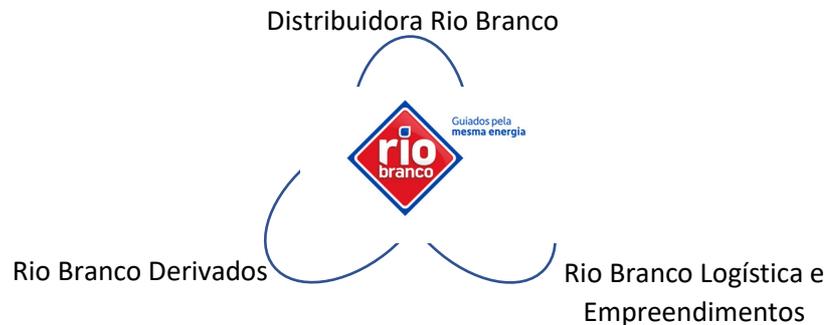


Código de Ética e de Conduta Grupo Rio Branco

Nosso negócio



Missão

Transparência e confiança no desenvolvimento de parcerias estratégicas para o fornecimento de energia.

Nossos Valores

O compromisso com a ética, respeito às pessoas, transparência, comprometimento, responsabilidade ambiental e social e excelência em servir nossos clientes.



Visão

Ser referência para nossos clientes em tudo que fazemos.

Para nossos clientes isso representa...

- *cumprimento de prazos*
- *qualidade superior do atendimento*
- *mais solidez aos negócios*

Para os nossos funcionários...

- *desenvolvimento e Valorização*
- *segurança*
- *orgulho*

Para a sociedade...

- *energia garantida*
- *qualidade do produto*
- *um futuro melhor para as pessoas pela geração de emprego e renda, incluindo-se aqui as ações sociais da Fundação Rio Branco*

Para o acionista...

- *retorno sobre o investimento*

Mensagem da Presidência

Desde o início de nossas atividades em 1970, com a abertura do Auto Posto Rio Branco, e posteriormente com a criação, em 1999, da Distribuidora Rio Branco, a empresa toma suas decisões pautadas por crenças, princípios e valores que formam o nosso alicerce corporativo. Esse alicerce é representado pela nossa missão, visão e valores.

Dessa forma, buscamos distribuir combustíveis com qualidade de serviço exemplar, por meio de relações transparentes e de confiança com nossos parceiros. Com efeito, essa busca permanente pela excelência, nos colocou em posição de destaque em diversos *rankings* das revistas: Valor Carreira (As melhores na gestão de pessoas), Anuário Época Negócios 360º e Anuário Melhores e Maiores da Exame.

Nossas políticas internas continuam a ser pautadas pela sustentabilidade e valorização do ser humano, gerando, como consequência, respeitabilidade e credibilidade frente aos clientes, parceiros e colaboradores.

Por outro lado, temos como desafio construir uma empresa competitiva. Isso vem se tornando um desafio cada vez maior a cada ano. Por isso, acreditamos que o comprometimento dos colaboradores com a gestão e o uso parcimonioso dos recursos contribui, ao mesmo tempo, tanto para a empresa, quanto para a formação de pessoas conscientes e para a melhoria da qualidade de vida.

Portanto, assumimos a responsabilidade de observar esse código de ética e de conduta, aplicando as revisões periódicas e divulgação necessária em toda a experiência dos nossos colaboradores, observando-o como a nossa pedra fundamental na condução dos negócios.

Fabio Rios
Presidente

Mensagem do Conselho de Administração

Este código de ética e de conduta traz descrições referentes à forma como exercemos nossos relacionamentos internos e externos, norteando as relações com nossos colaboradores, fornecedores, clientes, parceiros de negócio, governo em suas diferentes esferas e sociedade como um todo. Ele representa a nossa constituição nas relações éticas, morais, profissionais para todos os membros do Grupo Rio Branco independente de sua hierarquia, sendo eles sócios, diretores, gerentes, coordenadores, supervisores, analistas, assessores ou aprendizes, ou seja, todos os clientes internos (funcionários) em todas as unidades e empresas do grupo.

