

REGULAMENTO INTERNO SOBRE A PARTICIPAÇÃO NOS LUCROS OU RESULTADOS

Ano 2022

Pelo presente instrumento, de um lado,

Souza Cruz LTDA, pessoa jurídica de direito privado, com endereço na AV FREDERICO AUGUSTO RITTER, 8000, EDIF 80 E 20 SMD, CEP: 94.970-470, CACHOEIRINHA, RS, inscrita no CNPJ/MF sob o Nº 33.009.911/0047-11, neste ato representada pelo seu Gerente, Sr. RAFAEL PEDRALI, doravante referida como EMPRESA;

E, de outro lado,

SIVEVI-RS - SINDICATO DOS EMPREG VEND E VIAJ DO COM NO ESTADO DO RS, com sede à Rua Marcílio Dias - lado par, 824 - Menino Deus, Porto Alegre/RS, CEP: 90.130-000, inscrito no CNPJ sob nº 92.997.394/0001-12, neste ato representado pelo(a) Sr(a). JOAO MANOEL GONCALVES, subscreve o presente termo, para representa-los;

Considerando que a matéria foi devidamente regulamentada através das Leis 10.101 de 19/12/2000 e 12.832 de 20/06/2013, em conformidade com o inciso XI do artigo 7º da Constituição Federal;

As partes decidem convencionar, conforme determina o artigo 2º da referida Lei, a forma de participação dos empregados nos lucros ou resultados da Souza Cruz, concordando em levar em conta os seguintes parâmetros e critérios para, por tempo certo e ajustado, criar regras e mecanismos que possam tornar efetiva mais essa antecipação no campo social.

1. DOS PARÂMETROS E CRITÉRIOS

1.1. - Os Parâmetros, Critérios, Regras e Mecanismos aqui definidos foram acordados através de livre negociação direta, realizada entre **SINDICATO** e **EMPRESA**, o que tornou possível a criação da melhor forma de participação dos empregados nos ganhos econômicos resultantes da produtividade no trabalho.

1.2 - Concordam as partes que esse avanço no campo social favorece a integração dos empregados na vida e no desenvolvimento do departamento a que pertencem.

1.3 - Existe plena concordância de que o empregado passa a interessar-se mais pelo resultado do departamento, do qual se beneficia. Consequência imediata é que este torna-se mais eficiente, mais produtivo e com maior vantagem competitiva.

1.4 - Em consonância com o texto constitucional vigente, bem como com o artigo 3º da Lei nº 10.101, de 19 de Dezembro de 2000, a mencionada participação é desvinculada da remuneração, de sorte que os valores auferidos pelos empregados a esse título não se incorporam ao salário para qualquer efeito, não constituindo, por conseguinte, base de incidência de qualquer encargo trabalhista ou previdenciário, não substituindo ou complementando a remuneração devida a qualquer empregado, não se lhe aplicando o princípio da habitualidade.



1.5 - As regras e mecanismos criados para atender o presente benefício devem ser claros e objetivos, acessíveis a todos os empregados, facilitando o controle e acompanhamento por parte dos mesmos. Portanto, os métodos de aferição dos resultados devem ser palpáveis, criando a possibilidade de o empregado participar/influenciar e, sobretudo, contribuir para a sua melhoria.

1.7 - Concordam, **SINDICATO e EMPRESA**, que o controle e acompanhamento, por parte dos empregados, são importantes para a eficácia do sistema. Objetivando atender ao aqui exposto, as partes estabelecem que o instrumento adequado de aferição são os relatórios internos, entendido como os relatórios demonstrativo dos resultados atingidos, durante o período de apuração. Os referidos relatórios deverão ser amplamente divulgados entre os empregados envolvidos, para que possam fazer o devido acompanhamento.

1.8 - Fica estabelecido, para fins de definição da participação, que devem ser considerados os fatores constantes nos **anexos** que influenciam nos ganhos econômicos das áreas de Vendas – Vendedores e Consultores Comerciais.

