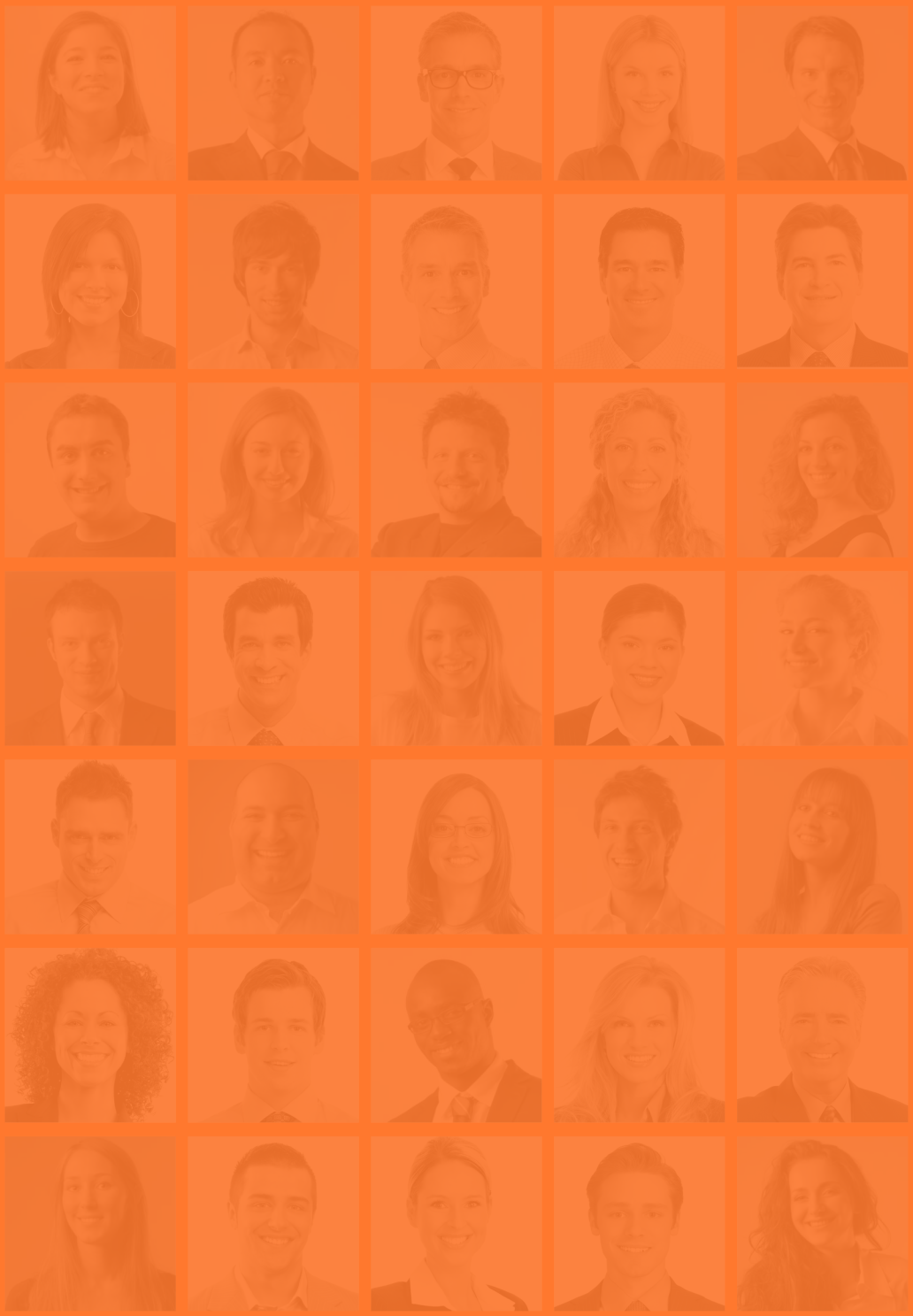


CÓDIGO DE CONDUTA, ÉTICA E IGUALDADE



BrSUPPLY
Suprimentos Corporativos



O CÓDIGO DE CONDUTA, ÉTICA E IGUALDADE

A **Ética** é o ideal de conduta humana que orienta cada pessoa sobre o que é bom e correto e o que deveria assumir, orientando sua vida em relação a seus semelhantes, visando ao bem comum. A **Ética** no trabalho orienta não apenas o teor das decisões (o que devo fazer) como também o processo para a tomada de decisão (como devo fazer).

Cada indivíduo tem o seu próprio padrão de valores. Por isso, é importante que cada colaborador faça sua reflexão de modo a compatibilizar seus valores individuais com os valores da empresa, estabelecidos no **Código de Conduta, Ética e Igualdade**.

A Empresa, BRS Suprimentos Corporativos S/A, espera que todos, em seu relacionamento com colegas de trabalho, clientes, fornecedores, acionistas e sociedade, ajam de acordo com o **Código de Conduta, Ética e Igualdade**.

Em sua atuação o colaborador deve levar em consideração, ainda, a legislação aplicável, os **Códigos de Conduta, Ética e Igualdade** das categorias profissionais e as normas internas da Empresa. Diante de situações não previstas, indicamos que seja contatado a área de Recursos Humanos e/ou seu superior imediato.

OBJETIVOS DO CÓDIGO CONDUTA, ÉTICA E IGUALDADE

Buscar um comportamento ético pautado em valores incorporados por todos, por serem justos, pertinentes e de conhecimento comum.

Ser uma referência para a conduta pessoal e profissional de todos colaboradores da Empresa, independentemente do cargo ou função que ocupem, de forma a tornar-se um padrão de relacionamento interno e com os seus públicos de interesse: acionistas, clientes, empregados, sindicatos, parceiros, fornecedores, prestadores de serviço, concorrentes, sociedade, governo e comunidades onde atua;

Reduzir a subjetividade das interpretações pessoais sobre princípios morais e éticos.

ÍNDICE

1. GESTÃO EMPRESARIAL 07

1.1 RELAÇÃO COM OS CLIENTES 07

1.2 GUIA DE ATENDIMENTO A CLIENTES 07

1.3 INCENTIVOS DE NEGÓCIOS 09

1.4 RELAÇÃO COM FORNECEDORES E PRESTADORES DE SERVIÇO 10

1.5 CONFLITO DE INTERESSES E VANTAGENS PESSOAIS 10

1.6 RELAÇÃO COM CONCORRENTES 12

1.7 RELAÇÃO COM ACIONISTAS 12

1.8 CUMPRIMENTO LEGAL 12

1.9 MARKETING RESPONSÁVEL 12

1.10 RECURSOS DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO 13

1.11 SOFTWARE PIRATA E CÓPIA NÃO AUTORIZADA 13

1.12 UTILIZAÇÃO DO CORREIO ELETRÔNICO (E-MAIL) 14

2. NORMAS DE CONDUTA PROFISSIONAL 15

2.1 RESPONSABILIDADE PROFISSIONAL 15

2.2 RESPONSABILIDADE COM O HORÁRIO DE TRABALHO 15

3. RELAÇÕES INTERNAS 15

4. POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO 18

4.1 RELACIONAMENTO COM A IMPRENSA 18

4.2 COMUNICAÇÃO COM A SOCIEDADE 18

5. PROTEÇÃO E USO DE ATIVOS PATRIMÔNIO DA DEMPRESA 19

6. REGISTRO DE IMAGENS E VÍDEOS 20

7. PARTICIPAÇÃO EM TRABALHOS EXTRAS E CONFRATERNIZAÇÕES 20

8. SIGILO DAS INFORMAÇÕES ESTRATÉGICAS 20

9. PARTICIPAÇÃO POLÍTICA 21

10. ANTICORRUPÇÃO 21

11. PARTICIPAÇÃO EM ASSOCIAÇÕES DE CLASSE 22

12. INCENTIVOS E BRINDES 22

13. NORMAS DE CONDUTA PESSOAL 22

13.1 ATITUDE 22

13.2 IMAGEM E REPUTAÇÃO 23

13.3 CLIMA INTERNO 23

13.4 PREVENÇÃO E COMBATE AO ASSÉDIO MORAL 23

13.5 PREVENÇÃO E COMBATE AO ASSÉDIO SEXUAL 24

14. GESTÃO DO MEIO AMBIENTE 25

15. GESTÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL 26

16. SUSTENTABILIDADE 28

17. GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS 28

17.1 SELEÇÃO E PROMOÇÃO DE PESSOAL 28

17.2 DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL 29

17.3 SEGURANÇA E SAÚDE OCUPACIONAL 29

17.4 PROGRAMA EMPRESA CIDADÃ 29

17.5 EQUIDADE DE GÊNERO E PROMOÇÃO DE OPORTUNIDADES 30

18. RELATÓRIOS DE IGUALDADE SALARIAL 30

18.1 EXTRATO 2026 - I 31

18.2 EXTRATO 2026 - II 32

19. RESOLUÇÕES 34

19.1 DÚVIDAS E VIOLAÇÕES 34

19.2 COMITÊ DE CONDUTA E ÉTICA 34

19.3 CANAL DE ÉTICA 34


BrSUPPLY
Suprimentos Corporativos
BrSUPPLY
Suprimentos Corporativos
BrSUPPLY
Suprimentos Corporativos
BrSUPPLY
Suprimentos Corporativos
brsupply.com.br

GESTÃO EMPRESARIAL 1

1.1 RELAÇÃO COM OS CLIENTES

Cliente satisfeito é o objetivo principal da Empresa. Portanto, é princípio básico da nossa empresa servir ao Cliente, com ênfase na qualidade, na produtividade e na inovação, com responsabilidade social e com pleno respeito às leis e regulamentos de cada produto e região.

Os Clientes devem ser atendidos com cortesia e eficácia, sendo-lhes oferecidas informações claras, precisas e transparentes. O Cliente deve obter respostas, ainda que negativas, às suas solicitações, de forma adequada e no prazo esperado.
Deverão ser consideradas como premissas básicas:

- Não desligar, copiar ou repassar quaisquer dados confidenciais de clientes que venha a ter acesso;
- Ouvir com atenção e sanar as dúvidas dos clientes;
- Tratar o cliente com empatia e entusiasmo;
- Transmitir segurança e credibilidade ao cliente;
- Não utilizar termos informais, diminutivos ou palavras ofensivas;
- Não finalizar o contato com o cliente sem que as dúvidas sejam esclarecidas.

