
- Não é permitido atender e usar o telefone celular durante a execução de qualquer atividade nas áreas produtivas. Se o telefone é uma ferramenta de trabalho, ele pode ser usado, porém deve-se atender ligações em local que não ofereça risco de acidente, desde que cumpridas as regras da área de saúde e segurança.

### 1.6. Respeito à privacidade e às relações afetivas e de parentesco entre colaboradores da empresa

- Respeitamos a privacidade e os relacionamentos pessoais dos nossos colaboradores (cônjuges, pai, mãe, filhos, irmãos, avós e netos). Contudo, de modo a garantir a transparência e a impessoalidade no desenvolvimento das nossas atividades e prevenir possíveis favorecimentos, é vedada a subordinação entre colaboradores que tenham grau de parentesco ou vínculo afetivo. Questões particulares não podem afetar a rotina de trabalho, sejam elas discussões ou demonstrações públicas de afeto.

### 1.7. Atividades externas conflitantes

- Qualquer atividade profissional externa, com ou sem fins lucrativos, exercida por um colaborador, pode ser permitida desde que essa atividade não represente conflito com os interesses da RIO.
- Antes de assumir qualquer tipo de atividade externa que seja conflitante, ou mesmo que pareça ser conflitante com as obrigações e responsabilidades na RIO, o colaborador deve formalizar uma consulta ao seu gestor sobre a amplitude dos trabalhos e das atividades externas.
- O colaborador não poderá:
  - Desempenhar atividades externas durante as horas de trabalho na RIO;
  - Desempenhar atividades externas que afetem negativamente o seu julgamento, a sua imparcialidade ou a sua conduta no trabalho para a RIO;
  - Durante as suas atividades externas, sugerir ou insinuar que representa a RIO.

### 1.8. Roubo e uso indevido de bens, recursos e propriedades

- Casos de roubo e furto serão tratados na forma da lei.
- Recursos, bens e propriedades da RIO, como veículos, equipamentos, materiais de escritório, móveis, máquinas, matérias-primas, tecnologia, sistemas, copiadoras e telefones, devem ser utilizados de forma racional, com zelo e para os fins a que se destinam na empresa.
- O uso de meios eletrônicos e redes sociais deverá ser realizado de acordo com o Termo de Responsabilidade – Segurança da Informação.
- Informações confidenciais ou de propriedade intelectual da RIO devem ser tratadas como sigilosas, não sendo permitida a divulgação dessas informações sem autorização prévia do gestor da área.

### 1.9. Conflito de interesses

- A comercialização de produtos ou serviços (como roupas, alimentos, cosméticos, empréstimos e outros) entre colaboradores e/ou terceiros deve ser evitada nas dependências da empresa.
- Eventos de interesse dos colaboradores são permitidos desde que organizados pela empresa e divulgados pelos canais de comunicação interna.
- Durante a jornada de trabalho, assuntos de interesse pessoal devem ser evitados, assim como o uso de celulares para assuntos particulares. Quando houver a necessidade, deverá ser levado ao conhecimento do superior imediato.

### **2. Relacionamento com Fornecedores (inclui Fornecedores de Bens, Serviços e Representantes Comerciais)**

#### **2.1. Seleção e contratação**

- A seleção e a contratação de fornecedores da RIO têm como base o atendimento às questões legais e os critérios de escolha que consideram custo, qualidade, desempenho e pontualidade de entrega, evitando favorecimento e propiciando a concorrência leal.
- A RIO valoriza práticas empresariais sustentáveis e responsáveis por parte de seus fornecedores bem como atitudes éticas em suas práticas de gestão e de respeito ao meio ambiente.

#### **2.2. Favorecimento, apadrinhamento e conflitos de interesses**

- A RIO não permite que os seus negócios sejam influenciados por interesses pessoais de qualquer natureza.
- Presentes, vantagens e favores cujas circunstâncias possam ensejar suspeita de qualquer favorecimento não devem ser aceitos dos fornecedores.
- É proibido oferecer, aceitar ou solicitar empréstimos ou cortesias, como dinheiro ou equivalentes, que possam caracterizar propina, suborno e corrupção. Patrocínios para as festas das áreas não poderão ser solicitados.
- Brindes institucionais (com a logomarca da empresa) de baixo valor, tais como canetas, camisetas, pen drives, bonés, chaveiros e outros, ou cortesias, como refeições de negócio, caixas de bombons, podem ser aceitos.
- Prêmios e/ou brindes de maior valor, provenientes de participação de campanhas desenvolvidas pelos fornecedores, serão aceitos e devem ser levados ao conhecimento do superior imediato, que encaminhará a ocorrência de forma corporativa.
- Presentes e brindes recebidos ou sorteados em feiras, congressos, palestras ou sorteios poderão ser aceitos de forma pessoal.
- As despesas dos funcionários da RIO referentes a viagens para visitas a fornecedores, feiras e congressos podem ser pagas por fornecedores, desde que autorizadas pelo superior imediato.