2 . DAS REGRAS E MECANISMOS

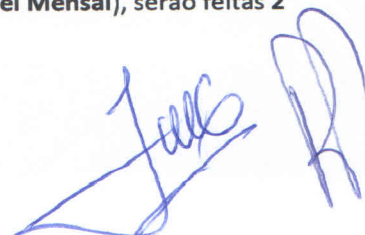
2.1 – Aos empregados **Vendedores e Consultores Comerciais** participantes do **Sistema de RVM (Remuneração Variável Mensal)** fica determinado que a vigência da presente regulamentação disciplinadora da Participação nos Resultados é de 01 (um) ano, ou seja, de 1º de Janeiro de 2022 até 31 de Dezembro de 2022, estando expressamente entendido que haverão 2 (duas) apurações de resultados, conforme abaixo:

Apuração	Período Avaliado	Mês de Pagamento
Semestral	01/01/2022 à 30/06/2022	Setembro/2022
Semestral	01/07/2022 à 31/12/2022	Março /2023

2.2 - A referida participação está condicionada à ocorrência de determinados resultados, ficando, no entanto, entendido que o valor máximo, para o período de vigência, está limitado ao equivalente a:

2.2.1 Para os Empregados Vendedores e Consultores Comerciais - Sistema de Remuneração RVM (Remuneração Variável Mensal): de até 50% do salário na apuração do mês de Setembro/2022 e de até 50% do salário na apuração do mês de Março/2023, entendido esse como o Salário Base do Empregado sem acréscimo de qualquer natureza.

2.3 - Fica expressamente ajustado que, durante todo o exercício, para os **Empregados Vendedores e Consultores Comerciais - Sistema de Remuneração RVM (Remuneração Variável Mensal)**, serão feitas 2



(duas) apurações de resultados, nos meses de **Setembro/2022 (resultados do primeiro semestre) e Março/2023 (resultados do segundo semestre)**.

2.4 - A liquidação Para os Empregados Vendedores e Consultores Comerciais - Sistema de Remuneração RVM (Remuneração Variável Mensal) ocorrerá, respectivamente, no meses de **setembro/2022 e março/2023** e o valor, no caso de aferição de resultado positivo, poderá variar de 0% (zero por cento) até 50% (cinquenta por cento) do salário, em cada apuração, do Salário Base do empregado, de acordo com os critérios aqui definidos. Fica, no entanto, definido que, em caso de resultado negativo no período, isto é, abaixo do mínimo aceitável, conforme expressamente indicado na tabela de pontuação, nenhum valor será pago ao empregado a título de participação nos resultados.

2.5 - O valor a ser pago em setembro/2022 e março/2023, exclusivamente, para os Empregados Vendedores - Sistema RVM (Remuneração Variável Mensal) e Consultores Comerciais será calculado com base no resultado da soma da pontuação média do conjunto dos fatores definidos no anexo I e enquadrado nas tabelas, conforme o caso, a fim de identificar o percentual que deverá incidir sobre o salário base de todos os empregados abrangidos por este Regulamento, calculando-se dessa forma a participação de resultados a que terão direito.

2.6 - Os empregados que estiverem com contrato suspenso por afastamento pelo INSS durante todo o período de apuração, não terão direito ao PNR.

2.7 - Os empregados que estiverem em Licença Sem Vencimentos e Auxílio-Doença que não tenham trabalhado o período integral, terão direito à participação proporcional a razão de 1/12 (um doze avos) por mês trabalhado, considerando-se a fração igual ou superior a quinze dias no mês, como mês completo de trabalho.

2.8 - Os empregados que estiverem afastados por Acidente do Trabalho por todo o período de apuração (12 meses) não receberão PNR, porém, caso trabalhe ao menos 01 mês no ano de apuração, receberá o PNR de forma integral.

2.9 - As empregadas ativas no início de vigência desse regulamente que estejam em licença maternidade na data do pagamento receberão PNR de forma integral.

2.9.1 – Aquelas que sejam admitidas no curso do período de apuração e esteja em licença maternidade na data do pagamento terão direito à participação proporcional a razão de 1/12 (um doze avos) a partir do mês de sua admissão.

2.10 - O pagamento do PNR será realizado considerando o resultado da alocação do empregado na folha de pagamento dos meses de junho e dezembro de 2022, respectivamente.

2.11 - Não terão direito a receber ao pagamento da participação nos resultados os empregados demitidos por Justa Causa e os Aprendiz.

2.12 - Os empregados desligados, com exceção dos dispensados por Justa Causa, no período de vigência deste acordo, terão direito à participação proporcional aos meses de trabalho, considerando a avaliação real apurada ao final de cada ciclo.