Todos os colaboradores da empresa devem ter como foco principal de suas ações a satisfação total dos Clientes. O compromisso com a satisfação dos clientes deve refletir-se no respeito aos seus direitos e na busca por soluções que atendam a seus interesses, sempre em consonância com os objetivos e valores da Empresa.

1.2 GUIA DE ATENDIMENTO A CLIENTES

Objetivos do Atendimento Telefônico

- Satisfação do Cliente: Atender prontamente e com eficácia às necessidades dos clientes.
- Resolução Rápida: Resolver problemas e dúvidas no menor tempo possível.
- Construção de Relacionamento: Fomentar relacionamentos positivos que promovam a satisfação e fidelização do cliente.

Princípios Básicos do Atendimento Telefônico

- Empatia: Demonstrar compreensão e interesse genuíno pelas preocupações do cliente.
- Clareza: Comunicar-se de forma clara e evitar gírias e jargões.
- Respeito: Tratar cada cliente com respeito, independentemente da situação.
- Paciência: Ser paciente, especialmente com clientes que possam estar frustrados.

Preparação para a Chamada

- Esteja em um ambiente tranquilo e livre de distrações.
- Tenha acesso as ferramentas e informações.
- Prepare-se mentalmente para ouvir e resolver as preocupações do cliente.
- Todos os colaboradores devem atender aos telefones e acessar o aplicativo no início do expediente, desligando apenas no final do dia.
- É proibido utilizar a função DND (não perturbe) no telefone; todos devem manter os ramais conectados durante o horário de trabalho.

Atendimento Inicial

- Atenda à chamada em até três toques.
- Atenda a ligação de seu colega se o telefone estiver tocando.
- Use um tom de voz amigável e profissional.
- Exemplo de saudação: “Br Supply, Mabele, boa tarde! Br Supply, Vilson, bom dia!” Informar o nome da empresa e seu nome logo no início do atendimento ajuda a evitar perguntas iniciais, trazendo mais agilidade ao processo. Essa abordagem não só facilita o direcionamento da conversa, mas também transmite um tom de profissionalismo.

Escuta Ativa e Identificação do Cliente

- Ouça atentamente sem interromper o cliente.
- Pergunte o nome do cliente e informações relevantes (cliente, pedido, e-mail, telefone) para personalizar o atendimento e quando necessário retornar.
- Demonstre interesse fazendo perguntas que ajudem a entender melhor a situação.

Resolução de Problemas

- Pergunte ao cliente sobre suas necessidades e preocupações.
- Ofereça soluções claras e detalhadas. Se não souber a resposta, comprometa-se a buscar a informação e retornar ao cliente em um prazo definido.
- Se a situação exigir, transfira a chamada para um gestor ou outro departamento, se apropriado.
- Monitore o assunto encaminhado e reporte a seu superior se a devida atenção não foi o suficiente.

Encerramento da Chamada

- Recapitule os principais pontos discutidos e confirme se o cliente está satisfeito com a solução.
- Pergunte se há mais alguma coisa que você possa ajudar antes de encerrar a chamada.
- Despeça-se cordialmente: “Muito obrigado por ligar. Tenha um ótimo dia!”

Registros e Acompanhamento

- Sempre anote os assuntos, incluindo o motivo da chamada, a solução oferecida e feedback do cliente.
- Compartilhe por e-mail o registro sempre que necessário a todos envolvidos. Mantenha registros atualizados para referência futura e acompanhamento.

Digitalização e Evolução no Atendimento

- No cenário atual, o atendimento ao cliente vem evoluindo para formas de comunicação mais dinâmicas e práticas. A migração do atendimento telefônico para canais digitais surge como uma necessidade estratégica tanto para os clientes quanto para Br Supply.
- Exercite a condução do cliente para as ferramentas digitais, como Supply Manager e SAC.
- Busque com o gestor a melhoria na automação de atendimento, todos fazem parte desta construção.

1.3 INCENTIVOS DE NEGÓCIOS

Os Incentivos de Negócios (comissões e concessões associadas a vendas) são estímulos que existem no mercado e comuns de serem ofertados, porém a Empresa não concorda com esse tipo de estímulo e todos os seus colaboradores não podem aceitar, nem oferecer, qualquer apoio neste sentido, mesmo que justificáveis e necessários para fechar algum negócio.

Todas as negociações e propostas da empresa devem ser baseadas em critérios claros, justos e honestos, buscando sempre oferecer os melhores produtos e serviços para o Cliente, sem foco em oferecer ou receber benefícios, incluindo propinas. Repudiamos qualquer prática relacionada à extorsões e atos de corrupção.

1.4 RELAÇÃO COM FORNECEDORES E PRESTADORES DE SERVIÇO

A Empresa contrata fornecedores, prestadores de serviço e terceirizados que zelem pelo sigilo das informações e que não obtenham vantagens inadequadas como decorrência desta relação. Nenhum compromisso implícito ou explícito em relação à empresa pode ser assumido sem prévia autorização.

A escolha e contratação de fornecedores, prestadores de serviço e terceirizados devem sempre ser baseadas em critérios técnicos, profissionais, comerciais, éticos e nas necessidades da empresa, devendo ser conduzidas por meio de processos pré-determinados, tais como concorrência ou cotação de preços, que garantam a melhor relação custo/benefício.

Priorizaremos Fornecedores Parceiros que sejam proativos e solucionadores, éticos, tenham agilidade, pontualidade de entrega e atendam as normas da Legislação vigente.

É expressamente vedado a todos os colaboradores da Empresa efetuar qualquer pagamento impróprio, duvidoso ou ilegal, ou favorecer, pela concessão de benefícios indevidos, fora das práticas usuais do comércio, Clientes, Fornecedores e concorrentes, em detrimento dos demais.

1.5 CONFLITO DE INTERESSES E VANTAGENS PESSOAIS

Caso um colaborador deseje realizar negócios em nome da Empresa com um de seus familiares ou pessoas com as quais seus familiares tenham estrito relacionamento pessoal, ou mesmo com empresas em que tais pessoas sejam sócias, possuam participação relevante em companhias ou exerçam algum cargo de administração, deverá ser autorizado pelo Conselho de Administração da Empresa.

O Conflito de interesses ocorre quando um integrante influencia ou pode influenciar uma decisão da Empresa que possa resultar em algum ganho pessoal, direto ou indireto, para si, membros da sua família ou amigos.

Os colaboradores devem zelar para que suas ações não conflitem com os interesses da Empresa, nem causem dano à sua imagem e reputação. Ao tratar com clientes, fornecedores, empresas contratadas ou concorrentes, tanto atuais como potenciais, os colaboradores devem dar prioridade aos interesses da Empresa, sempre abrindo mão de possíveis vantagens pessoais.

As transações de negócio devem ser conduzidas de acordo com os interesses da Empresa. Ninguém, que seja pessoa física, entidade comercial ou empresa, que tenha relacionamento com algum colaborador da Empresa poderá beneficiar-se de maneira inapropriada em razão da posição desse profissional dentro da Empresa. Além disso, nenhum colaborador poderá beneficiar-se de sua função na Empresa para obter benefícios pessoais.

É vetado a todo colaborador o exercício de qualquer atividade que esteja em conflito com os interesses da Empresa, como identidade ou similaridade do negócio, superposição do horário de trabalho entre outras, que poderão ser definidas pelos gestores. Devem obrigatoriamente informar aos seus Gestores/Diretores quando alguma atividade particular possa interferir ou conflitar com os interesses da empresa, esclarecendo sua natureza e extensão.

Qualquer colaborador, ou seu dependente, também são proibidos de receber presentes, pagamentos ou outros benefícios por parte de qualquer pessoa física ou jurídica com quem a Empresa mantenha relações de negócio.

Os conflitos de interesse podem surgir em diversas situações. Não poderemos citar todas e nem sempre são fáceis de serem identificadas. Em caso de dúvida procure a orientação do seu gestor ou procure o Comitê de Conduta e Ética para ajudá-lo a tomar qualquer decisão.

Apenas como exemplo, abaixo estão algumas situações em que o colaborador estará diante de um conflito de interesses:

Aceitar benefícios, diretos ou indiretos, que possam ser interpretados como retribuição ou para obter posição favorável da Empresa em negócios de interesse de terceiros;

Sugerir ou aceitar participação, comissão ou qualquer outra forma de remuneração pessoal relacionadas a qualquer transação ou negócio envolvendo a empresa e seus fornecedores, prestadores de serviços, terceirizados, clientes e esfera pública que não estejam devidamente especificadas em sua relação trabalhista;

Receber ou solicitar presentes, em seu nome ou no de sua família, que caracterizem comprometimento na operação comercial ou na negociação com fornecedores, clientes ou terceiros com quem a empresa esteja realizando negócios;

Aceitar tarefa ou responsabilidade externa que afete o seu desempenho na Empresa;

Utilizar recurso da Empresa para atender a interesses particulares;

Manter relações comerciais privadas pelas quais venha a obter privilégios, em razão das suas atribuições na Empresa, com empresas clientes, fornecedoras, prestadoras de serviço ou concorrentes da Empresa;

Contratar familiares, ou solicitar que outro empregado, Cliente ou Fornecedor o façam, fora dos princípios estabelecidos de competência e potencial;

Utilizar recursos da Empresa (apostilas, transparências, informações, computadores, impressoras, equipamentos, horário de trabalho, etc) para atender a interesses particulares;

Aceitar convites de caráter pessoal para hospedagem, viagens ou outras atrações que possam gerar danos à imagem e/ou aos interesses da Empresa. Convites para eventos cujas despesas sejam custeadas por clientes, fornecedores, terceiros, órgãos governamentais e outros somente poderão ser aceitos se examinados e aprovados por escrito pela Diretoria;

Deixar influenciar-se na tomada de uma decisão em consequência de relações pessoais com clientes, fornecedores, parceiros e concorrentes;

Manter relações comerciais privadas com clientes, fornecedores, parceiros e concorrentes da Empresa nas quais venham a obter privilégios pessoais em razão de cargo ou função ocupada.

1.6 RELAÇÃO COM CONCORRENTES

A competitividade dos produtos e serviços oferecidos pela Empresa deve ser exercida com base na concorrência leal. A empresa utiliza práticas comerciais éticas na sua relação com a concorrência, sempre respeitando as leis de nosso País.

Não devem ser feitos comentários que possam afetar a imagem dos concorrentes ou contribuir para a divulgação de boatos sobre eles, devendo o concorrente ser tratado com o respeito com que a Empresa espera ser tratada.