#### **2.3. Sigilo e confidencialidade**

- É compromisso e responsabilidade dos fornecedores garantir a confidencialidade em relação aos produtos e serviços contratados pela RIO.

### 2.4. Representantes comerciais

- Os representantes comerciais da RIO são considerados seus parceiros, sendo compromisso de ambos o conhecimento dos direitos e das obrigações, conforme contrato celebrado entre as partes.

## 3. Relacionamento com Clientes

### 3.1. Atendimento e negociação

- As relações entre a RIO e os seus clientes devem ocorrer com base em critérios profissionais, técnicos e comerciais, por meio de diálogo aberto e permanente.
- É foco da RIO atender todos os clientes com respeito, transparência, cortesia, excelência e eficiência, buscando a fidelização e um bom negócio para ambas as partes. Todos os clientes merecem atenção e dedicação, independentemente de seu tamanho ou sua importância financeira.

### 3.2. Sigilo das informações

- Qualquer informação considerada confidencial ou estratégica, seja de propriedade da RIO, seja do cliente, não pode ser divulgada, a não ser que haja a autorização da parte que a detém.

### 3.3. Conflito de interesses

- Interesses pessoais não podem interferir nos processos de negociação, ou seja, não podem configurar qualquer espécie de favorecimento, apadrinhamento ou conflito de interesses.
- Presentes, vantagens e favores cujas circunstâncias possam ensejar suspeita de qualquer favorecimento não devem ser oferecidos aos clientes.
- Brindes institucionais (com a logomarca da empresa), tais como canetas, camisetas, pen drives, bonés, chaveiros e outros, ou cortesias, como refeições de negócio, podem ser oferecidos.
- Presentes que caracterizem uma gentileza no relacionamento, tais como cestas comemorativas, bebidas e outros, podem ser oferecidos de acordo com o prescrito neste Código de Ética e Conduta, desde que alinhado com o Código de Ética do cliente.
- É proibido oferecer patrocínios ou cortesias, como dinheiro ou equivalentes, salvo campanhas promocionais atreladas à campanha de vendas e à política comercial.
- O custeio de viagens de clientes deve ser analisado pelos responsáveis diretos por cada solicitação e ponderado de acordo com a estratégia comercial da RIO.

## *Princípios Gerais*

### **4. Acionistas**

- É compromisso da RIO conduzir a relação com os seus acionistas baseada em princípios de transparência e confiança e buscar gerar resultado, trazendo retorno justo aos acionistas.
- É papel dos acionistas monitorar os resultados, como forma de preservar o patrimônio e os recursos aplicados por eles na companhia.
- Acionistas e familiares devem seguir as mesmas regras e os procedimentos aplicados a todos os colaboradores da companhia, tendo o respeito como princípio.

### **5. Meio Ambiente**

- A RIO reconhece o seu compromisso e as suas responsabilidades com o meio ambiente no qual está inserida, prezando a integridade da comunidade, preservando a geração atual e futura, buscando a perenidade da empresa, de acordo com a política de gestão ambiental.
- Com empenho, a RIO busca a concretização de parcerias com as partes interessadas, objetivando promover educação e sustentabilidade ambiental.
- Os colaboradores devem cumprir rigorosamente os procedimentos, as instruções e as práticas ambientais, conforme política da qualidade de meio ambiente e legislação vigente.
- Situações de emergência, como acidentes ambientais, devem ser tratadas de maneira clara e responsável e imediatamente comunicadas à Brigada de Emergência.

### **6. Governo**

- A RIO é contrária a pagamentos, gratificações, subornos e afins a empregados públicos, para agilizar serviços de rotina, influenciar decisões ou obter vantagens.

#### **6.1. Conflito de interesses**

- Os colaboradores não podem utilizar o nome da empresa em nenhuma das instâncias governamentais para obter benefícios pessoais.
- Informações solicitadas de forma rotineira por instâncias governamentais estão disponíveis e devem ser encaminhadas pelas áreas responsáveis. Informações não rotineiras devem ser consultadas e comunicadas ao superior imediato.

