# POLÍTICA DE BRINDES, PRESENTES E HOSPITALIDADES

# CONTROLE DA REVISÃO

| Data de revisão | N° da revisão | N° da página | Descrição da revisão | Responsável |
|---|---|---|---|---|
| 27/04/18 | 00 | | Criação do documento | Maria José Souza |
| 01/06/19 | 01 | | Revisão do documento | Maria José Souza |
| 22/08/22 | 02 | | Revisão do documento | Maria José Souza |
| 02/07/24 | 03 | 13 | Adequação documento para o padrão definido e alteração dos aprovadores | Robson Pereira |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

| Código Documento | Revisão Atual | Data |
|---|---|---|
| POL.CT.002.003 | 003 | 02/07/2024 |

SUMÁRIO


1. OBJETIVO..... 04

2. CAMPO DE APLICAÇÃO..... 04

3. REFERÊNCIAS..... 05

4. DEFINIÇÕES..... 05

5. DIRETRIZES GERAIS..... 06

6. DIRETRIZES COMPORTAMENTAIS..... 07

6.1 VANTAGENS INDEVIDAS..... 07

6.2 FREQUÊNCIA..... 08

6.3 BRINDES..... 08
6.3.1 SOLICITAÇÃO DE BRINDES..... 08
6.3.2 OFERTA..... 08
6.3.3 RECEBIMENTO..... 09
6.3.4 RECEBIMENTO DE BRINDE DE AGENTES PÚBLICOS..... 09

6.4 PRESENTES..... 09
6.4.1 RECEBIMENTO E ENTREGA DE PRESENTES..... 09
6.4.2 RECEBIMENTO E ENTREGA DE PRESENTES DE AGENTES PÚBLICOS..... 10

6.5 HOSPITALIDADES..... 10
6.5.1 RECEBIMENTO E ENTREGA DE HOSPITALIDADES..... 10
6.5.2 RECEBIMENTO E ENTREGA DE HOSPITALIDADES DE AGENTES PÚBLICOS. 11

6.6 PREMIAÇÕES..... 11
6.6.1 ENTREGA DE PREMIAÇÕES..... 11

7. CANAL DE DENÚNCIAS..... 12

8. POLÍTICA DE CONSEQUÊNCIAS..... 12

## 1. OBJETIVO

Esta Política estabelece diretrizes complementares ao Código de Ética, com o objetivo de orientar, auxiliar e assegurar que todos os seus colaboradores cumpram a legislação vigente quanto a receber ou ofertar brindes, presentes, eventos, hospitalidade e outros benefícios, prevenindo e combatendo práticas que conflitem interesses e que possam caracterizar suborno ou corrupção, adotando-se para tal os mais elevados padrões de integridade, legalidade ética e transparência.

Nossa política de brindes, presentes, eventos e hospitalidades busca, em primeiro lugar, identificar, prevenir e reduzir o risco de ocorrência de violações específicas das Leis Anticorrupção, em segundo lugar, treinar seus colaboradores, em especial as áreas mais sensíveis a eventuais situações que possam caracterizar práticas que influenciem decisões, suborno e corrupção, além de oferecer mecanismos para que a organização possa rapidamente detectar e adotar procedimentos que coíbam tais condutas.

## 2. CAMPO DE APLICAÇÃO

Faz parte dos valores da RIVELLI conduzir seus negócios com honestidade e integridade. O cumprimento desta Política é vital para manter a reputação em seus negócios e atividades, razão pela qual não há qualquer tolerância em relação a qualquer prática proibida. Assim, a presente Política de Brindes, Presentes, Eventos e Hospitalidade deverá ser interpretada em conjunto e de forma complementar ao Código de Conduta e Ética, à Política Anticorrupção e à legislação aplicável.