É expressamente proibido fornecer informações estratégicas, confidenciais ou, sob qualquer forma, prejudiciais aos negócios da Empresa a quaisquer terceiros, incluindo, mas não se limitando, aos concorrentes.

1.7 RELAÇÃO COM ACIONISTAS

A Empresa está comprometida com a utilização prudente dos recursos financeiros.

A empresa age de acordo com as prescrições legais e não mede esforços para manter a atualidade e transparência das informações devidas.

Todos os acionistas têm ampla e igual informação sobre o que possa afetar o negócio, seus resultados e objetivos.

1.8 CUMPRIMENTO LEGAL

As relações da empresa com o poder público são demarcadas pela ética, pela legislação e pela transparência permanente. É dever de todos os colaboradores conhecerem e cumprirem a legislação aplicável às suas atividades vigente no país.

As informações para órgãos governamentais devem ser exatas e completas, em total consonância com o cumprimento das leis e das normas vigentes.

Diante da ação de órgãos arrecadadores e fiscalizadores, os colaboradores da empresa devem somar esforços para atender as solicitações dos mesmos, disponibilizando as informações solicitadas.

Asseguramos o conhecimento e o cumprimento com a Lei 8.079/1990, que institui o Código de Defesa do Consumidor, essencial para assegurar relações de consumo justas, protegendo direitos e promovendo a responsabilidade de consumidores e fornecedores.

1.9 MARKETING RESPONSÁVEL

As campanhas publicitárias e ações de marketing devem valer-se, exclusivamente, de conteúdos não enganosos, socialmente aceitos, compatíveis com os bons costumes e a livre concorrência, e em conformidade com as leis vigentes.

1.10 RECURSOS DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

Os recursos de Tecnologia da Informação da Empresa devem ser utilizados com responsabilidade e de modo coerente com este Código e todas as diretrizes da Empresa, incluindo as relacionadas à tecnologia da computação, proteção de dados, informações confidenciais e direitos de propriedade intelectual específicos.

Os recursos de Tecnologia da Informação incluem todos os equipamentos de informática possuídos, arrendados ou alugados pela Empresa, independentemente da localização física, incluindo, mas não se limitando a computadores pessoais (PC's), dispositivos de computadores portáteis (notebooks, tablets, discos de armazenagem), smartphones, servidores de rede, acesso à internet e Intranet e os dispositivos de acesso ao e-mail. Isso inclui, ainda, correio de voz e outros sistemas de voz, máquinas de fax e informações obtidas ou baixadas da Internet e/ou difundidas através dela.

Todos os recursos de Tecnologia da Informação da Empresa são propriedade da Empresa, incluindo as informações criadas, armazenadas ou transmitidas utilizando tais recursos. A única informação não considerada propriedade da Empresa é a obtida durante o uso pessoal limitado dos recursos de Tecnologia da Informação.

Os usuários dos recursos de Tecnologia da Informação da Empresa não deverão presumir nenhum direito a privacidade pessoal ou confidencialidade ao utilizar esses recursos.

A empresa se reserva o direito de monitorar o equipamento, sistemas e atividades de rede, incluindo, mas não se limitando a e-mail, correio de voz, uso da Internet e qualquer informação armazenada, em circunstâncias apropriadas e de acordo com as leis vigentes.

Adicionalmente, para a manutenção de operações, segurança, negócios, requisitos legais ou regulamentares, o pessoal autorizado ou prestadores de serviço terceirizado terão acesso irrestrito às informações dos recursos de Tecnologia da Informação da empresa.

A Empresa se reserva o direito de cancelar o acesso de qualquer usuário aos recursos de TI a qualquer momento, com ou sem notificação prévia.

1.11 SOFTWARE PIRATA E CÓPIA NÃO AUTORIZADA

A Lei dos Direitos Autorais proíbe a instalação, cópia, venda ou distribuição de softwares e seus manuais, arquivos de música e vídeo, sem que exista uma licença de uso legalmente constituída, sendo o produto sem essas características identificado como PIRATA.

É terminantemente proibida pela Empresa, em suas instalações, a utilização de softwares piratas. Qualquer demanda de software na empresa deverá ser efetuada através do setor competente, devendo este software ser instalado somente por funcionários capacitados e contratados para esta atribuição.

O uso de software pirata poderá representar a caracterização de falta grave pelo colaborador, ocasionando a rescisão de seu contrato de trabalho.

Regularmente, o setor que controla o sistema de informática da Empresa realizará auditorias e levantamento do sistema/ softwares instalados nos diversos equipamentos em uso. Constatada a existência de software pirata em algum dos equipamentos, este será imediatamente desinstalado.

1.12 UTILIZAÇÃO DO CORREIO ELETRÔNICO (E-MAIL)

O correio eletrônico é uma ferramenta poderosa de trabalho disponibilizada pela empresa para uso no exercício de suas funções e que, eventualmente, pode também ser utilizada com propósitos pessoais. Convém utilizar com critério.

Seja ético e tenha bom senso. Recebemos diariamente piadas, mensagens solicitando ajuda, correntes, mensagens de vírus. Não devemos repassar tudo o que recebemos aos nossos colegas e amigos. Avalie sempre antes de repassar esses e-mails. Além de desperdiçar seu tempo e ocupar espaço nos servidores, poderá estar propagando vírus para outras pessoas.

Nunca reenvie qualquer mensagem alertando sobre vírus. Se você receber esse tipo de spam, encaminhe-o ao responsável pelo Suporte Técnico de Informática para que o departamento competente primeiro verifique a procedência da informação para em seguida tomar as providências cabíveis.

Caso você tenha amigos que lotam a sua caixa postal com mensagens não adequadas, oriente-os sobre as normas da nossa Empresa ou peça que encaminhe para um e-mail pessoal.



NORMAS DE CONDUTA PROFISSIONAL 2

2.1 RESPONSABILIDADE PROFISSIONAL

Todos os colaboradores devem:

- Cumprir as obrigações do seu cargo com fiel observância da política estabelecida pela empresa;
- Manter-se adequadamente informados da política da empresa sobre princípios morais, legais e éticos;
- Agir com rigor quanto à pontualidade e assiduidade;
- Cumprir com a carga horária estipulada no seu contrato de trabalho. Os horários excedentes de trabalho serão registrados por banco de horas conforme regimento da convenção coletiva.
- Comprometer-se com a compensação do banco de horas que deve ocorrer em comum acordo entre o colaborador e o seu gestor.

A confiança e a dedicação à Empresa devem nortear as relações com nossos colegas de trabalho. Temos a responsabilidade de tratar-nos com respeito e dignidade.
Nenhum indivíduo ou departamento deve permitir que suas prioridades prevaleçam sobre as prioridades da Empresa.

2.2 RESPONSABILIDADE COM O HORÁRIO DE TRABALHO

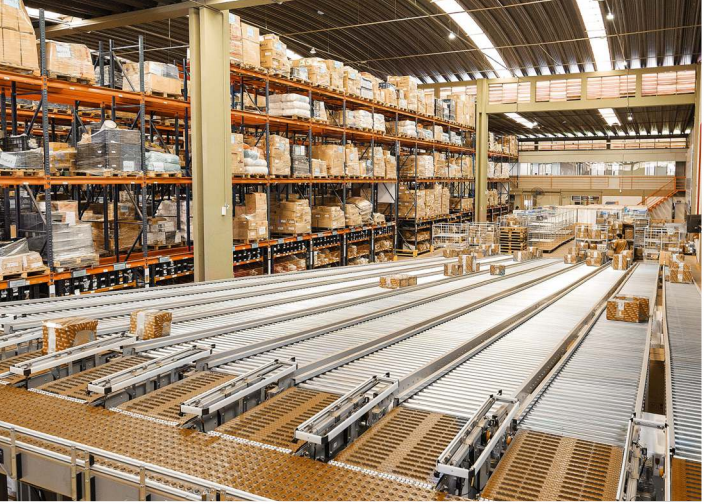
A Empresa reconhece a necessidade de um equilíbrio sadio entre o trabalho e o tempo de lazer para todos os colaboradores. Salvo se as regulamentações nacionais estipularem uma duração inferior ao tempo de trabalho e, exceto em circunstâncias conjunturais extraordinárias.

RELAÇÕES INTERNAS 3

No ambiente de trabalho a Empresa espera dos seus colaboradores comprometimento, muito respeito, espírito de equipe, cordialidade no trato com todos, confiança, humildade e honestidade, independente de posição hierárquica, cargo ou função.

Cada colaborador é responsável por garantir aos demais um ambiente de trabalho livre de insinuações ou restrições de qualquer natureza, evitando-se possíveis constrangimentos.

Em caso de eventual relacionamento entre colaboradores, os envolvidos devem comunicar prontamente a liderança imediata e diretoria a fim de analisar se há ou não conflito de interesses.




CENTRO DE DISTRIBUIÇÃO
BR SUPPLY
Suprimentos Corporativos


DOCA 05
EXPEDIÇÃO
DOCA 06
EXPEDIÇÃO
STILL


TRABALHO
EM EQUIPE,
AMOR E
FOCO NO
CLIENTE!








BrSUPPLY
Suprimentos Corporativos




BrSUPPLY
Suprimentos Corporativos
CENTRO DE DISTRIBUIÇÃO
Mais de 10 mil itens para o seu escritório
BrSUPPLY




GOoffice
MULTIUSO
Comercializado e distribuído:
BRS Suprimentos Corporativos
5000
FOLHAS

POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO



4.1 RELACIONAMENTO COM A IMPRENSA

Apenas os diretores estão autorizados a falar em nome da Empresa, bem como fazer comentários sobre ela à imprensa ou a grupos externos. É proibido, portanto, a colaboradores não autorizados, realizar contato com a imprensa em nome da empresa.

Toda solicitação de informações financeiras ou de negócios, por parte da mídia, da comunidade financeira ou do público, deve ser submetida à Diretoria. É fundamental que ninguém responda pessoalmente a tais solicitações, uma vez que qualquer resposta inadequada ou inexata (inclusive uma simples contestação de alguma declaração) pode resultar em publicidade adversa ou afetar seriamente a imagem da Empresa.

A solicitação de entrevistas com qualquer profissional para tratar de assuntos da Empresa e a publicação de comunicados à imprensa devem ser definidas e aprovadas previamente pela nossa Diretoria, em conjunto com a Assessoria de Imprensa que atende a Empresa.