Após leitura e protocolo de recebimento, é esperado que todos coloquem em prática para o cumprimento desses princípios e espera-se dos líderes que eles sejam verdadeiros exemplos de conduta, realizando o devido acompanhamento e divulgação dessas práticas para com todas as partes relacionadas da empresa, sejam elas internas, ou externas.

Salvo Magno Moreira Só
Conselheiro Consultivo de Administração Grupo Rio Branco

Sumário

1. Premissas Éticas	6
2. Objetivo e abrangência	6
3. Princípios Gerais.....	6
4. Assédios.....	8
4.1 Assédio Moral.....	8
4.2 Assédio Sexual.....	8
5. Atitudes que não toleramos.....	8
6. Segurança, saúde e meio Ambiente.....	9
7. Uso de álcool, drogas, porte de armas, comercialização de mercadorias e conteúdo inadequado	9
8. Sigilo de informações e informações privilegiadas	10
9. Relações com públicos externos	11
10. Relações com clientes	11
11. Relações com concorrentes	11
12. Lei anticorrupção – relações com fornecedores e parceiros	12
13. Relações com órgãos governamentais e reguladores.....	13
14. Relações com a comunidade.....	13
15. Relações com a imprensa e publicidade	13
16. Relações com sindicatos, associações e entidades de classe	14
17. Brindes, presentes, cortesias, entretenimento e hospitalidade.....	14
18. Doações políticas.....	15
19. Relações internas	15
20. Conflitos de interesse e relação de parentesco	16
21. Conduta pessoal.....	16
22. Uso do patrimônio da empresa.....	16
23. Segurança da informação.....	17
24. Segurança e continuidade da atividade	17
25. Canal de comunicação.....	18
26. Administração do código.....	18
Termo de responsabilidade e compromisso	19

1. Premissas Éticas

Para alcançarmos um alto nível de padrão ético, não é suficiente conhecer a teoria, é necessário sentir, vivenciar inteiramente a situação, refletir, para só então agir com clareza.

Em nossa sociedade somos diariamente expostos a inúmeros dilemas éticos e situações controversas. Quando isso ocorrer, pergunte-se:

- a) Está de acordo com a lei?
- b) Está de acordo com as políticas e normas internas da empresa?
- c) Está de acordo com os nossos valores?

O Grupo Rio Branco se compromete não apenas a cumprir, mas a promover as melhores práticas em absoluto cumprimento com a legislação brasileira e internacional, expressos principalmente na Lei 12.846/2013, Decreto 8.420/2015 e Convenção das Nações Unidas contra a corrupção.

2. Objetivo e Abrangência

O presente código representa o seu compromisso com a ética e com uma conduta empresarial íntegra. É um mecanismo de Governança e deve servir como um guia para a conduta e decisões cotidianas de todos os envolvidos no dia-a-dia da empresa. Além disso, traz a forma correta de relatar conduta suspeita e/ou clara violação.

Esse código de ética é aplicável a todos os clientes internos: diretores, gerentes, coordenadores e colaboradores de uma forma geral, bem como membros do conselho da empresa e empresas afiliadas, além de terceiros que possuam qualquer tipo de relacionamento com as empresas do Grupo Rio Branco.

3. Princípios Gerais

Os mais altos padrões de integridade, confiabilidade e transparência requerem a conscientização de todos os clientes internos e todos os envolvidos na atividade empresarial. Convidamos e contamos com todos a não aceitar e a não conviver com atos antiéticos, inclusive reportando-os nos canais adequados, caso ocorram.

Destacamos que a imagem, reputação e integridade da empresa foram construídos e formados pelo comportamento e posturas de seus agentes internos. Entretanto, com o passar do tempo, novas pessoas vão se incorporando aos quadros, novas situações surgem e é necessário manter a vigilância, pois imagem e reputação são frágeis, levando

anos para construir e segundos para se desfazerem. Assim, o preço da manutenção e até melhoria dessa reputação e imagem é a obediência a esse código, bem como ao espírito das leis que regem a nossa sociedade. Sendo assim, convidamos a todos a agir dentro dos seguintes princípios gerais:

- a) Relacionar com os diferentes públicos com base no respeito, ética, transparência, seriedade, responsabilidade ambiental e social e comprometimento.
- b) Ter nos nossos processos negociais, a orientação pela transparência e a busca da veracidade das informações fornecidas para os parceiros.
- c) Ter nos relacionamentos internos e externos, o tratamento com dignidade e respeito.
- d) Ter a permanente preocupação com os impactos das ações do nosso negócio e nossas decisões com os públicos com os quais nos relacionamos.
- e) Ter na liderança formal a responsabilidade por assegurar que os princípios e diretrizes, definidos neste código, orientem permanentemente as decisões tomadas em suas respectivas áreas de atuação, bem como suas atitudes e comportamentos.
- f) Ter os colaboradores, o direito de obter esclarecimentos e manifestar sua preocupação sobre comportamentos impróprios no local de trabalho, quando considerados contrários às orientações contidas neste código.
- g) Buscar permanentemente, o aumento da eficiência, da produtividade e da competitividade, realizando um constante gerenciamento dos riscos, com o objetivo de assegurar retorno compatível com o capital investido pelos acionistas.
- h) Buscar a excelência em todas as atividades.
- i) Contemplar nas relações da RIO BRANCO com seus fornecedores, os interesses legítimos dos envolvidos, não sendo admitidas vantagens indevidas, práticas de concorrência desleal ou a criação artificial de situações de dependência da outra parte envolvida com os negócios da RIO BRANCO.
- j) Desempenhar, pelos colaboradores, outras atividades laborais somente na hipótese de que não gere incompatibilidade de horário, prejuízo ao seu desempenho profissional e que não conflite com os negócios e interesses da RIO BRANCO.
- k) Proteger e preservar os ativos da empresa contra o uso inadequado ou indevido, tratando-os com zelo e cuidado.
- l) Ter relações com governantes ou autoridades públicas baseadas na transparência, de forma a assegurar a construção de relações íntegras, contributivas e sustentáveis.

- m) Promover condições seguras de trabalho e iniciativas educacionais que ampliem a percepção e a sensibilidade de todos os profissionais em relação a esses temas.
- n) Não discriminar ou favorecer colaboradores em sistemas de avaliação de desempenho.
- o) Valorizar a diversidade e a inclusão social.
- p) Respeitar as diferenças e diversidades de condição étnica, religiosa, social, cultural, linguística, política, estética, etária, física, mental e psíquica, de gênero, de orientação sexual e outras.
- q) Ser agente de desenvolvimento, inserido no contexto social das comunidades onde a RIO BRANCO atua, através da FUNDAÇÃO RIO BRANCO.

4. Assédios

4.1 Assédio Moral

O assédio moral é um comportamento indesejado, discriminatório e repetitivo, ocorrido no trabalho (ou a ele relacionado de algum modo), que pode constranger alguém, sua dignidade, ou criar um ambiente desrespeitador, agressivo e/ou humilhante.

4.2 Assédio Sexual

O assédio sexual é todo comportamento inadequado de caráter sexual que pode ser demonstrado por ações, palavras ou qualquer tipo de comportamento ocorrido no trabalho (ou a ele relacionado de algum modo) constrangendo alguém, sua dignidade, ou criando um ambiente desrespeitador agressivo e/ou humilhante.

A Rio Branco não tolera qualquer forma de assédio tais como sexual, moral ou de qualquer outra natureza, tampouco situações que configurem desrespeito, intimidação ou ameaça no relacionamento entre os clientes internos independentemente de seu nível hierárquico.

Para evitar tal tipo de conduta, o RH da empresa responderá como canal de denúncia de quaisquer atos dessa natureza, bem como irá empreender campanhas de conscientização para prevenção desses atos.

Identificado e comprovado o ato, sua gravidade será avaliada e as sanções serão aplicadas conforme a gravidade, podendo ser uma advertência ou até mesmo a demissão do infrator.

5. Atitudes que não toleramos

- Insultos, xingamentos ou insinuações vexatórias;
- Atos que possam ser considerados desonestos;
- Desrespeito com os subordinados;
- Comportamento que demonstre qualquer forma de discriminação e/ou preconceitos de quaisquer espécies: racial, de gênero, de credo;

- Perseguição a qualquer tipo de pessoa por meio de ameaça explícita ou disfarçada pelo exercício arbitrário de uma posição de poder e
- Questões sexuais, praticadas mediante declarações não desejadas, carinhos ou manifestações não verbais de natureza sensual.