2.12.1 Para cálculo da referida participação, será considerada como mês completo, a fração igual ou superior a 15 (quinze) dias do mês.

2.12.2 São considerados somente os casos em que o afastamento ocorrer através do INSS, ou seja, a partir do 16º (décimo sexto) dia. Os 15 (quinze) dias anteriores de responsabilidade da empregadora, serão computados no absenteísmo total da Unidade.

2.13 - Os eventuais casos omissos ou dúvidas de interpretação que venham a surgir durante a vigência do presente Regulamento serão dirimidos através de negociação entre as partes.

2.14 - Fica expressamente entendido que o sistema de participação de resultados implantado através do presente Regulamento abrange somente a categoria dos empregados Vendedores e Consultores Comerciais, contratados por prazo indeterminado e prazo determinado, excluídos demais cargos e Gerentes.

2.15 - Caso seja editada, durante a vigência deste acordo, nova norma regulamentando o mencionado dispositivo constitucional de participação nos lucros e resultados (CF, artigo 7º, XI), ou ainda alterando os termos da Lei nº 10.101, de 19 de Dezembro de 2000, a **EMPRESA** poderá compensar o benefício aqui criado com os que vierem a ser instituídos.

Nota: Os objetivos constantes nos fatores do PnR, previstos neste regulamento, poderão ser revistos ao longo da vigência do instrumento coletivo.

Caso sejam alterados, deverão ser objeto de "Termo Aditivo" ao Acordo Coletivo e ao Regulamento Interno Sobre Participação nos Resultados.

24 de março de 2022

Souza Cruz Ltda.
Trade Marketing & Distribution

Souza Cruz LTDA
RAFAEL REDRALLI
Gerente

Matr. 71344250
Território de Vendas - Reg. Sul

SIVEVI-RS - SINDICATO DOS EMPREG VEND E VIAJ DO COM NO ESTADO DO RS
JOAO MANOEL GONCALVES

Anexo I

Área TM&A

1. DOS GRUPOS DA ÁREA DE TM&A

1.1 Externos TM&A: Vendedores e Consultores Comerciais

2 . DETALHAMENTO DOS INDICADORES ESPECÍFICOS DA ÁREA DE TM&A

2.1 - VENDEDORES E CONSULTORES COMERCIAIS

Os fatores abaixo indicados serão apurados a nível de TERRITÓRIO DE VENDAS.

ORDER SOURCE PEDIDOS DIGITAIS
BASE LÍQUIDA
SHARE

Para os territórios de venda que não possuem target em um ou mais indicadores, utilizaremos o resultado da Regional de vendas para apuração.

a) ORDER SOURCE PEDIDOS DIGITAIS

Entende-se por ORDER SOURCE PEDIDOS DIGITAIS (PERCENTUAL DE PEDIDOS DIGITAIS vs PEDIDOS TOTAIS) a relação da quantidade de pedidos feitos via plataformas digitais - Conecta BAT, Conecta Lite, Telegram ou Conecta Voice (sítio virtual de compras da empresa voltado para varejistas) somados aos pedidos transmitidos via EDI (troca eletrônica de pedidos feitos automaticamente para varejos do tipo KA Grocery) pela quantidade de pedidos totais feitos. O resultado dessa conta será dividido pelo target de cada ZV, TV e BU.

Considera-se as premissas abaixo para efeitos de apuração do PERCENTUAL DE PEDIDOS DIGITAIS vs PEDIDOS TOTAIS:

A apuração dos pedidos digitais é realizada por etapas:

1ª etapa: Identificação dos Pedidos Digitais:

I. Identificam-se pedidos feitos via plataformas digitais através do campo Order Source e Retailer PO Number no sistema gerencial de vendas.

Campo no sistema gerencial de vendas	
Order Source	Retailer PO Number
B2B	N/A
VEO	N/A
Telesales	N/A
External	Pedidos que contenham a flag "CC", "CL" ou "TL"

2ª etapa: Identificação dos pedidos feitos via EDI:

- I. Identificação dos varejos que atuam no formato EDI via base da área de KA Grocery
- II. Levantamento dos pedidos feitos via EDI desconsiderando os pedidos feitos que contenham a flag "Mobile" no campo Order Source no sistema gerencial de vendas.