#### **6.2. Órgãos de classe**

- A RIO reconhece as entidades sindicais como representantes legais dos colaboradores e busca o melhor acordo para ambas as partes, por meio de negociações pautadas em respeito e responsabilidade.

### 6.3. Posicionamento político

- O posicionamento político da empresa é apartidário.
- Colaboradores candidatos a cargos públicos e políticos não podem realizar campanha política nas dependências da empresa em horário de trabalho ou utilizar o nome da RIO para se promover.

## 7. Sociedade

- O compromisso da RIO com a comunidade em seu entorno (local e municipal) está fundamentado na relação de respeito às pessoas e às instituições cidadãs filantrópicas e empresariais.
- A RIO compromete-se em manter um relacionamento aberto e cordial com a comunidade local a partir de ações voluntárias, envolvimento em associações e entidades de classe.

## 8. Responsabilidades

### 8.1. Gestores

- Ser exemplo de conduta ética para os seus liderados.
- Ler, compreender, cumprir e divulgar o Código de Ética e Conduta.
- Divulgar o Código de Ética e Conduta entre os seus colaboradores e certificar-se de sua leitura e compreensão.
- Orientar os colaboradores para ações ou situações que representem eventuais dúvidas ou dilemas éticos.
- Consultar o Comitê de Ética para esclarecimento e orientação de situações e/ou fatos que representem dúvidas ou dilemas éticos.
- Comunicar ao Comitê de Ética casos de descumprimento do Código de Ética e Conduta.

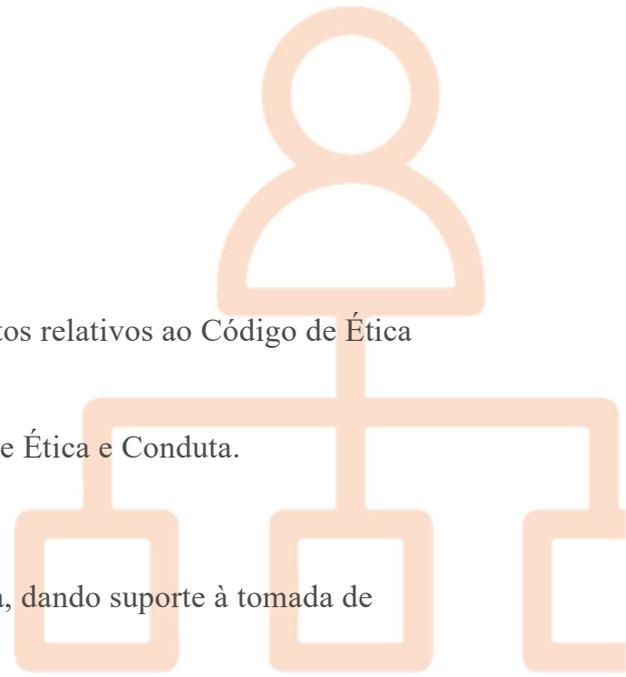
### 8.2. Colaboradores

- Ser exemplo de conduta ética para os seus colegas.
- Ler, compreender e cumprir o Código de Ética e Conduta.
- Conversar com o seu gestor sobre eventuais situações ou dilemas éticos.
- Comunicar ao superior imediato ou diretamente ao Comitê de Ética situações ou fatos dos quais tenha tomado conhecimento e que se configurem como violações do Código de Ética e Conduta.

## Princípios Gerais

### 8.3. Comitê de Ética

- Subsidiar os gestores com informações sobre os procedimentos relativos ao Código de Ética e Conduta.
- Receber informações de denúncias de violações do Código de Ética e Conduta.
- Garantir o sigilo sobre as informações recebidas.
- Analisar e avaliar as violações do Código de Ética e Conduta, dando suporte à tomada de decisão.
- Encaminhar à Diretoria os casos mais graves de violações do Código de Ética e Conduta.
- Divulgar as ações e as medidas tomadas diante de violações do Código de Ética e Conduta.