6. Segurança, Saúde e Meio Ambiente

A integridade física, a saúde dos clientes internos e a proteção ao meio ambiente são extremamente importantes para a empresa, sendo prioridades mesmo diante de questões econômicas ou de produção. É de responsabilidade de todos seguir as orientações sobre o tema, compartilhadas pelos meios de comunicação interna.

Devemos zelar pela saúde e integridade física dos colaboradores, sendo muito importante que todos assumam suas responsabilidades na prevenção a acidentes no ambiente de trabalho. Quando cuidamos da integridade física de nossas instalações e equipamentos técnicos, evitamos também possíveis riscos de acidentes.

É nosso dever adotar uma correta abordagem aos desafios ambientais, buscando constantemente o desenvolvimento de processos e tecnologias que não agridam o meio ambiente.

Assim, utilize o canal da segurança no trabalho para comunicar:

- Sinalizações inadequadas
- Risco em acessos
- Pessoas sem EPI necessários
- Procedimentos executados sem a prévia discussão dos aspectos de segurança
- Uso inadequado de equipamentos ou instalações
- Quaisquer situações de risco

O RH, o Marketing e o setor de Segurança no Trabalho promovem treinamentos, materiais e projetos que visam a sua segurança, saúde e preservação do meio ambiente. Participe e propague!

7. Uso de álcool, drogas, porte de armas, comercialização de mercadorias e conteúdo inadequado

É proibido o exercício da função, seja ela qual for, sob influência de álcool, bem como o uso de bebidas alcoólicas nas dependências da empresa.

Da mesma maneira, é proibido o uso e a permanência de pessoas em estado alterado pelo uso dessas substâncias nas dependências da empresa.

Armas de fogo também não serão permitidas no ambiente de trabalho, a não ser para funcionários ou terceiros que exerçam a função de vigilância e que sejam devidamente treinados para a função. Nesses casos, esses profissionais devem ser devidamente autorizados, tanto do ponto de vista legal, quanto funcional.

A comercialização de interesse particular fica proibida nas dependências da empresa, bem como a troca, armazenamento ou utilização de conteúdo obsceno, discriminatório, violento, pornográfico, difamatório ou racista que desrespeite o indivíduo e/ou a entidade.

8. Sigilo de informações e informações privilegiadas

A privacidade e a confidencialidade das informações da empresa, dos clientes e parceiros devem ser rigorosamente respeitadas.

Informações privilegiadas são dados relevantes sobre uma empresa que não podem ficar disponíveis ao público e devem ser tratadas com sigilo e rigor adequados.

informações produzidas no ambiente da empresa: todo trabalho técnico, redação, invento, ensaio ou projeto desenvolvidos para atender aos interesses da empresa, produzidos durante o período em que seu autor estiver prestando serviço, serão de propriedade única e exclusiva da Rio Branco.

São consideradas informações confidenciais: cadastros, dados técnicos sobre soluções e produtos, objetivos, estratégias, táticas, dados comerciais, orçamentos anuais, planejamento de curto e longo prazo, volume e condições de vendas, resultados de pesquisas, dados estatísticos, financeiros, contábeis, bem como quaisquer outras informações ou dados que estejam vinculados ou relacionados com o interesse da empresa ou seus clientes.

Todos os clientes internos têm o dever de preservar as informações e não as dividir com outros, inclusive colegas, a menos que seja por motivo legítimo de trabalho.

Cuidados especiais:

- *Ao término do expediente, guardar informações de clientes, da empresa, de fornecedores e terceiros em gavetas fechadas e/ou armários próprios para a guarda;*
- *Ter atenção ao descarte de papel, resguardando as informações de clientes e da empresa;*
- *Criar mecanismos de controle de acesso;*
- *Controlar acesso a arquivos eletrônicos;*
- *Não divulgar informações da empresa com nenhum propósito pessoal ou com benefícios próprios ou para terceiros;*
- *Formalizar uma política de segurança da informação onde constem todas as especificidades de sigilo e proteção da informação;*
- *As pessoas que possuem acesso a informações mais sensíveis, SAC e áreas técnicas assinam termo de responsabilidade civil e penal de sigilo de informações.*

É dever do cliente interno impedir acesso de quem quer que seja a informações de clientes e informações sensíveis da empresa.