3ª etapa: Identificação do Total de Pedidos:

- I. Apuração dos pedidos entregues dentro do mês de vigência.

4ª etapa: Divisão dos números apurados:

- I. Soma-se os números obtidos na 1ª e 2ª etapas.
- II. Divide-se o número obtido em I pelo número obtido na 3ª etapa.
- III. Divide-se o número obtido em II pelo target de cada Zona de Vendas, Território de Vendas e Business Unit.

$$\frac{\text{Pedidos Digitais + Pedidos via EDI}}{\text{Total de Pedidos}} = \frac{\text{....\%}}{\text{(target)}} = \text{.....\%}$$

Este índice é calculado pela área de RTM Brasil, através do sistema gerencial de vendas. A construção dessa base pode ser consultada por meio do monitoramento confeccionado pela respectiva área e enviado para todas as regionais.

- a) Os objetivos possuem abertura por regional, território e zona e são definidos anualmente e reportados no *dashboard* mensal (disponível no *PowerBI Online*) da área de RTM Brasil.
- a) Cabe esclarecer que essa métrica é definida considerando objetivos estratégicos da Cia. E que os colaboradores da Área de Vendas tem conhecimento destes objetivos por meio de seu superior imediato;
- c) O período de apuração do PERCENTUAL DE PEDIDOS DIGITAIS vs PEDIDOS TOTAIS será mensal e que seu resultado será divulgado até o dia 15 (quinze) do mês subsequente.

A métrica é aferida de forma mensal e a apuração final do KPI será a média simples da pontuação considerando os períodos abaixo:

Período	Pagamento
Janeiro a Junho	Setembro
Julho a Dezembro	Março



ORDER SOURCE PEDIDOS DIGITAIS	PONTOS
Acima de 90%	30
Entre 80,01% a 90%	24
Entre 70,00% a 80,00%	20
Abaixo de 70,00%	0

b) BASE LÍQUIDA

Entende-se por BASE LÍQUIDA os varejos que tenham pedidos entregues e que somem R\$40,00 no período de 8 semanas a partir de uma data de fechamento.

$$\frac{\text{PDVs com pedidos entregues que somem R\$40,00 (8sem)}}{\text{Objetivo de base de varejos}} = \text{....\%}$$

A apuração da BASE LÍQUIDA é feita nas seguintes etapas:

1ª etapa: Apuração Base de Varejos:

I. Considera-se a base total de varejos cadastrados no sistema gerencial de vendas.

2ª etapa: Apuração da Base Líquida de Varejos:

I. Filtro de varejo com status ATIVO no sistema gerencial de vendas;

II. Soma-se os valores de notas fiscais (desconsiderando bonificações) entregues, devoluções e recompras serão desconsideradas.

III. Considera-se o período de leitura de entrega nas últimas oito semanas;

IV. Varejos que somarem R\$40,00 em notas fiscais entregues no período supracitado, serão considerados como líquidos.

Este índice é calculado pela área de RTM Brasil, através do sistema gerencial de vendas. A construção dessa base pode ser consultada por meio do monitoramento confeccionado pela respectiva área e enviado para todas as regionais.

- Os objetivos possuem abertura por regional, território e zona e são definidos anualmente e reportados no *dashboard* mensal (disponível no *PowerBI Online*) da área de RTM Brasil.
- Cabe esclarecer que essa métrica é definida considerando objetivos estratégicos da Cia. E que os colaboradores da Área de Vendas tem conhecimento destes objetivos por meio de seu superior imediato;
- O período de apuração da BASE LÍQUIDA será mensal e seu resultado será divulgado até o dia 15 (quinze) do mês subsequente.



A métrica é aferida de forma mensal e a apuração final do KPI será a média simples da pontuação considerando os períodos abaixo:

Período	Pagamento
Janeiro a Junho	Setembro
Julho a Dezembro	Março

BASE LÍQUIDA	PONTOS
Acima de 99,99%	20
Entre 95,01% a 99,99%	16
Entre 90,00% a 95,00%	10
Abaixo de 90%	0

c) SHARE

Refere-se à porcentagem de participação de mercado das marcas BAT dentro do mercado legal (consideramos apenas BAT, PMI e JTI), por meio de 2 canais distintos → KA CNV e Scanntech. É medido nos níveis de Território ou Cluster de Territórios. O resultado mensal será comparado com o Resultado de Q4'21.