## 9. Canal de Denúncias RIO

Em caso de sugestões, dúvidas ou denúncias de violações relacionadas ao conteúdo deste documento, deve-se agir da seguinte forma:

Se for um colaborador da RIO:

1. Procurar esclarecer ou resolver a questão com o seu superior imediato.
2. Caso o colaborador não se sinta à vontade em falar com o seu superior, procurar o Gente e Gestão.
3. Ou usar os canais de comunicação disponíveis (válido para colaboradores e para o público em geral que tem alguma ligação com a RIO):



**Contato telefônico:** 0800 721 9150  
Segunda a sexta, das 7 às 20 horas



**E-mail:** [canalrio@relatocondencial.com.br](mailto:canalrio@relatocondencial.com.br)  
A qualquer momento



**Website:** <https://relatocondencial.com.br/riosulense/>  
A qualquer momento, no site do Canal de Denúncias



**Caixa de Voz:**  
Dias úteis: disponível após às 20 horas  
Finais de semana e feriados nacionais: 24 horas

As informações e a identidade da pessoa que registrou a denúncia serão mantidas em sigilo. A RIO se compromete a não fazer qualquer tipo de retaliação a quem fizer qualquer tipo de denúncia. Será permitido o anonimato, mas ele não será estimulado. Denúncias irresponsáveis e vazias serão desconsideradas pelo Comitê de Ética.

Todos os casos serão levados ao Comitê de Ética, que vai apreciar, averiguar e investigar a situação bem como fazer as devidas recomendações, que serão validadas pela Diretoria da empresa, de acordo com a gravidade da questão.



### Comitê de Ética

O Comitê de Ética da RIO é independente e tem como finalidade a promoção, a orientação e a manutenção deste Código de Ética e Conduta.



### Penalidades

O não cumprimento deste Código poderá acarretar sanções e punições, que serão sugeridas pelo Comitê de Ética e podem variar de acordo com a gravidade da questão.



### Revisão do Código

O Código de Ética e Conduta da RIO será revisado e atualizado sempre que for necessário, de acordo com a avaliação do Comitê de Ética.

## Glossário

Este glossário tem como objetivo esclarecer termos e palavras utilizados no **Código de Ética e Conduta da RIO** que possam gerar dúvida.

**Análogo** – semelhante, correspondente.

**Assédio moral** – o assédio moral é uma conduta abusiva, intencional, frequente e repetida que ocorre no ambiente de trabalho e que visa diminuir, humilhar, vexar, constranger, desqualificar e demolir psiquicamente um indivíduo ou um grupo, degradando as suas condições de trabalho, atingindo a sua dignidade e colocando em risco a sua integridade pessoal e profissional.

**Assédio político** – constranger alguém com o intuito de obter vantagem ou favorecimento político por meio da imposição de uma visão de mundo ou de ideias políticas ligadas ou não a um partido, beneficiando-se da condição de superior hierárquico, ou mesmo entre pares, durante a jornada de trabalho ou fora dela. Será caracterizado assédio político quando houver

a continuidade de maneira reiterada e prolongada, tornando-se hábito cotidiano.

**Assédio religioso** – constranger alguém com o intuito de impor a outros, subordinados, superiores ou pares hierárquicos, a própria crença religiosa, divulgando de maneira inoportuna materiais, ideias, eventos ou cultos que possam ferir a liberdade de outros, durante a jornada de trabalho ou fora dela. Será caracterizado assédio religioso quando houver a continuidade de maneira reiterada e prolongada, tornando-se um hábito cotidiano.

**BOVESPA/CVM** – Bolsa de Valores do Estado de São Paulo: associação civil sem fins lucrativos com sede no estado de São Paulo. CVM: Comissão de Valores Imobiliários, autarquia federal com sede no Rio de Janeiro.

**Conflito de interesses** – existe conflito de interesse quando o indivíduo tem de optar entre promover os seus próprios interesses, os interesses da empresa ou os interesses de algum outro grupo. A fim de evitá-lo, os empregados precisam separar os seus interesses particulares dos negócios da empresa.

**Discriminação** – tratamento diferenciado dado aos indivíduos na contratação, remuneração, acesso à formação ou promoção, baseado em raça, cor, nacionalidade, religião, deficiência, gênero, idade, orientação sexual, filiação sindical ou política.

**EPI** – Equipamento de Proteção Individual.

**Escravidão Moderna** – o tráfico de pessoas envolve recrutar, abrigar ou transportar indivíduos em situação de exploração através do uso de violência, indução em erro ou coerção, e forçá-las a trabalhar contra sua vontade.

**Etnia** – a etnia representa a consciência de um grupo de pessoas que se diferencia dos outros. Esta diferenciação ocorre em função de aspectos culturais, históricos, linguísticos, raciais, artísticos e religiosos.