É dever dos gestores assinar NDA (non-disclosure agreements ou acordos de confidencialidade) com terceiros que venham a ter acesso às informações internas. Esses acordos devem ser assinados pelo jurídico e lá devem ser arquivados.

9. Relações com públicos externos

A Rio Branco condena qualquer ato que possa restringir o comércio ou a livre concorrência, em especial práticas ilegais de formação de cartel, fraude em licitações ou abuso de poder.

Qualquer contrato abrangendo concorrentes deverá passar por análise de *compliance* pelo departamento jurídico.

É de responsabilidade de todos conhecer e utilizar as regras do programa de *compliance* de integridade, bem como reportar através do canal de ouvidoria, qualquer conduta duvidosa a que tenha conhecimento.

O departamento jurídico do Grupo Rio Branco é responsável pela gestão do *compliance* de integridade. Compliance significa alinhamento e obediência à lei. Essa função deve buscar a preservação da continuidade da operação, reprimindo práticas que coloquem em risco o trânsito de mercadorias ou que gerem multas e perda de competitividade da empresa.

Dessa forma, no caso de dúvidas de como agir, os clientes internos devem buscar apoio e orientação no departamento jurídico interno.

10. Relações com clientes

A Rio Branco acredita que a relação com o cliente deve ser pautada no espírito de parceria de longo prazo. Para que isso ocorra, **TODOS** os funcionários deverão atender aos clientes com cortesia, clareza, transparência, eficiência, respeito, objetivando atender as suas necessidades e expectativas, com alto nível de comportamento ético e profissional.

Deve ser evitado o tratamento preferencial a qualquer cliente por critérios pessoais, sentimentais ou interesse pessoal.

11. Relações com concorrentes

Acreditamos na concorrência leal e na competitividade exercida pelo pilar da qualidade e do controle de custos/eficiência.

Devemos evitar comentários não comprovados que possam ferir a imagem dos concorrentes, tais como boatos, rumores ou outras formas de comunicação que possam vir a prejudicá-los. Igualmente, não compactuamos com atitudes ilícitas de quem quer que seja. Portanto, se existirem informações devidamente comprovadas, devemos alertar aos parceiros sobre essas práticas, caso sejamos consultados.

É expressamente e terminantemente proibido passar informações estratégicas e de processos internos para concorrentes, a menos que o processo seja devidamente autorizado, por exemplo, num processo de benchmarking entre empresas.

Reportar à área jurídica qualquer situação imprópria de iniciativa do concorrente, por exemplo, a divulgação de informações concorrencialmente sensíveis, para conhecimento e providências.

12. Lei anticorrupção – relações com fornecedores e parceiros

Todos os funcionários devem ter ciência de que atos indevidos podem gerar impactos muito negativos para a Rio Branco, sendo vedado todo e qualquer tipo de corrupção. A Rio Branco tem um compromisso de transparência e honestidade com seus fornecedores, nos processos de compra e/ou contratação. Os critérios utilizados para isso são técnicos, profissionais, éticos e baseados nas melhores práticas de mercado e boa reputação dos fornecedores, objetivando o melhor retorno em termos de custo e qualidade.

É terminantemente proibido receber comissões, vantagens e presentes dos fornecedores, devendo ser comunicados à área jurídica, quaisquer oferecimentos dessa natureza.

É vedado a todos, no exercício de sua condição funcional, obter privilégios de preços ou de outra natureza, para aquisição de bens para uso pessoal, como também ter relação de emprego ou participação em sociedade que possam causar conflito de interesse nas relações negociais.

EXEMPLO: a) Não é permitido que um funcionário aceite qualquer presente (exemplos: uma garrafa de vinho, uma viagem, um perfume etc.) do sócio de um potencial fornecedor interessado em trabalhar com a Rio Branco.