Na relação com a imprensa, os colaboradores da Empresa devem:

- Quando concederem entrevistas, publicarem artigos ou utilizarem qualquer outra forma de manifestação pública de caráter pessoal, preservar os interesses e a imagem da Empresa;
- Não utilizar os instrumentos institucionais para se pronunciarem publicamente;
- Não se pronunciarem sobre informações estratégicas e de caráter sigiloso.
- Não utilizar o nome da empresa em declarações nas redes sociais sem o consentimento prévio da Diretoria.

4.2 COMUNICAÇÃO COM A SOCIEDADE

A Empresa considera indispensável que a sociedade tenha acesso às informações sobre o comportamento ético e responsável da nossa empresa.

A empresa busca disponibilizar, de forma satisfatória e acessível, os dados e informações que permitam a avaliação das contribuições e impactos sociais e ambientais de nossas atividades, ressalvadas as informações confidenciais.

PROTEÇÃO E USO DE ATIVOS

PATRIMÔNIO DA EMPRESA



Os ativos da empresa incluem seu tempo de trabalho e o produto do seu trabalho, bem como os equipamentos, veículos, computadores e softwares, informações, marcas e nome da Empresa. Esses ativos destinam-se ao uso da Empresa, e não ao uso pessoal, sendo assim, o bom senso deve prevalecer.

É preciso valorizar o patrimônio da empresa através de cuidados específicos, determinados para cada equipamento, e zelar pela sua correta manutenção, preventiva e corretiva. Compras, vendas, baixas ou alienações devem ser realizadas de acordo com as normas internas.

Não é permitido usar os ativos da Empresa em seu benefício pessoal, nem em benefício de qualquer outro, que não o da Empresa.

O uso abusivo e indevido de ativos da Empresa pode ser considerado furto, e resultar em rescisão do contrato de trabalho ou processo criminal.

O uso dos ativos da empresa deve ser feito mediante permissão de seu Gestor, incluindo informações, produtos de trabalho ou marca.
Os sistemas e equipamentos de informática da Empresa destinam-se somente ao uso profissional, eles nunca devem ser usados para negócios externos, atividades ilegais, jogo ou pornografia.

O colaborador é pessoalmente responsável não somente pela proteção das propriedades da Empresa, que lhe são confiadas, como também por ajudar a proteger, de modo geral, o patrimônio da empresa.

O colaborador deve estar alerta para quaisquer situações ou incidentes que possam acarretar perda, uso inadequado ou furto de bens, relatando toda e qualquer irregularidade ao Comitê de Código de Conduta e Ética, informando tais situações, tão logo cheguem ao seu conhecimento.

O estoque de produtos para comercialização é um patrimônio da empresa, e portanto, deve ser preservado como tal.

REGISTRO DE IMAGENS E VÍDEOS



São proibidas as imagens e vídeos captados por celulares ou câmeras fotográficas nas instalações da Empresa. As imagens devem ser autorizadas previamente pela área de Marketing ou Direção.

PARTICIPAÇÃO EM TRABALHOS EXTRAS E CONFRATERNIZAÇÕES



Dentro da linha de consolidação de uma parceria, podemos participar de almoços, jantares e eventos, sempre com a participação mínima de dois colaboradores da Empresa.

As despesas devem estar dentro do padrão aceitável de uma refeição de mercado, sem maiores gastos, e sem a inclusão de bebidas alcoólicas.

SIGILO DAS INFORMAÇÕES ESTRATÉGICAS



As informações confidenciais da empresa (como estratégias de negócios, produtos ainda não anunciados, resultados de pesquisas, projeções financeiras ou comerciais, estatísticas de vendas, campanhas de marketing, lista de clientes, etc.) não podem ser fornecidas ou divulgadas, sem autorização prévia da Diretoria.

Os colaboradores da Empresa não devem compartilhar essas informações com quem quer que seja fora da Empresa, inclusive família e amigos, sem expressa autorização da Diretoria da Empresa.

Todo Colaborador é individualmente responsável por manter o sigilo das informações que não sejam de domínio público e não utilizar tais informações para ganho pessoal ou para terceiros.

O não cumprimento destas regras poderão configurar-se como crime e serão tratadas na forma da lei.

PARTICIPAÇÃO POLÍTICA



A empresa entende a participação política como direito de cada cidadão. A empresa deseja que cada um dos seus colaboradores, portanto, compreenda a importância da informação, do debate e do envolvimento nos temas políticos, forma de cada um assumir responsabilidades e deveres para com o futuro do País.

Esta posição, porém, não permite qualquer participação partidária ou eleitoral da Empresa. Não temos candidatos, não apoiamos candidaturas e nem permitimos que qualquer um dos colaboradores se valha dos meios próprios da Empresa, nossos prédios, meios de comunicação interna, reuniões e ou promoções e iniciativas, para qualquer interferência no processo eleitoral ou para benefício ou prejuízo de qualquer corrente política.

É proibido o exercício de atividades político-partidárias no ambiente de trabalho e que envolvam os recursos da Empresa. Os colaboradores também não poderão utilizar uniformes da Empresa quando no exercício de atividades políticas.

É terminantemente proibida a veiculação de qualquer forma de propaganda política nas instalações, publicações ou qualquer outra propriedade da Empresa.

Coerente com esta posição, a empresa somente contribuirá para as campanhas políticas, quando autorizada pelo Conselho de Administração, e nos estritos termos previstos e permitidos pela legislação, de forma pluralista e suprapartidária.

ANTICORRUPÇÃO



A Empresa ratifica seu compromisso com a concorrência leal, e portanto não tolera qualquer ato ilegal ou forma de corrupção ou extorsão. É vedado ao colaborador, de forma direta ou indireta, conceder ou prometer benefícios, pagamentos ou transferência de qualquer valor (como doações e presentes) ilegal ou indevida aos públicos com os quais a Empresa mantém relacionamento, visando obter algum privilégio ou vantagem. O ato de oferecer vantagem, ou mesmo financiar, custear ou patrocinar e, de alguma forma, subvencionar a prática de atos ilícitos é ilegal e repudiado pela Empresa. Tal fato pode resultar em responsabilização civil e criminal da Empresa e de todos os envolvidos (conforme a Lei 12.846/2013), além de afetar negativamente a nossa imagem.

Em caso de dúvida de como agir, consulte seu gestor imediato, a área de Recursos Humanos, o Comitê de Ética da Empresa ou ainda recorra ao Canal Ético.

11 PARTICIPAÇÃO EM ASSOCIAÇÕES DE CLASSE

A Empresa reconhece o direito de representação de seus colaboradores conferido aos respectivos sindicatos. Mais do que isso, para a empresa a relação com os sindicatos e os líderes, democrática e legitimamente constituídos, é um reconhecimento legal, uma atitude de respeito à democracia e ao pluralismo de opiniões e de interesses.

A Empresa, portanto, pretende sempre pautar sua atitude pelo diálogo, a tolerância e a busca de caminhos comuns que permitam o atendimento dos interesses de todos e o crescimento da empresa e de seus colaboradores, de acordo com as possibilidades e nos limites previstos pela legislação nacional.

12 INCENTIVOS E BRINDES

Comissões, presentes, ganhos pessoais são estímulos costumeiros de mercado, porém na Empresa está vedado qualquer apoio neste sentido, devendo ser repassados para empresa como bonificação no preço do produto adquirido, no momento da negociação.

Os brindes recebidos devem ser entregues na área de Recursos Humanos, a qual irá distribuir de forma igualitária entre todos os colaboradores, evitando privilégios.

13 NORMAS DE CONDUTA PESSOAL

13.1 ATITUDE

A empresa espera de todos os seus colaboradores, sem exceção, a cautela e a diligência que todo o profissional costuma empregar na administração das suas finanças pessoais, além de uma conduta digna, honesta e de acordo com os padrões éticos da sociedade.

13.2 IMAGEM E REPUTAÇÃO

Os colaboradores têm uma imagem a preservar junto a clientes, fornecedores e comunidade. Por isso, devem sempre oferecer o melhor de si a cada momento, tendo para com todos cortesia, atenção e solicitude, além de mostrar serenidade, eficiência, otimismo e acessibilidade.

O descuido com a aparência poderá ser interpretada como negligência, e resultar em prejuízo de uma negociação, podendo prejudicar também a imagem do profissional e da empresa. Vista-se de maneira adequada ao ambiente de trabalho, evitando roupas curtas, justas ou muito chamativas e informais. Deve-se utilizar corretamente e obrigatoriamente o uniforme da empresa, no caso dos colaboradores que ocupem cargos com esta exigência.

É fundamental também o cuidado com a imagem pessoal em redes sociais (mensagens, sites de relacionamento, blogs, fotos, vídeos, etc.), visto que os colaboradores mantêm um vínculo com a empresa da qual faz parte. A Empresa entende que cada um é responsável pelo que expõe de si e pelo que é exposto por terceiros. Portanto, é essencial construir uma reputação com cautela e respeito, considerando que as informações se perpetuem no meio virtual de forma inadequada ou desconfortável para os envolvidos.

13.3 CLIMA INTERNO

É incompatível com um ambiente de trabalho saudável e harmonioso qualquer tipo de ofensa, difamação, restrição à liberdade de expressão, discriminação racial, assim como assédio moral ou sexual.

13.4 PREVENÇÃO E COMBATE AO ASSÉDIO MORAL

A Br Supply está comprometida com a manutenção de um ambiente de trabalho saudável, seguro, respeitoso e livre de qualquer forma de violência, constrangimento, humilhação ou intimidação. Não será tolerada qualquer prática de assédio moral, independentemente do cargo, função ou posição hierárquica das pessoas envolvidas.

O que é assédio moral?

Considera-se assédio moral a exposição repetitiva de uma pessoa a situações humilhantes, constrangedoras, intimidatórias ou degradantes no exercício de suas atividades profissionais, capazes de afetar sua dignidade, integridade ou ambiente de trabalho. A intenção de ofender pode estar presente, mas nem sempre é indispensável para a caracterização da conduta.

O assédio moral pode ocorrer de forma presencial ou por meios eletrônicos e digitais, inclusive e-mails, aplicativos de mensagens, grupos corporativos, redes sociais ou outras ferramentas utilizadas no contexto profissional.