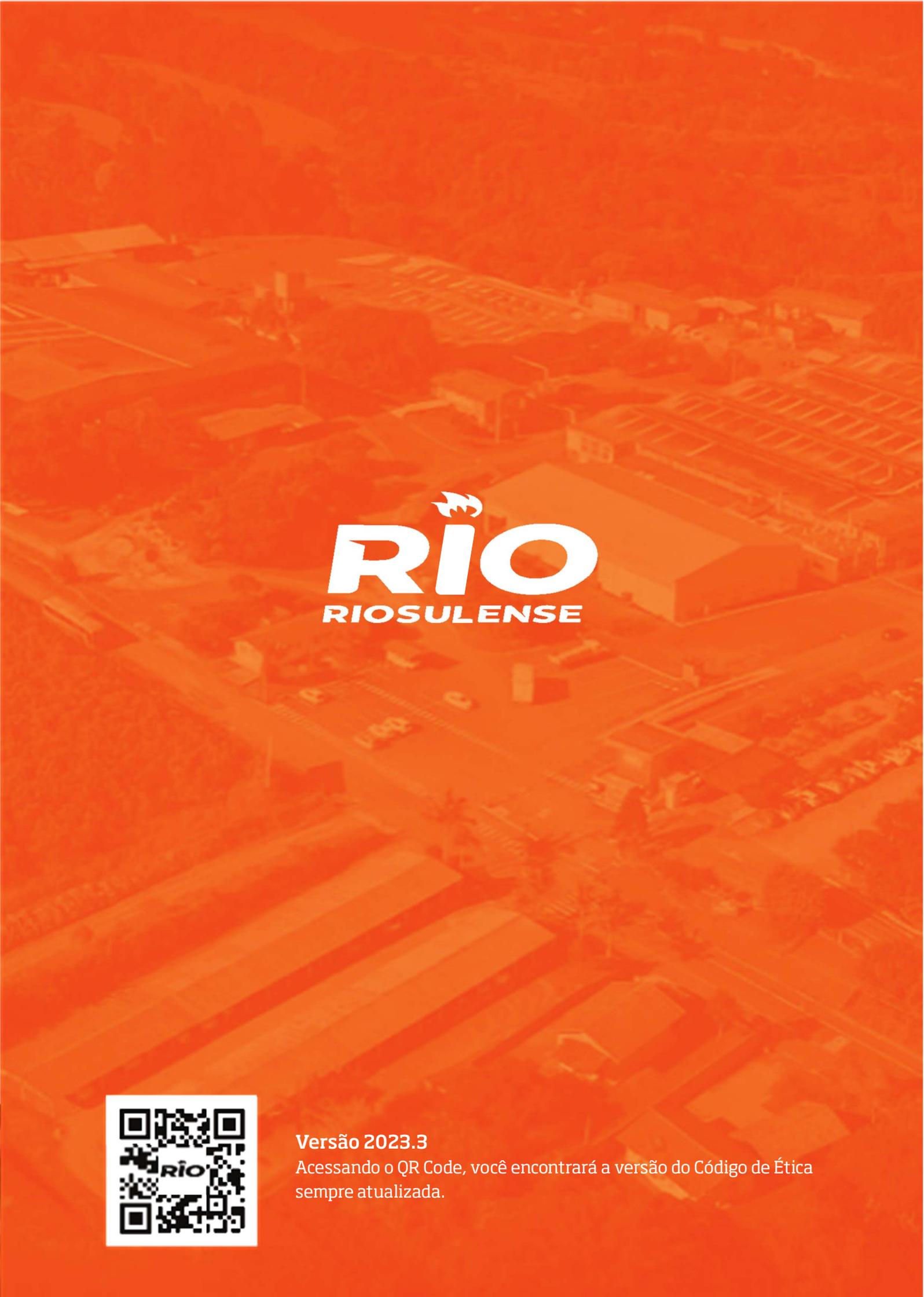
**Favorecimento** – caracteriza-se quando se apadrinha, protege, auxilia ou promove pessoas ou organizações apenas por amizade ou parentesco, sem que se considerem avaliações de aspectos profissionais e comportamentais.

**Hierarquia** – relação entre superiores e subordinados.

**Inerente** – inseparável, ligado à sua natureza. Ligado de modo íntimo e necessário: responsabilidade inerente a uma função.

**Perenidade** – o que dura para sempre ou por muito tempo.

**Trabalho Forçado** - consiste em qualquer trabalho ou serviço que uma pessoa é obrigada a fazer contra sua vontade, sob ameaças de punição, e para o qual ela não se voluntariou ou por muito tempo.



# **RIO**

**RIOSULENSE**



**Versão 2023.3**

Acessando o QR Code, você encontrará a versão do Código de Ética sempre atualizada.