A Rio Branco segue a Lei 12.846/13 e tem firmado junto aos seus fornecedores e prestadores de serviços este Código de Ética e Conduta, consolidando assim seus princípios e diretrizes a serem adotadas por todos os clientes internos nos relacionamentos e que esperam de seus fornecedores/prestadores de serviços.

Pessoas com exposição ou conflito de interesses não devem tomar decisões ligadas a preços, volumes de compra, volumes de venda etc.

Exemplo de conflito de interesse: a) ser funcionário da logística e ter caminhões de transporte de combustíveis; b) ser funcionário da área comercial e possuir posto ou ter parentes diretos que tenham posto.

13. Relações com órgãos governamentais e reguladores

A Rio Branco rejeita e proíbe o pagamento de benefícios em qualquer que seja a sua forma para quaisquer autoridades da administração pública direta ou indireta, nos três níveis de governo (municipal, estadual e federal).

Além disso, a Rio Branco, como empresa, não manifesta opiniões políticas sobre atos ou atitudes de quaisquer esferas de poder, reserva, contudo, o direito de seus funcionários de manifestarem-se livremente em seus canais de comunicação pessoais da forma como lhes convier e afasta qualquer possibilidade de que a opinião do funcionário em sua vida particular, seja a opinião da empresa.

Atenção especial se dá ao cumprimento das normativas da ANP e das leis, de forma a manter a absoluta conformidade legal.

Terceiros que prestem serviço para a Rio Branco que possam colocar em risco o cumprimento das normas e leis, devem ser cadastrados no jurídico e devem ser informados do compliance da empresa, para que respondam integralmente a quaisquer danos que possam ser causados à empresa.

A Rio Branco dará plenas condições e informações a terceiros, ou a quem quer que seja, para que o compliance com as leis e normativas sejam absolutamente cumpridos.

14. Relações com a comunidade

A Rio Branco respeita as comunidades e mantém um relacionamento civil e cortês com as mesmas. Assim, a Fundação Rio Branco, dentro de seus princípios, promove as práticas cultural e esportiva, bem como oportuniza a inserção social de crianças e adolescentes da comunidade.

Todas as ações da Fundação Rio Branco são precedidas de análise profunda dos potenciais beneficiários e do retorno para a própria comunidade.

15. Relações com a imprensa e publicidade

A Rio Branco tem o compromisso de disponibilizar informações precisas e transparentes de acordo com princípios éticos, obedecendo a legislação vigente de forma a manter a relação de confiança com os meios de comunicação e uma imagem positiva da empresa frente à opinião pública.

Assim, toda matéria publicada nos meios de comunicação e relacionadas à Rio Branco, devem passar pelo crivo da área de Marketing e, dependendo do caso, da diretoria executiva da empresa, com expressa autorização para sua veiculação.

Como de costume, ações de publicidade e propaganda seguem elevados padrões éticos e de transparência e respeitam os princípios já expressos nesse código em relação as partes relacionadas.

16. Relações com sindicatos, associações e entidades de classe

A Rio Branco reconhece os órgãos sindicais como representantes legítimos dos funcionários e busca manter com eles um relacionamento harmonioso, com o objetivo de negociar todas as reivindicações dos clientes internos em alinhamento com as estratégias da empresa. Ressalve-se, no entanto, a prerrogativa inalienável da Rio Branco em relacionar-se diretamente com seus funcionários, conduzindo todas as questões que envolvam as relações trabalhistas.

Reconhece também as associações e entidades de classe, legalmente constituídas, para manter diálogos de entendimentos para atender as necessidades das partes, buscando soluções adequadas.

O relacionamento com sindicatos e associações baseia-se em fatos e dados fundamentados sobre ética, integridade, transparência e informações realistas.

A Rio Branco se compromete a manter seus funcionários informados sobre os assuntos de seu interesse decorrentes das negociações.

17. Brindes, presentes, cortesias, entretenimento e hospitalidade

Não devem ser aceitos, nem oferecidos presentes, comissões ou quaisquer outras vantagens de caráter pessoal, oferecidos por qualquer entidade relacionada a Rio Branco, sejam clientes externos ou fornecedores, de forma direta ou indireta, valendo-se de seus cargos e funções, exceto ao que se refere a brindes institucionais de valor insignificante, como canetas, cadernos, copos, chaveiros e itens assemelhados, devendo conter o logotipo da empresa ofertante.