A presente Política se aplica a todos os colaboradores, diretores, gerentes, e, em geral, a todas as pessoas que fazem parte da organização, independentemente do cargo ou função que ocupem, inclusive a alta administração. Sua aplicação se estende aos estagiários, aprendizes e trainees, aos prestadores de serviço, fornecedores, parceiros de negócios, consultores e terceiros, assim como os nossos concorrentes, órgãos públicos e entidades com as quais a Rivelli tenha algum tipo de interação, e a qualquer outra parte que mantenha relação com a RIVELLI, sejam pessoas físicas ou jurídicas, com ou sem fins lucrativos, de forma a tornar-se um padrão de relacionamento interno e com o seu público de interesse.

## 3. REFERÊNCIAS

- Código de Ética e Conduta;
- Lei Anticorrupção Brasileira (12.846/13);
- Código Penal (Decreto Lei 2.848, de 07/12/1940);
- Lei de Licitações e Contratos (Lei 8.666, de 21/06/1993);

## 4. DEFINIÇÕES

**Administração pública:** conjunto de serviços e órgãos instituídos pelo Estado com o objetivo de fazer a gestão da sociedade, podendo ser através de educação, saúde, segurança, cultura, lazer e etc.;

**Agente econômico:** Agentes econômicos são quaisquer pessoas físicas ou jurídicas (empresa privada ou pública, com fins lucrativos ou não, indústrias, comércio, profissional liberal, etc.) que participem como sujeitos da atividade econômica, atuando isolada ou coletivamente e organizado formalmente ou não;

**Agente Público:** todo aquele que exerce, ainda que transitoriamente ou sem remuneração, por eleição, nomeação, designação, contratação ou qualquer outra forma de investidura ou vínculo, mandato, cargo, emprego ou função na administração direta, indireta ou fundacional de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal, dos Municípios, de Território, de empresa incorporada ao patrimônio público ou de entidade para cuja criação ou custeio o erário haja concorrido ou concorra com mais de cinquenta por cento do patrimônio ou da receita anual.

**Brindes:** itens sem valor comercial distribuídos a título de cortesia, propaganda ou divulgação habitual e que devem conter o logotipo da RIVELLI ou do terceiro que conceder brindes aos colaboradores da RIVELLI, independente do seu nível hierárquico;

**Código Penal (Decreto Lei 2.848, de 07/12/1940):** determina as sanções referentes à pessoa física;

**Entretenimento:** significa as atividades ou eventos que tenham como principal fim proporcionar lazer aos seus participantes;

**Hospitalidade:** significa os deslocamentos (aéreos, terrestres e/ou marítimos), alimentação, hospedagens, entretenimentos;

**Lei de Improbidade Administrativa (Lei 8.429 de 02/06/1992):** dispõe sobre as sanções aplicáveis aos agentes públicos nos casos de enriquecimento ilícito no exercício de mandato, cargo, emprego ou função na administração pública direta, indireta ou fundacional;

**Premiações:** recompensa feita periodicamente em razão de envolvimento diferenciado com a RIVELLI, produtividade alta ou atingimento de metas, que tenham intuito motivacional, gerando aumento significativo na qualidade dos serviços.

**Presentes:** itens que possuam valor comercial e que não se enquadram na definição de brindes;

**Terceiros:** significam toda e qualquer pessoa física ou jurídica não pertencente à RIVELLI, com ou sem vínculo comercial: clientes, fornecedores, agentes públicos, políticos, representantes de entidade de classe, sindicatos, instituições, ONG'S, universidades, etc.

**Vantagem indevida:** significa qualquer benefício ou privilégio que não esteja em conformidade com as práticas íntegras e éticas estabelecidas no Código de Conduta e Ética da RIVELLI.

## 5. DIRETRIZES GERAIS

Oferecer e receber brindes, presentes e hospitalidades é prática comum, considerada uma cortesia nas relações comerciais, o que simboliza apreço, gentileza e reforço da marca, desde que tal prática se dê de forma ética, em conformidade com as previsões legais e apropriada às mais diversas situações.