São exemplos de condutas que podem caracterizar assédio moral:

- Gritar ou dirigir-se reiteradamente ao colaborador de maneira agressiva ou desrespeitosa;
- Humilhar ou ridicularizar uma pessoa perante colegas, clientes, fornecedores ou terceiros;
- Utilizar apelidos pejorativos ou expressões ofensivas;
- Ignorar ou isolar deliberadamente um colaborador como forma de punição;
- Excluir injustificadamente alguém de reuniões, atividades ou comunicações necessárias ao exercício de suas funções;
- Espalhar boatos, informações ofensivas ou comentários destinados a prejudicar a reputação de outra pessoa;
- Realizar ameaças frequentes e injustificadas de demissão;
- Constranger colaboradores por meio de e-mails, mensagens, grupos de WhatsApp ou outros canais de comunicação;
- Expor rankings, resultados ou avaliações individuais com finalidade vexatória;
- Atribuir tarefas manifestamente impossíveis ou utilizar cobranças de desempenho como instrumento de humilhação;
- Estimular competição desleal, medo ou constrangimento como método de gestão.

A caracterização do assédio dependerá da análise das circunstâncias concretas de cada situação.

Tipos de assédio moral

- **Vertical descendente:** praticado por superior hierárquico contra subordinado.
- **Vertical ascendente:** praticado por um ou mais subordinados contra gestor ou superior hierárquico.
- **Horizontal:** praticado entre colegas que ocupam posição hierárquica semelhante.
- **Institucional ou organizacional:** ocorre quando práticas, métodos de gestão ou aspectos da cultura organizacional estimulam, permitem ou toleram comportamentos abusivos, humilhantes ou intimidatórios como instrumento para obtenção de resultados.

A Br Supply não admite práticas de gestão baseadas no medo, na humilhação, na intimidação ou na exposição vexatória de seus colaboradores.

13.5 PREVENÇÃO E COMBATE AO ASSÉDIO SEXUAL

A Br Supply não tolera qualquer forma de assédio sexual ou comportamento de natureza sexual indesejado no ambiente de trabalho ou relação às atividades profissionais.

Para fins deste Código, considera-se assédio sexual o constrangimento de alguém com finalidade de obtenção de vantagem ou favorecimento de natureza sexual, sem prejuízo de outras condutas inadequadas de natureza sexual que possam violar a dignidade, liberdade ou integridade da pessoa.

São exemplos de condutas inadequadas ou que podem caracterizar assédio sexual:

- Convites de natureza pessoal ou sexual realizados de maneira insistente e indesejada;
- Comentários inadequados ou de conotação sexual sobre o corpo ou a aparência física de outra pessoa;
- Piadas, insinuações ou comentários de cunho sexual;
- Envio ou compartilhamento de fotos, vídeos, mensagens ou conteúdos de natureza sexual;
- Contatos físicos ou toques sem consentimento;
- Propostas, solicitações ou chantagem de natureza sexual;
- Promessa de promoção, aumento salarial, benefício profissional ou qualquer vantagem em troca de favorecimento sexual;
- Ameaça de demissão ou prejuízo profissional em razão da recusa a uma abordagem de natureza sexual.

Para a caracterização do assédio sexual, não é necessário que exista contato físico ou relação sexual. Dependendo da natureza e gravidade da conduta, um único episódio poderá ser suficiente para caracterizar assédio sexual.

O fato de determinada conduta ser apresentada como brincadeira, elogio ou manifestação de interesse pessoal não afasta sua inadequação quando causar constrangimento ou possuir natureza sexual indesejada.

GESTÃO DO MEIO AMBIENTE 14

A empresa obedece à legislação ambiental aplicável e compromete-se com preservação do meio ambiente. Para isso, mantém um Sistema de Gestão que assegura medidas de controle contra riscos ambientais. Existem objetivos e metas que devem ser cumpridos e visam a:

- **Integrar princípios de preservação ambiental e desenvolvimento sustentável nas decisões estratégicas de negócios;**
- **Observar e assegurar o menor grau de impacto ambiental dos processos de produção;**
- **Cumprir a legislação e zelar pelos altos padrões de qualidade ambiental;**
- **Dirimir qualquer ocorrência que possa prejudicar o meio ambiente, os colaboradores e/ou a comunidade, sendo que, se ocorrer, esta será comunicada às instâncias responsáveis, de maneira verdadeira e imediata, agindo rapidamente para corrigir o problema.**

GESTÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL

15

Responsabilidade social é prática incorporada nos processos de gestão e fator presente na empresa. Busca-se a sustentabilidade, uma vez que nossas atividades afetam a todos que direta ou indiretamente estão ligados à empresa. Essa premissa é consolidada através da solidez econômico-financeira, de atividades ambientais e sociais.

São observadas e mantidas boas práticas de Governança Corporativa, no que tange aos regulamentos contábeis e divulgação pública.

A empresa possui compromissos éticos e legais de responsabilidade social que devem ser observados pelos seus colaboradores:

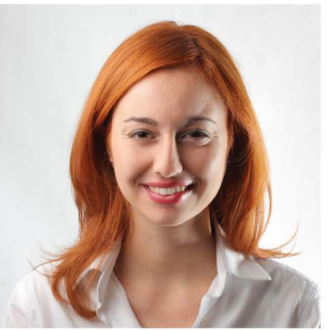






- **Promoção da Cidadania;**
- **Incentivo ao voluntariado;**
- **Promoção do desenvolvimento sustentável;**
- **Transparência nas atividades;**
- **Conhecimento das responsabilidades sociais e comunitárias da empresa;**
- **Participação em atividades com esse fim, sempre que possível; no caso destas ocorrerem durante o horário de expediente, a liderança da área deve conceder autorização prévia.**





16 SUSTENTABILIDADE

A sustentabilidade é um valor, e a empresa espera que todos os colaboradores busquem continuamente em suas atividades priorizar produtos, matérias-primas, fornecedores e materiais que estejam de acordo com este conceito.

A empresa também estimula que todos os seus públicos tenham como base no desenvolvimento dos seus negócios, e no dia-a-dia, atitudes que sejam sustentáveis, que contribuam para a reciclagem, a diminuição da geração de resíduos, a economia de água, de energia elétrica, entre outras ações, que serão promovidas eventualmente através de campanhas de conscientização.

A atuação da empresa busca atingir níveis crescentes de competitividade e rentabilidade, sem descuidar da responsabilidade social. Esse compromisso se traduz pela valorização dos colaboradores como seres humanos, pela priorização às questões de saúde, segurança e preservação do meio ambiente.

Estímulo à atividade de voluntariado, doações, patrocínios e outras formas de apoio ao desenvolvimento e à melhoria das condições de vida das comunidades onde a Empresa está localizada, devem ser praticadas conforme diretrizes traçadas pela empresa.

A empresa não é condescendente com a exploração do trabalho escravo ou infantil, nem com quaisquer outras formas de degradação das condições humanas de trabalho.

17 GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS

17.1 SELEÇÃO E PROMOÇÃO DE PESSOAL

São repudiados quaisquer tipos de discriminação nos processos de recrutamento, seleção, treinamento, remuneração, promoção ou qualquer outro fator que esteja relacionado ao ambiente de trabalho.

A ocupação de funções/cargos é sujeita a procedimentos de avaliação, bem como, a processos internos ou externos de seleção, e não pode ser assegurado, antecipado ou arbitrado a ninguém.

Toda seleção será encaminhada visando o melhor aproveitamento das pessoas, com critérios justos e racionais. A área de Recursos Humanos priorizará, sempre que possível, a seleção interna, e informará os colaboradores sobre os procedimentos e as respectivas exigências quanto ao perfil e responsabilidades do cargo ou função correspondente.

17.2 DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL

A empresa acredita que a capacitação de suas equipes é a base para o sucesso, tanto da empresa quanto dos seus colaboradores. O conhecimento é altamente valorizado pela Empresa, e esta espera que seus colaboradores o valorizem da mesma forma. A empresa orienta que todo colaborador treinado e/ou que participa de cursos, deverá repassar ou multiplicar os conhecimentos adquiridos a outros colegas, para que assim o conhecimento seja disseminado, afim de seja construido um ambiente mais técnico e produtivo para todos.

Espera-se de todos os colaboradores comprometimento e participação ativa nos cursos e treinamentos oferecidos, que são relacionados ao dia a dia de trabalho. Portanto, busca-se a aplicação prática e imediata dos conhecimentos adquiridos.

17.3 SEGURANÇA E SAÚDE OCUPACIONAL

A Saúde e Segurança Ocupacional no Trabalho é prioridade para a Empresa. Os colaboradores, prestadores de serviços e visitantes devem cumprir com as normas de segurança e saúde estabelecidas pela empresa. A empresa disponibiliza instalações adequadas, métodos e equipamentos de proteção, de modo a proporcionar um ambiente saudável e seguro.

Situações que envolvam riscos para si e para outros, devem ser imediatamente comunicados à liderança imediata e/ou a área de Recursos Humanos, e também poderá ser comunicado a CIPA (Comissão Interna de Prevenção de Acidentes), quando esta existir na unidade.

Deve-se buscar constantemente a identificação e eliminação de perigos que possam causar danos à saúde e risco à vida dos colaboradores.

Todos os colaboradores e lideranças devem fiscalizar e exigir o uso de EPI's (Equipamento de Proteção Individual) e EPC's (Equipamento de Proteção Coletiva) dos colaboradores, prestadores de serviço, fornecedores e visitantes, nas áreas que a utilização seja de uso obrigatório. O principal objetivo é primar e zelar pela saúde e bem-estar das pessoas, buscando sempre o “Acidente Zero” na Empresa.

17.4 PROGRAMA EMPRESA CIDADÃ

A Empresa reafirma seu compromisso com a valorização das pessoas, a promoção do bem-estar familiar e a responsabilidade social, informando sua adesão ao Programa Empresa Cidadã, nos termos da legislação vigente.

Licença-maternidade ampliada de 120 (cento e vinte) dias para 180 (cento e oitenta) dias;
Licença-paternidade ampliada de 05 (cinco) dias para 20 (vinte) dias.

As licenças estendidas serão concedidas conforme as regras estabelecidas pelo Programa Empresa Cidadã, pela legislação aplicável e pelas políticas internas da Empresa, sendo vedada qualquer forma de discriminação ou prejuízo profissional em razão do exercício desses direitos.

A Empresa entende que o fortalecimento dos vínculos familiares contribui para um ambiente de trabalho mais humano, ético e sustentável, alinhado aos seus valores e princípios.