No caso de recebimento de brindes que excedam as características acima descritas, o beneficiado deve devolver imediatamente ao ofertante. Na absoluta impossibilidade de devolver o produto, a situação deve ser reportada para a área de Compliance (jurídico) para que o material tenha uma finalidade adequada.

Todo e qualquer convite para participar de cursos e congressos nacionais e internacionais, deverão ser aceitos somente mediante aprovação do diretor/gerente respectivo, juntamente com a área de Compliance.

É vedado o oferecimento de brindes, presentes, cortesias a qualquer pessoa externa a empresa, seja ela uma entidade pública ou privada, exceto os institucionais.

18. Doações políticas

Desde que não seja associado a qualquer das empresas do Grupo Rio Branco, o funcionário pode fazer doações a quem desejar, conforme sua própria orientação política.

A Rio Branco não interfere nessas questões, mas solicita ao funcionário que não associe suas preferências às empresas do Grupo Rio Branco.

Assim, as empresas do Grupo Rio Branco ficam proibidas de realizar pagamentos a título de gratificação ou oferecimento de quaisquer vantagens a funcionários públicos e/ou autoridades do governo para a agilização de serviços de rotina ou ações administrativas.

19. Relações internas

As relações internas são pautadas por transparência e respeito a todos os funcionários. Assim, a empresa define as diretrizes e avalia seus funcionários com base em resultados, exclusivamente pelo mérito, descartando qualquer tratamento especial a qualquer indivíduo.

Todos os programas de RH são formais e todos tem acesso às políticas de:

- Remuneração e benefícios
- Carreira e sucessão
- Avaliação de desempenho
- Contratação
- Desligamento
- Rotatividade
- Treinamento e Desenvolvimento

Todos os funcionários são ouvidos e suas demandas avaliadas conforme as políticas da empresa.

O trabalho é uma via de mão dupla. De um lado, a valorização do ser humano é pauta da empresa, mas de outro, a eficiência, o zelo pelo patrimônio, pelo uso dos recursos, a pontualidade e os resultados são obrigações do funcionário. Assim, considera-se que aquele que não age para gerar o melhor resultado pela empresa, dentro dos padrões éticos, não age com ética, pois recebe benefícios e não os retorna para a empresa prejudicando não somente à empresa, mas também seus colegas de trabalho.

Dessa forma, o clima organizacional deve ser harmonioso, o ambiente de trabalho produtivo e cada um deve exercer responsabilidade integral dos seus atos.

A Rio Branco mantém seus funcionários informados acerca do seu desempenho profissional e, de forma respeitosa, promove meios para a melhoria do desempenho.

20. Conflitos de interesse e relação de parentesco

O princípio geral que orienta o conflito de interesse determina que devemos evitar tais situações. Assim, um funcionário não deve contratar um parente que vá responder diretamente a ele(a), não deve contratar fornecedores que sejam parentes para fornecer bens e produtos para a empresa, não deve decidir sobre preços de venda se é dono de posto, não deve decidir por entregas se possui frota de caminhões, pois situações como essa colocam em risco a operação da Rio Branco e colocam o funcionário entre o seu interesse pessoal e o da empresa.

O simples indício de conflito de interesse gera sensação de injustiça interna, de privilégios e podem arruinar a própria imagem da organização.

Todos os casos assemelhados aos relatados acima devem ser comunicados à área de compliance (jurídico).

Todos os casos de parentesco devem ser informados ao RH para que se evite casos de subordinação direta.

21. Conduta pessoal

Quando um funcionário veste uma camisa da empresa ou dirige um veículo da empresa, ele passa a ser representante da empresa. Por esse motivo, redobrar cuidados com cortesia, educação, cuidado, evitando ainda exposições em mídias sociais, principalmente que possam ter cunho negativo.

Como os critérios aqui recomendados são positivos, aconselha-se a sua prática também na vida pessoal. Entretanto, o funcionário é livre para agir da forma como lhe convier, bem como por responder de forma pessoal por seus atos.