Ocorre que em determinadas situações, a oferta ou o recebimento de brindes, presentes, eventos e hospitalidades **podem configurar como reivindicações de favorecimento, gerando expectativas e percepções, sujeitando-se à caracterização de suborno, corrupção e conflito de interesses**.

Nas situações em que exista a expectativa ou a intenção de obtenção de vantagens indevida ou influenciar de maneira imprópria a terceiros ou agentes públicos, a RIVELLI declina qualquer conduta que possa caracterizar privilégios, suborno ou corrupção, independentemente do valor ou da natureza do que for ofertado ou recebido.

A RIVELLI não tolera ou aceita qualquer favorecimento de terceiros ou agentes públicos em troca da execução de ato inerente à suas funções e também não facilita, qualquer ato abusivo que possa ser entendido como influência real ou presumida.

Qualquer ato de suborno ou corrupção praticado, em qualquer nível hierárquico de nossa empresa será considerado infração direta e gravíssima ao Código de Conduta e Ética da RIVELLI, sem prejuízo das punições previstas na legislação brasileira.

## 6. DIRETRIZES COMPORTAMENTAIS

### 6.1 VANTAGENS INDEVIDAS

Para que seja possível entender se determinada vantagem é indevida, se faça as seguintes perguntas não exaustivas:

**A oferta ou aceite da vantagem pode infringir a Lei, o Código de Conduta e Ética, esta Política ou a Política Anticorrupção?**

**A vantagem recebida é capaz de influenciar minha capacidade de tomar decisões imparciais?**

**A oferta ou aceite da vantagem poderá gerar a expectativa de que algo seja concedido em troca?**

**Caso a situação desta oferta/recebimento fosse reportada ao público externo – uma matéria de jornal, por exemplo – poderia ser mal interpretada pelos meus colegas, superiores e opinião pública?**

Se você respondeu "não" a todas as perguntas acima elencadas, é possível que não se configure uma vantagem indevida. Ainda assim, consulte seu superior imediato, o departamento jurídico ou o setor de Compliance da RIVELLI para verificar se a vantagem é devida ou indevida.

| EXEMPLOS DE VANTAGENS INDEVIDAS |
|---|
| • Oportunidades de negócios em troca de favorecimentos<br>• Oferecer/receber emprego em troca de favorecimentos<br>• Oferecer/receber brindes, presentes e hospitalidades que não estão em conformidade com esta Política |

| EXIGIDO – O QUE FAZER |
| --- |
| • Caso os colaboradores estejam em alguma situação de recebimento de vantagens em desacordo com as diretrizes desta Política, do Código de Conduta e Ética e legislações pertinentes, deverão informar imediatamente à Área de Compliance para que sejam recomendadas as ações cabíveis. |

**6.2 FREQUÊNCIA**

Esses atos não devem ocorrer de forma habitual para o mesmo colaborador ou indivíduo, agente público ou não. Para os fins desta Política, será considerado habitual a oferta/recebimento de brindes, presentes e hospitalidades superior 02 (duas) vezes em um período de 12 (doze) meses. Se isso ocorrer, o colaborador deverá comunicar ao superior imediato e/ou à área de Compliance, para análise da situação e recomendações por ventura necessárias.

**6.3 BRINDES**

**6.3.1. SOLICITAÇÃO DE BRINDES**

Apenas os colaboradores relacionados abaixo podem solicitar brindes para entrega:

• Acionistas;

• Presidente;

• Diretores;

• Gerentes.

**6.3.2. OFERTA**

Para a entrega de brindes, deverão ser considerados os seguintes pontos:

• Considerar a ocasião, o objetivo, a intencionalidade, o perfil do público e o recurso disponível;

• Não obter nenhum tipo de benefício;

• Visar ao fortalecimento da marca com os diferentes públicos;

• Não distribuir brindes aleatoriamente, evitando banalizar a iniciativa;

• A oferta de brindes institucionais deverá ser avaliada e definida pela área de Compliance, seguindo as orientações descritas.