17.5 EQUIDADE DE GÊNERO E PROMOÇÃO DE OPORTUNIDADES

A Br Supply reafirma seu compromisso com a equidade de gênero e com a promoção de um ambiente de trabalho inclusivo, diverso e livre de qualquer forma de discriminação, em conformidade com a legislação vigente e com as melhores práticas de governança corporativa.

A Companhia assegura que seus processos de recrutamento, seleção, avaliação de desempenho, promoção, remuneração e acesso a posições de liderança sejam conduzidos com base em critérios objetivos, técnicos e meritocráticos, vedada qualquer distinção em razão de gênero.

Com o objetivo de reduzir desigualdades estruturais e promover oportunidades equitativas, a Br Supply poderá adotar ações internas de desenvolvimento profissional, capacitação e acompanhamento de indicadores relacionados à participação de mulheres e outros grupos sub-representados em posições de liderança e tomada de decisão.

A Br Supply compromete-se a observar e apoiar as diretrizes estabelecidas pelo Decreto nº 11.430/2023, que institui políticas voltadas à promoção da equidade entre mulheres e homens no ambiente de trabalho, estimulando práticas organizacionais que favoreçam a igualdade de oportunidades, o desenvolvimento profissional e a valorização da diversidade.

Condutas discriminatórias, práticas excludentes ou qualquer forma de assédio baseada em gênero são incompatíveis com os valores da Br Supply e sujeitam-se às medidas disciplinares cabíveis, nos termos deste Código de Ética e da legislação aplicável.”

18 RELATÓRIOS DE IGUALDADE SALARIAL

Em cumprimento à Lei nº 14.611, de 3 de julho de 2023, e às demais normas aplicáveis, a Companhia apresenta, a seguir, seus Relatórios de Igualdade Salarial.

Considerando a estrutura organizacional da Companhia, os relatórios estão divididos e apresentados individualmente, de acordo com os CNPJs da matriz e das filiais, assegurando transparência e clareza na divulgação das informações.

Esta iniciativa reafirma o compromisso da Companhia com a equidade salarial, a diversidade e a adoção de práticas justas e responsáveis em suas relações de trabalho.

18.1 EXTRATO 2026 - I

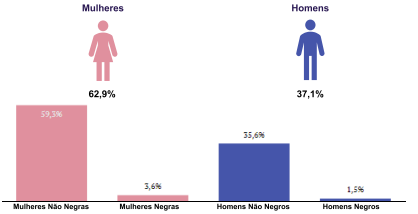
Relatório de Transparência e Igualdade Salarial de Mulheres e Homens - 1º Semestre 2026
Empregador: 03.746.938/0010-34 / Quant. de trabalhadores ativos em 31/12/2025: 276

Diferença salarial entre mulheres e homens

- O salário contratual mediano das mulheres equivale a 47,6% do recebido pelos homens.
- A remuneração média mensal das mulheres equivale a 40,5% da recebida pelos homens.

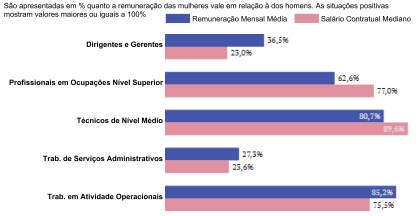
Indicador	Definição	Razão M/H
Salário Contratual Mediano	Salário mediano para Mulheres (M) ÷ Salário mediano para Homens (H) = Razão M / H = quanto o salário das mulheres equivale ao salário dos homens, em %	47,6%
Remuneração Mensal Média	(Número Total de Homens = Remuneração Mensal Média para Homens (H)) ÷ (Número Total de Mulheres = Remuneração Mensal Média para Mulheres (M)) = Razão M / H = quanto a remuneração das mulheres equivale à remuneração dos homens, em porcentagem (%)	40,5%

Composição do total de empregados por sexo e raça/cor



Diferença salarial entre homens e mulheres, por grandes grupos ocupacionais

São apresentadas em % quanto a remuneração das mulheres vale em relação à dos homens. As situações positivas mostram valores maiores ou iguais a 100%



Para cada grupo de ocupação que não apresente cálculo da diferença, para salário de contratação ou para remuneração média, pode ter ocorrido um dos seis motivos:(1) por ter menos de três mulheres; (2) por ter menos de três homens; (3) por não ter mulheres; (4) por não ter homens; (5) por não ter três homens nem três mulheres naquele grupo ocupacional; (6) por não ter nem homens nem mulheres naquele grupo ocupacional.

Critérios de remuneração e ações para garantir diversidade

Critérios remuneratórios	
Plano de Cargos e Salários ou Plano de Carreira	
Cumprir metas de produção	PLR
Disponibilidade para horas extras, reuniões com clientes e viagens	
Disponibilidade de pessoa em ocupações específicas	
Tempo de experiência profissional	PLR
Capacidade de trabalho em equipe	PLR
Proatividade, desenvolvimento de ideias e sugestões	PLR
Ações para aumentar a diversidade	
Ações de apoio a compartilhamento de obrigações familiares para ambos os sexos	PLR PLR PLR
Políticas de contratação de mulheres (negras, com deficiência, em situação de violência, chefes de família, LGBTQIA+, indígenas)	
Políticas de promoção de mulheres para cargos de direção e gerência	

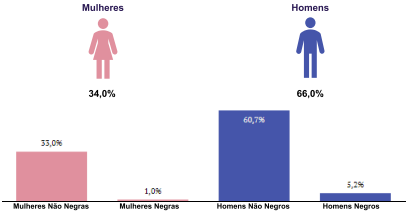
Relatório de Transparência e Igualdade Salarial de Mulheres e Homens - 1º Semestre 2026
Empregador: 03.746.938/0013-87 / Quant. de trabalhadores ativos em 31/12/2025: 193

Diferença salarial entre mulheres e homens

- O salário contratual mediano das mulheres equivale a 81,2% do recebido pelos homens.
- A remuneração média mensal das mulheres equivale a 67,9% da recebida pelos homens.

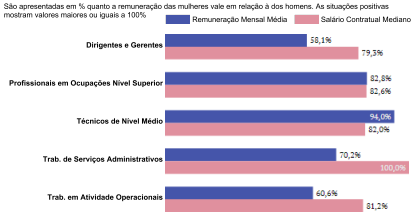
Indicador	Definição	Razão M/H
Salário Contratual Mediano	Salário mediano para Mulheres (M) ÷ Salário mediano para Homens (H) = Razão M / H = quanto o salário das mulheres equivale ao salário dos homens, em %	81,2%
Remuneração Mensal Média	(Número Total de Homens = Remuneração Mensal Média para Homens (H)) ÷ (Número Total de Mulheres = Remuneração Mensal Média para Mulheres (M)) = Razão M / H = quanto a remuneração das mulheres equivale à remuneração dos homens, em porcentagem (%)	67,9%

Composição do total de empregados por sexo e raça/cor



Diferença salarial entre homens e mulheres, por grandes grupos ocupacionais

São apresentadas em % quanto a remuneração das mulheres vale em relação à dos homens. As situações positivas mostram valores maiores ou iguais a 100%



Para cada grupo de ocupação que não apresente cálculo da diferença, para salário de contratação ou para remuneração média, pode ter ocorrido um dos seis motivos:(1) por ter menos de três mulheres; (2) por ter menos de três homens; (3) por não ter mulheres; (4) por não ter homens; (5) por não ter três homens nem três mulheres naquele grupo ocupacional; (6) por não ter nem homens nem mulheres naquele grupo ocupacional.

Critérios de remuneração e ações para garantir diversidade

Critérios remuneratórios	
Plano de Cargos e Salários ou Plano de Carreira	
Cumprir metas de produção	PLR
Disponibilidade para horas extras, reuniões com clientes e viagens	
Disponibilidade de pessoa em ocupações específicas	
Tempo de experiência profissional	PLR
Capacidade de trabalho em equipe	PLR
Proatividade, desenvolvimento de ideias e sugestões	PLR
Ações para aumentar a diversidade	
Ações de apoio a compartilhamento de obrigações familiares para ambos os sexos	PLR PLR PLR
Políticas de contratação de mulheres (negras, com deficiência, em situação de violência, chefes de família, LGBTQIA+, indígenas)	
Políticas de promoção de mulheres para cargos de direção e gerência	

Relatório de Transparência e Igualdade Salarial de Mulheres e Homens - 1º Semestre 2026
Empregador: 03.746.938/0015-49 / Quant. de trabalhadores ativos em 31/12/2025: 305

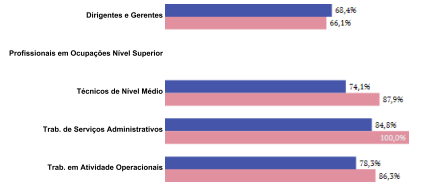
Diferença salarial entre mulheres e homens

- O salário contratual mediano das mulheres equivale a 100,0% do recebido pelos homens.
- A remuneração média mensal das mulheres equivale a 70,8% da recebida pelos homens.

Indicador	Definição	Razão M/H
Salário Contratual Mediano	Salário mediano para Mulheres (M) / Salário mediano para Homens (H) — Razão M / H = quanto o salário das mulheres equivale ao salário dos homens, em %	100,0%
Remuneração Mensal Média	Número Total de Homens = Remuneração Mensal Média para Homens (H); Número Total de Mulheres = Remuneração Mensal Média para Mulheres (M) — Razão M / H = quanto a remuneração das mulheres equivale à remuneração dos homens, em porcentagem (%)	70,8%

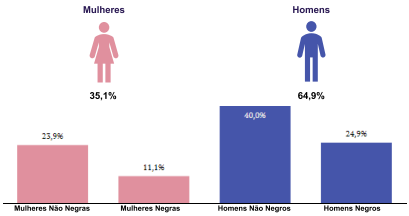
Diferença salarial entre homens e mulheres, por grandes grupos ocupacionais

São apresentadas em % quanto a remuneração das mulheres vale em relação à dos homens. As situações positivas mostram valores maiores ou iguais a 100%



Para cada grupo de ocupação que não apresenta cálculo da diferença, para salário de contratação ou para remuneração média, pode ter ocorrido um dos seis motivos:(1) por ter menos de três mulheres; (2) por ter menos de três homens; (3) por não ter mulheres; (4) por não ter homens; (5) por não ter três homens nem três mulheres naquele grupo ocupacional; (6) por não ter nem homens nem mulheres naquele grupo ocupacional.