O funcionário também não pode ter atividades paralelas que prejudiquem a atividade de trabalho. Atividades são permitidas e respeitadas pela Rio Branco, desde que praticadas fora do horário de trabalho contratado pela empresa.

Apesar da Rio Branco respeitar a liberdade individual de cada funcionário, solicita aos mesmos que suas ações pessoais não sejam associadas à Rio Branco.

De forma geral, fica vedada a propagação de conteúdo ofensivo e/ou difamatório pelos funcionários da empresa.

22. Uso do patrimônio da empresa

Todo patrimônio da empresa deve ser usado para o fim a ele proposto, não devendo ser objeto de obtenção de vantagem pessoal de nenhuma espécie.

Os resultados do trabalho de natureza intelectual gerados no horário de trabalho e para a empresa pertencem à Rio Branco e não devem ser entregues para terceiros para obtenção de nenhuma vantagem.

Caso a empresa opte em trocar informações com outra empresa, as partes devem assinar um contrato, o qual deve ficar registrado no jurídico sendo que as mesmas devem trocar informações exclusivamente listadas para o interesse aprovado entre as partes e registrado no contrato.

23. Segurança da informação

A área de Tecnologia da Informação (TI) irá realizar backups diários e garantir que estejam fisicamente separados em mais de dois locais diferentes.

A TI deve rastrear o uso de ferramentas e softwares garantindo que os mesmos tenham licenças válidas para uso.

A TI deve promover treinamentos para assegurar o correto lançamento, armazenamento e controle das informações, detectando informações sensíveis e destacando os cuidados especiais com as mesmas.

Com os ataques de hackers às empresas, a TI deve garantir o uso de ferramentas adequadas para proteger a empresa de ataques externos e, quando não for possível, ter um plano de contingência para recolocar a empresa em operação rapidamente.

24. Segurança e continuidade da atividade

A Rio Branco trabalha para minimizar os riscos e promover o bem-estar de seus funcionários. Dessa forma, a empresa não recomenda a viagem de 3 (três) ou mais executivos da empresa com o mesmo meio de transporte cuja combinação coloque em risco a continuidade das atividades da empresa.

Além disso, cada executivo deve formar seu substituto imediato, atribuindo-lhe responsabilidades crescentes. Deve ainda tratar para que as informações, contratos e demandas sob seu controle sejam conhecidas por outros.

Da mesma forma as férias devem ser programadas de forma a sempre haver cobertura por outro funcionário, não sendo admissível que um setor ou atividade da empresa seja prejudicada porque todos exerceram férias no mesmo período.

25. Canal de comunicação

O canal de comunicação da Rio Branco tem por objetivo receber quaisquer reportes ou dúvidas relacionadas aos assuntos contidos nesse código.

Assim, se você tiver alguma pergunta ou relato de não conformidade a fazer, entre em contato pelos seguintes meios:

Telefone: +55(34) 99173-0347

Site: www.riobrancopetroleo.com.br (clique na aba ouvidoria)

e-mail: ouvidoria@riobrancopetroleo.com.br

Seu contato pode ser feito de forma identificada ou anônima. Não haverá retaliação de qualquer espécie e o sigilo será garantido.

26. Administração do código

A diretoria e o conselho de administração têm como responsabilidade aprovar o presente código. Sugestões de melhoria poderão ser encaminhadas para a área de compliance no e-mail: compliance@riobrancopetroleo.com.br.

O não cumprimento do presente código será interpretado como conduta inadequada e será tratado como um tema sério, podendo ser objeto de medidas disciplinares. A reincidência no descumprimento ao código será motivo de demissão.

As violações serão apresentadas e analisadas pelo gestor imediato e levadas para a consideração do setor de compliance e ouvidoria, que poderão recomendar a redução, eliminação ou ampliação da penalidade.

Termo de responsabilidade e compromisso

Declaro que li e entendi o conteúdo do Código de Ética e de Conduta da Rio Branco, disponível na intranet e no website da empresa. A assinatura deste termo demonstra meu compromisso de cumprir integralmente com o referido código.

Nome: _____ Data: __/__/__

Assinatura

Obs.: Assinado, esse termo fica arquivado no dossiê funcional do funcionário.