• Em qualquer hipótese de oferecimento de brindes ao Poder Público deve ser analisada a legislação respectiva limitadora de recebimento pelos agentes públicos.

**6.3.3. RECEBIMENTO**

É permitido receber brindes de terceiros, sem valor comercial, de preferência que contenham a logomarca do ofertante, cujo objetivo do brinde ofertado seja a propaganda, fortalecimento da marca, desde que observadas as definições aqui já estabelecidas e a frequência do recebimento.

| EXEMPLOS DE BRINDES PERMITIDOS |
|---|
| • Bonés<br>• Canetas, lápis e demais itens de escritório<br>• Calendários, agendas, livros e afins<br>• Pen drives<br>• Garrafas, canecas, squeezes e afins<br>• Camisetas |

**6.3.4. RECEBIMENTO DE BRINDES DE AGENTES PÚBLICOS**

**Brindes não devem ser recebidos de agentes públicos em nenhuma hipótese**, a fim de evitar qualquer aparência de improbidade ou embaraço público, em caso de oferecimento, o Comitê de Ética deverá ser consultado.

**6.4 PRESENTES**

**6.4.1. RECEBIMENTO E ENTREGA DE PRESENTES**

Se houver o oferecimento do presente, o colaborador deverá agradecer a cordialidade, recebê-lo e enviar ao Comitê de Ética para análise do presente recebido. Verificando-se que o presente apresenta risco de configurar uma vantagem indevida ou uma potencial influência na decisão do colaborador o presente recebido será sorteado entre todos os colaboradores, ou doado para entidades carentes.

### 6.4.2. RECEBIMENTO E ENTREGA DE PRESENTES DE AGENTES PÚBLICOS

Presentes não devem ser recebidos de agentes públicos ou ofertados em nenhuma hipótese, a fim de evitar qualquer aparência de improbidade ou embaraço público.

## 6.5 HOSPITALIDADES

### 6.5.1. RECEBIMENTO E ENTREGA DE HOSPITALIDADES

Para fins desta Política entende-se por:

| HOSPITALIDADE DE CARATER SOCIAL |
|---|
| • Teatro, ópera e concertos;<br>• Atividades e eventos esportivos e quaisquer outras atividades ou eventos similares;<br>• Fornecimento de comidas e bebidas no contexto de uma reunião comercial, discussão ou evento. |

| HOSPITALIDADE DE CARATER TÉCNICO |
|---|
| • Evento técnico: feiras, seminários, eventos, congressos, apresentações e outros com objetivo técnico, ligado à atividade fim do colaborador.<br>• Hospitalidades dadas a terceiros ou associados comerciais são permitidas somente se as despesas estiverem diretamente ligadas à promoção de serviços da RIVELLI.<br>• Hospitalidades de caráter técnico, recebidas de terceiros ou associados comerciais são permitidas somente se as despesas estiverem diretamente ligadas à atividade fim da RIVELLI. |

| PROIBIDO – O QUE NÃO FAZER |
|---|
| Ofertar ou receber a hospitalidade<br>• Em troca de alguma forma que resulte em danos à reputação da empresa.<br>• Se as circunstâncias puderem potencialmente ser interpretadas como influência de uma ação ou decisão a fim de garantir uma vantagem comercial para a RIVELLI; |

### 6.5.2. RECEBIMENTO E ENTREGA DE HOSPITALIDADES DE AGENTES PÚBLICOS

Hospitalidades não devem ser recebidos de agentes públicos ou ofertados em nenhuma hipótese, a fim de evitar qualquer aparência de improbidade ou embaraço público.

## 6.6 PREMIAÇÕES

### 6.6.1. ENTREGA DE PREMIAÇÕES

Para fins desta Política entende-se por premiações a entrega de bens ou incentivos que tenham por intuito o reconhecimento motivacional para aqueles que realizam trabalhos de excelência, superando os resultados esperados.

A inclusão de premiação de visa a incentivar os colaboradores demonstrando que os responsáveis pela RIVELLI estão atentos aos resultados e reconhecem os esforços e a dedicação de seus colaboradores.