Composição do total de empregados por sexo e raça/cor



Critérios de remuneração e ações para garantir diversidade

Critérios remuneratórios	
Plano de Cargos e Salários ou Plano de Carreira	
Cumprir metas de produção	PLR PLP
Disponibilidade para horas extras, reuniões com clientes e viagens	
Disponibilidade de pessoa em ocupações específicas	
Tempo de experiência profissional	PLR PLP
Capacidade de trabalho em equipe	PLR PLP
Proatividade, desenvolvimento de ideias e sugestões	PLR PLP
Ações para aumentar a diversidade	
Ações de apoio a compartilhamento de obrigações familiares para ambos os sexos	PLR PLP PAE PAT
Políticas de contratação de mulheres (negras, com deficiência, em situação de violência, chefes de família, LGBTQIA+, indígenas)	
Políticas de promoção de mulheres para cargos de direção e gerência	

Fonte: MTE – eSocial, RAIS Mensal (Dezembro/2025) e Portal Emprega Brasil (Fevereiro/2026).
Nota: Os vínculos ativos correspondem à competência de dezembro de 2025, enquanto as remunerações consideram o período de janeiro a dezembro de 2025. As demais informações complementares foram coletadas em fevereiro de 2026.

18.2 EXTRATO 2026 - II

Relatório de Transparência e Igualdade Salarial de Mulheres e Homens - 2º Semestre 2026
Empregador: 03.746.938/0010-34 / Quant. de trabalhadores ativos em 30/06/2026: 253

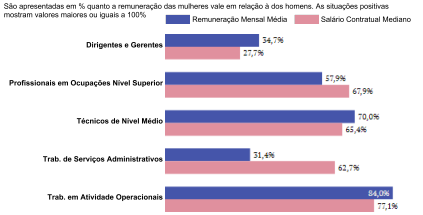
Diferença salarial entre mulheres e homens

- O salário contratual mediano das mulheres equivale a 44,5% do recebido pelos homens.
- A remuneração média mensal das mulheres equivale a 39,6% da recebida pelos homens.

Indicador	Definição	Razão M/H
Salário Contratual Mediano	Salário mediano para Mulheres (M) / Salário mediano para Homens (H) — Razão M / H = quanto o salário das mulheres equivale ao salário dos homens, em %	44,5%
Remuneração Mensal Média	Número Total de Homens = Remuneração Mensal Média para Homens (H); Número Total de Mulheres = Remuneração Mensal Média para Mulheres (M) — Razão M / H = quanto a remuneração das mulheres equivale à remuneração dos homens, em porcentagem (%)	39,6%

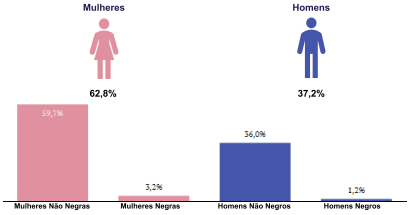
Diferença salarial entre homens e mulheres, por grandes grupos ocupacionais

São apresentadas em % quanto a remuneração das mulheres vale em relação à dos homens. As situações positivas mostram valores maiores ou iguais a 100%



Para cada grupo de ocupação que não apresenta cálculo da diferença, para salário de contratação ou para remuneração média, pode ter ocorrido um dos seis motivos:(1) por ter menos de três mulheres; (2) por ter menos de três homens; (3) por não ter mulheres; (4) por não ter homens; (5) por não ter três homens nem três mulheres naquele grupo ocupacional; (6) por não ter nem homens nem mulheres naquele grupo ocupacional.

Composição do total de empregados por sexo e raça/cor



Critérios de remuneração e ações para garantir diversidade

Critérios remuneratórios	
Plano de Cargos e Salários ou Plano de Carreira	
Cumprir metas de produção	PLR PLP
Disponibilidade para horas extras, reuniões com clientes e viagens	
Disponibilidade de pessoa em ocupações específicas	
Tempo de experiência profissional	PLR PLP
Capacidade de trabalho em equipe	PLR PLP
Proatividade, desenvolvimento de ideias e sugestões	PLR PLP
Ações para aumentar a diversidade	
Ações de apoio a compartilhamento de obrigações familiares para ambos os sexos	PLR PLP PAE PAT
Políticas de contratação de mulheres (negras, com deficiência, em situação de violência, chefes de família, LGBTQIA+, indígenas)	
Políticas de promoção de mulheres para cargos de direção e gerência	

Relatório de Transparência e Igualdade Salarial de Mulheres e Homens - 2º Semestre 2026
Empregador: 03.746.938/0013-87 / Quant. de trabalhadores ativos em 30/06/2026: 194

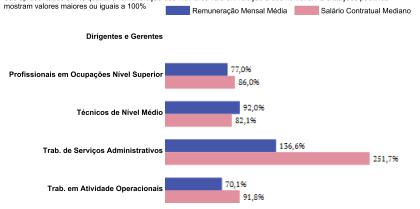
Diferença salarial entre mulheres e homens

- O salário contratual mediano das mulheres equivale a 79,4% do recebido pelos homens.
- A remuneração média mensal das mulheres equivale a 68,3% da recebida pelos homens.

Indicador	Definição	Razão M/H
Salário Contratual Mediano	Salário mediano para Mulheres (M) ÷ Salário mediano para Homens (H) = Razão M / H = quanto o salário das mulheres equivale ao salário dos homens, em %	79,4%
Remuneração Mensal Média	Número Total de Homens = Remuneração Mensal Média para Homens (H); Número Total de Mulheres = Remuneração Mensal Média para Mulheres (M); Razão M / H = quanto a remuneração das mulheres equivale à remuneração dos homens, em porcentagem (%)	68,3%

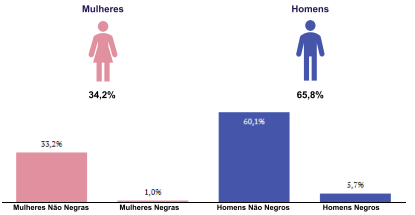
Diferença salarial entre homens e mulheres, por grandes grupos ocupacionais

São apresentadas em % quanto a remuneração das mulheres vale em relação à dos homens. As situações positivas mostram valores maiores ou iguais a 100%



Para cada grupo de ocupação que não apresenta cálculo da diferença, para salário de contratação ou para remuneração média, pode ter ocorrido um dos seis motivos:(1) por ter menos de três mulheres; (2) por ter menos de três homens; (3) por não ter mulheres; (4) por não ter homens; (5) por não ter três homens nem três mulheres naquele grupo ocupacional; (6) por não ter nem homens nem mulheres naquele grupo ocupacional.

Composição do total de empregados por sexo e raça/cor



Critérios de remuneração e ações para garantir diversidade

Critérios remuneratórios	
Plano de Cargos e Salários ou Plano de Carreira	
Cumprir metas de produção	PCD
Disponibilidade para horas extras, reuniões com clientes e viagens	
Disponibilidade de pessoa em ocupações específicas	
Tempo de experiência profissional	PCD
Capacidade de trabalho em equipe	PCD
Proatividade, desenvolvimento de ideias e sugestões	PCD
Ações para aumentar a diversidade	
Ações de apoio a compartilhamento de obrigações familiares para ambos os sexos	PCD PCD PCD
Políticas de contratação de mulheres (negras, com deficiência, em situação de violência, chefes de família, LGBTQIA+, Indígenas)	
Políticas de promoção de mulheres para cargos de direção e gerência	

Relatório de Transparência e Igualdade Salarial de Mulheres e Homens - 2º Semestre 2026
Empregador: 03.746.938/0015-49 / Quant. de trabalhadores ativos em 30/06/2026: 289

Diferença salarial entre mulheres e homens

- O salário contratual mediano das mulheres equivale a 87,9% do recebido pelos homens.
- A remuneração média mensal das mulheres equivale a 69,6% da recebida pelos homens.

Indicador	Definição	Razão M/H
Salário Contratual Mediano	Salário mediano para Mulheres (M) ÷ Salário mediano para Homens (H) = Razão M / H = quanto o salário das mulheres equivale ao salário dos homens, em %	87,9%
Remuneração Mensal Média	Número Total de Homens = Remuneração Mensal Média para Homens (H); Número Total de Mulheres = Remuneração Mensal Média para Mulheres (M); Razão M / H = quanto a remuneração das mulheres equivale à remuneração dos homens, em porcentagem (%)	69,6%

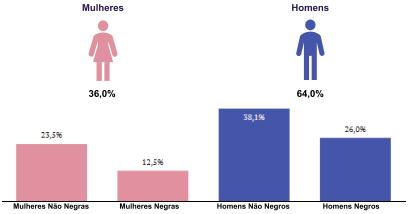
Diferença salarial entre homens e mulheres, por grandes grupos ocupacionais

São apresentadas em % quanto a remuneração das mulheres vale em relação à dos homens. As situações positivas mostram valores maiores ou iguais a 100%



Para cada grupo de ocupação que não apresenta cálculo da diferença, para salário de contratação ou para remuneração média, pode ter ocorrido um dos seis motivos:(1) por ter menos de três mulheres; (2) por ter menos de três homens; (3) por não ter mulheres; (4) por não ter homens; (5) por não ter três homens nem três mulheres naquele grupo ocupacional; (6) por não ter nem homens nem mulheres naquele grupo ocupacional.

Composição do total de empregados por sexo e raça/cor



Critérios de remuneração e ações para garantir diversidade

Critérios remuneratórios	
Plano de Cargos e Salários ou Plano de Carreira	
Cumprir metas de produção	PCD
Disponibilidade para horas extras, reuniões com clientes e viagens	
Disponibilidade de pessoa em ocupações específicas	
Tempo de experiência profissional	PCD
Capacidade de trabalho em equipe	PCD
Proatividade, desenvolvimento de ideias e sugestões	PCD
Ações para aumentar a diversidade	
Ações de apoio a compartilhamento de obrigações familiares para ambos os sexos	PCD PCD PCD
Políticas de contratação de mulheres (negras, com deficiência, em situação de violência, chefes de família, LGBTQIA+, Indígenas)	
Políticas de promoção de mulheres para cargos de direção e gerência	

Fonte: MTE – eSocial, RAIS Mensal (Junho/2026) e Portal Emprega Brasil (Agosto/2026).
Nota: Os vínculos ativos correspondem à competência de junho de 2026, enquanto as remunerações consideram o período de julho de 2025 a junho de 2026. As demais informações complementares foram coletadas em agosto de 2026.