YTD'22 - Resultado de Q4'21 = ...pp

As etapas descritas abaixo, serão aplicadas na construção dos resultados a partir de janeiro de 2022.

Etapas 1

Recebimento mensal dos dados de volume oriundos do levantamento nos PDVs, por meio de 2 canais distintos → KA CNV e Scanntech. Esses dados são enviados ao Ipec pela BAT.

Etapas 2

Consolidação dos dados nas aberturas de RVs, com seus respectivos TVs e Brasil.

RV NNE	RV SPC
TV BELEM	TV ALPHAVILLE
TV FORTALEZA	TV GROCERY
TV JOAO PESSOA	TV IBIRAPUERA
TV JUAZEIRO	TV INTERLAGOS
TV MACEIO	TV JARDINS
TV MANAUS	TV LITORAL NORTE
TV NATAL	TV LITORAL SUL
TV PALMAS	TV TATUAPE
TV RECIFE	TV LITORAL NORTE + LITORAL SUL
TV SAO LUIS	RV SPR
TV TERESINA	TV CAMPINAS
TV MANAUS + BELÉM + SÃO LUIS + PALMAS	TV CASCAVEL
RV BSB	TV CURITIBA
TV BH 1	TV MARINGA
TV BRASILIA	TV PIRACICABA
TV CAMPO GRANDE	TV PONTA GROSSA
TV CUIABA	TV PRUDENTE / LONDRINA
TV GOIANIA	TV RIB PRETO
TV MINAS LESTE	TV SAO JOSE / JUNDIAI
TV MINAS SUL	RV SUL
TV TRIANGULO	TV CAXIAS DO SUL
TV MINAS LESTE + MINAS SUL	TV CHAPECO
RV RIO	TV FLORIANOPOLIS
TV BAHIA INTERIOR	TV FRONTEIRAS
TV ESPIRITO SANTO	TV JOINVILLE
TV NITEROI	TV PASSO FUNDO
TV RJ 1	TV PELOTAS
TV RJ 2	TV POA 1
TV SALVADOR	TV POA 2
TV SERRA E MAR	TV SANTA MARIA
TV BAHIA + SALVADOR + ES	TV POA 1 + POA 2
TV RJ1 + RJ2	TV SANTA MARIA + CXS DO SUL
TV SERRA E MAR + NITEROI	BRASIL

Nessa etapa separamos em cada canal os volumes referentes ao total e ao que é somente BAT.

Etapa 3

Em planilhas distintas para cada canal (KA CNV e Scanntech), calculamos o share BAT a partir da divisão dos volumes BAT pelos volumes Totais. Nessa etapa, consideramos o resultado acumulado dos meses do ano de 2022. Por exemplo: caso o dado recebido seja o de janeiro 2022, consideraremos no cálculo do share o resultado de janeiro 2022. Se o dado recebido for o de abril de 2022, consideraremos no cálculo o share de janeiro, fevereiro, março e abril de 2022. Dessa forma, o nosso resultado de share, em cada mês, será de uma média do YTD (year to date), ou seja, do ano acumulado até a data.

Etapa 4

Com as planilhas de share BAT de cada canal já construídas, consolidamos em um share único aplicando uma média ponderada pelos pesos dos canais.

	PESO SELL IN KA CNV YTD'21	PESO SELL IN GROCERY YTD'21
BRASIL	5%	30%
RV NNE	3%	39%
TV BELEM	2%	41%
TV FORTALEZA	7%	46%
TV JOAO PESSOA	2%	39%
TV JUAZEIRO	2%	58%
TV MACEIO	4%	42%
TV MANAUS	3%	29%
TV NATAL	4%	43%
TV PALMAS	2%	44%
TV RECIFE	5%	10%
TV SAO LUIS	6%	57%
TV TERESINA	2%	55%
TV MANAUS + BELÉM + SÃO LUIS + PALMAS	3%	42%
RV BSB	2%	27%
TV BH 1	2%	22%
TV BRASILIA	2%	23%
TV CAMPO GRANDE	3%	33%
TV CUIABA	4%	36%
TV GOIANIA	1%	23%
TV MINAS LESTE	2%	28%
TV MINAS SUL	1%	27%
TV TRIANGULO	4%	36%
TV MINAS LESTE + MINAS SUL	1%	27%
RV RIO	4%	17%
TV BAHIA INTERIOR	2%	46%
TV ESPIRITO SANTO	3%	18%
TV NITEROI	5%	15%
TV RJ 1	9%	6%
TV RJ 2	9%	14%
TV SALVADOR	4%	47%
TV SERRA E MAR	3%	17%
TV BAHIA + SALVADOR + ES	3%	34%
TV RJ1 + RJ2	9%	11%
TV SERRA E MAR + NITEROI	4%	16%