Por isso, a RIVELLI investe em campanhas de incentivo e bonificações, jamais incentivando o alcance de metas impossíveis de serem alcançadas, sempre preservando a ética e a transparência, bem como o reconhecimento daqueles que fazem parte de nossa organização.

| PREMIAÇÕES |
|---|
| • O incentivo ao aprimoramento profissional, caracterizado pelo pagamento de bolsas de estudos, de cursos, palestras e congressos, desde que envolvam a área de atividade do colaborador;<br>• A concessão de viagens de recompensa pelo atingimento de metas, melhoria da produtividade ou destaque na área de atuação;<br>• A entrega de bens móveis, como televisores, refrigeradores, computadores, dentre outros, em situações de atingimento de metas, melhoria da produtividade ou destaque na área de atuação; |

| PROIBIDO – O QUE NÃO FAZER |
|---|
| Não é permitido o oferecimento de premiações nos seguintes casos:<br>• Em troca de alguma forma que resulte em danos à reputação da empresa;<br>• A agentes públicos, de qualquer esfera da Administração;<br>• A agentes políticos e a pessoas politicamente expostas. |

## 7. CANAL DE DENÚNCIAS

A suspeita de qualquer atividade realizada em desacordo com esta Política, ao Código de Ética ou com a legislação aplicável e vigente à época da atividade, deverá ser imediatamente informada no Canal de Denúncia, em caráter totalmente sigiloso:

| TIPO | DESCRIÇÃO |
|---|---|
| Site | http://rivelli.ind.br/denuncia/ |
| Sistema Físico de Urnas de Denúncia | Os relatos poderão ser feitos por meio do preenchimento de formulário específico e depositado nas Urnas de Denúncia, disponibilizadas em todos os banheiros nas dependências da Rivelli |

A RIVELLI não tolera qualquer retaliação ao Colaborador ou Terceiro que, de boa-fé, utilizou o Canal de Denúncias, procurou o Comitê de Ética, reportou ou se recusou a contribuir em qualquer atividade que violasse o presente procedimento.

## 8. POLÍTICA DE CONSEQUÊNCIAS

A RIVELLI não tolera violações a esta política. Qualquer violação será tratada com a seriedade devida e as seguintes medidas podem ser aplicadas, sem prejuízo das sanções legais que possam ser aplicadas:

- Advertência verbal (somente para violações leves de Compliance);
- Advertência escrita;
- Suspensão;
- Readequação de atividades;
- Demissão.

O processo disciplinar poderá ser invocado central ou localmente, dependendo do nível do infrator, da natureza da violação e de eventual reincidência. Todo Colaborador ou terceiro que cometer violação terá de se submeter a treinamento de recuperação em Compliance.

| ELABORAÇÃO | REVISÃO | APROVAÇÃO |
|---|---|---|
| **Robson da Silva Pereira**<br>Gerente de Controladoria e Compliance | **Robson da Silva Pereira**<br>**Juciara Karla Gualberto Alves**<br>Membros do Comitê | **Paulo Richel Neto**<br>**Juliana Gomes Silva Guimarães**<br>**Vinícius Soares Rodrigues**<br>Diretoria |
| Robson da Silva Pereira | Robson da Silva Pereira<br>Juciara Karla Gualberto Alves | PAULO RICHEL NETO:18656454862<br>Assinado de forma digital por PAULO RICHEL NETO:18656454862<br>Dados: 2024.07.04 11:06:42 -03'00'<br><br>JULIANA GOMES SILVA GUIMARAES:01555363628<br>Assinado de forma digital por JULIANA GOMES SILVA GUIMARAES:01555363628<br>Dados: 2024.07.04 15:18:18 -03'00'<br><br>VINICIUS SOARES RODRIGUES:04578318630<br>Assinado de forma digital por VINICIUS SOARES RODRIGUES:04578318630<br>Dados: 2024.07.04 09:36:46 -03'00' |