19 RESOLUÇÕES

19.1 DÚVIDAS E VIOLAÇÕES

Estão descritas neste Código de Conduta e Ética as diretrizes de trabalho de nossa empresa. Elas revelam o ideal de uma atuação empresarial focada no conceito de responsabilidade social corporativa, que prioriza a ética e a transparência em todas as suas relações.

As diretrizes deste Código permitem avaliar grande parte das situações, e minimizar a subjetividade das interpretações pessoais sobre princípios morais e éticos, mas não detalham necessariamente todas as situações que podem surgir no dia-a-dia de cada colaborador. Assim, em caso de dúvidas na aplicação das diretrizes deste Código, o Gestor ou o Diretor deverão ser consultados.

O colaborador que violar uma conduta, prática ou política da Empresa, ou que permita que um liderado o faça, estará sujeito a ação disciplinar, inclusive a de ser dispensado. O colaborador que tiver conhecimento de violação a qualquer aspecto deste Código, por parte de qualquer pessoa, deverá levar tal fato ao conhecimento do Gestor de sua área ou da Diretoria.

19.2 COMITÊ DE CONDUTA E ÉTICA

O Comitê de Conduta e Ética é constituído por Diretores da empresa, e é responsável por tratar as situações de conflito e ocorrências relacionadas ao não cumprimento deste código.

O Comitê receberá todas as dúvidas ou de necessidade de interpretação na aplicação deste Código, de forma direta ou através dos canais de comunicação disponibilizados pela empresa.

Nos casos de suspeita de violação a este Código, o Comitê poderá ser chamado a apreciar os fatos, contribuir para o seu esclarecimento e formular sugestões de solução para os problemas eventualmente ocorridos ou existentes.

Caberá ainda ao Comitê promover a discussão e efetuar a revisão periódica deste Código.

19.3 CANAL DE ÉTICA

A empresa disponibiliza aos colaboradores, fornecedores, clientes e demais partes interessadas, um canal de comunicação direto e confiável para que possam ser relatadas situações identificadas de desvio ao atendimento deste Código.

O canal de comunicação é independente, e a gestão é feita por empresa especializada, contratada para dar confiabilidade ao processo.

Sendo assim, caso seja constatada alguma atitude que seja conflitante com este Código, qualquer pessoa poderá acessar este canal e fazer o seu relato, de forma sigilosa, sendo preservada a sua identidade.

Estes canais possuem profissionais capacitados (incluindo Psicólogos e Advogados), que orientarão as pessoas sobre a forma adequada de comunicar os fatos. Todos os relatos serão tratados pelo Comitê de Conduta e Ética, e terão uma devolutiva de atendimento, preservando a identidade de quem fez o relato.

A empresa espera que todos contribuam com a consolidação deste Código, e conta com o empenho de todos na informação de situações que possam estar afetando o atendimento das premissas aqui descritas.

LIGUE
0800 602 6911

ou

ACESSE
contatoseguro.com.br/brsupply

Queremos ouvir você!



contato seguro
CANAL DE ÉTICA

POLÍTICA REFERENTE AOS REQUISITOS ESSENCIAIS DE TRABALHO DO FSC®

Como empresa detentora da certificação FSC (Código de Licença FSC-C138494), estamos comprometidos em cumprir com os requisitos essenciais do trabalho estabelecidos pelo FSC, conforme publicado na seção 7 da norma FSC-STD-40-004 Versão 3-1. Assim, declaramos:

1. Não utilizamos trabalho infantil.

- Não empregamos colaboradores com idade inferior a 18 anos, exceto na condição de menor aprendiz ou de estagiário, para os quais estipulamos a idade mínima de 14 anos para a contratação, em trabalhos leves e não perigosos, em atividades não prejudiciais à saúde ou ao desenvolvimento, e em horário que não prejudique a frequência escolar.

- Nós repudiamos as piores formas de trabalho infantil, ou seja, quaisquer atividades que coloquem em perigo a segurança, a saúde, a integridade e a moralidade das crianças, tais como todas as formas de trabalho forçado, servidão, aliciamento para prostituição, pornografia infantil ou qualquer outra atividade ilícita, bem como trabalhos perigosos.

2. Nós repudiamos todas as formas de trabalho forçado e obrigatório.

- Nossas relações de trabalho são voluntárias e baseadas no consentimento mútuo, sem a ameaça de penalidade.

- Não temos nenhuma evidência de práticas indicativas de trabalho forçado ou obrigatório, incluindo, entre outras, as seguintes:

- Violência física e sexual; trabalho forçado; retenção de salários, incluindo pagamento de taxas de emprego e/ou pagamento de depósito para iniciar o emprego; restrição de mobilidade/movimento; retenção de passaporte e documentos de identidade; ameaças de denúncia às autoridades

3. Nós repudiamos quaisquer tipos de discriminação no emprego e na ocupação.

- Nossas práticas de emprego e ocupação não são discriminatórias, não havendo qualquer distinção em relação a cor, sexo, idade, religião, origem social, opinião política, orientação sexual ou qualquer outro tratamento que possa ter efeito de limitar a igualdade de oportunidade no trabalho.

4. Nós respeitamos a liberdade de associação e o direito efetivo à negociação coletiva.

- Nossos colaboradores podem ingressar livremente no sindicato de trabalhadores estabelecido para defender seus interesses. Nós respeitamos a total liberdade das organizações de trabalhadores para elaborar suas constituições e regras.

- Nós respeitamos os direitos dos trabalhadores de se envolverem em atividades legais relacionadas à associação ou assistência a organizações de trabalhadores, ou a abster-se de fazer o mesmo, e não discriminamos ou punimos nossos colaboradores pelo exercício desses direitos.

- Nós negociamos com associações de trabalhadores legalmente estabelecidas e/ou representantes devidamente selecionados de boa-fé, e com os melhores esforços para alcançar um acordo de negociação coletiva, e os acordos de negociação coletiva são devidamente implementados.

CÓDIGO DE CONDUTA, ÉTICA E IGUALDADE

TERMO DE RECEBIMENTO E COMPROMISSO

Declaro ter recebido uma edição do CÓDIGO DE CONDUTA, ÉTICA E IGUALDADE da empresa, BRS Suprimentos Corporativos S/A, comprometendo-me em sua leitura, na íntegra, bem como no cumprimento das normas e diretrizes nele contidas.

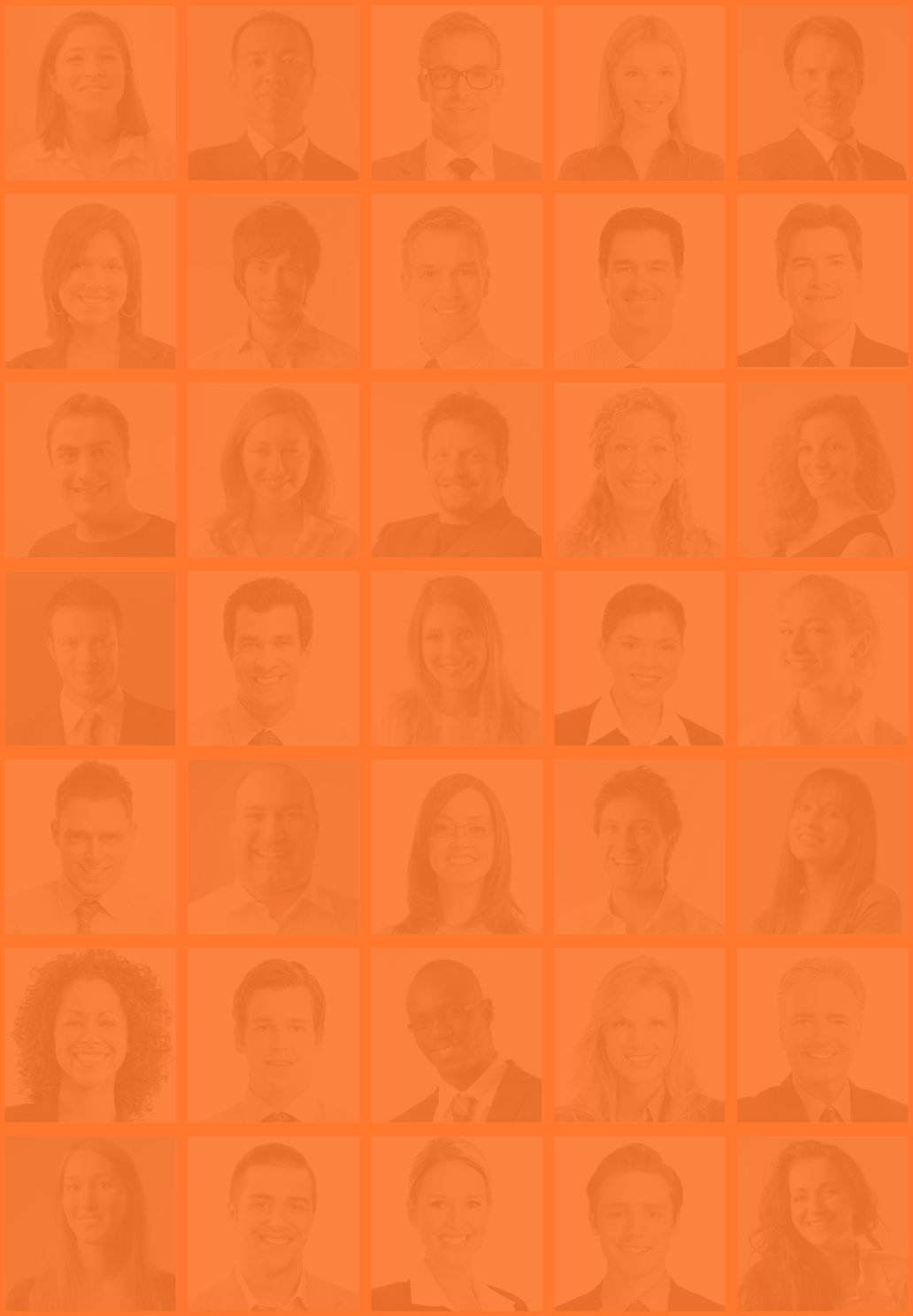
NOME: _____

CPF: _____ DATA: ____/____/____

ASSINATURA: _____

Nota: caso seja fornecedor. Favor assinar, digitalizar e enviar ao gestor de compras.

BrSUPPLY
Suprimentos Corporativos




BrSUPPLY
Suprimentos Corporativos