RV SPC	7%	29%
TV ALPHAVILLE	8%	23%
TV GROCERY	2%	97%
TV IBIRAPUERA	17%	13%
TV INTERLAGOS	7%	23%
TV JARDINS	13%	14%
TV LITORAL NORTE	7%	38%
TV LITORAL SUL	3%	32%
TV TATUAPE	7%	19%
TV LITORAL NORTE + LITORAL SUL	5%	35%
RV SPR	8%	33%
TV CAMPINAS	6%	37%
TV CASCAVEL	7%	31%
TV CURITIBA	15%	41%
TV MARINGA	10%	28%
TV PIRACICABA	7%	32%
TV PONTA GROSSA	10%	43%
TV PRUDENTE / LONDRINA	9%	23%
TV RIB PRETO	8%	32%
TV SAO JOSE / JUNDIAI	5%	40%
RV SUL	9%	43%
TV CAXIAS DO SUL	7%	50%
TV CHAPECO	8%	36%
TV FLORIANOPOLIS	13%	35%
TV FRONTEIRAS	4%	50%
TV JOINVILLE	9%	34%
TV PASSO FUNDO	7%	48%
TV PELOTAS	10%	48%
TV POA 1	9%	72%
TV POA 2	8%	56%
TV SANTA MARIA	8%	51%
TV POA 1 + POA 2	8%	60%
TV SANTA MARIA + CXS DO SUL	7%	50%

Etapas 5

Os dados históricos de share de 2021 serão calculados no mesmo modelo dos dados mensais e com esse resultado é possível identificar o desvio padrão do share, para cada série histórica dos TVs.

Este índice é calculado pela área de SP&I Brasil. A construção dessa base pode ser consultada por meio do monitoramento confeccionado pela respectiva área e enviado para todas as regionais mensalmente.

- Os resultados possuem abertura por regional e território ou cluster de território e são reportados no *dashboard* mensal (disponível por e-mail) da área de SP&I Brasil.
- Cabe esclarecer que essa métrica é definida considerando objetivos estratégicos da Cia. e que os colaboradores da Área de Vendas tem conhecimento destes objetivos por meio de seu superior imediato;

c) O período de apuração do SHARE será mensal (visão M-1) e seu resultado será divulgado até o dia 15 (quinze) do mês subsequente.

A métrica é aferida de forma mensal e a apuração final do KPI será a média simples da pontuação Considerando os períodos abaixo:

Período	Pagamento
Janeiro a Junho	Setembro
Julho a Dezembro	Março

SHARE	PONTOS
Acima de 0.75pp	50
Entre 0.51pp a 0.75pp	43
Entre 0.01pp a 0.50pp	35
Abaixo de 0.00pp	0

3. DO RESULTADO FINAL DA APURAÇÃO DOS VENDEDORES E CONSULTORES COMERCIAIS

A apuração considera os resultados mensais dos indicadores descritos para o grupo, sendo a média simples dos resultados dos 6 meses referente a quitação vigente. A primeira quitação (pagamento em setembro), considera a média do resultado dos primeiros 6 meses do ano e a segunda quitação (março) considera a média dos demais meses do ano. Tal apuração é dada pelo somatório da pontuação dos grupos dos indicadores. A pontuação total que gera o multiplicador de pagamento, será apurada conforme tabela abaixo:

Total de Pontos	% DE INCIDÊNCIA S/SALÁRIO BASE	VENDEDORES E CONSULTORES COMERCIAIS (MULTIPLICADOR SALÁRIO POR PERÍODO DE APURAÇÃO DE 6 MESES)
De 85,00 a 100	100%	0,50
De 73,30 a 84,99	85%	0,43
De 58,30 a 73,29	70%	0,35
De 50 a 58,29	50%	0,25
Abaixo de 50	0%	0