Relatório Anual e de Sustentabilidade

GPA 2020

Sumário

Introdução 3
- Propósito do Relatório 4
- Mensagem da Administração 6

O GPA 11
- Nossos negócios 12
- Estratégia 18
- Transformação digital 21
- Governança 33
- Ética e Integridade 35
- Privacidade e segurança da informação 36
- Gestão de riscos 37
- Nossa atuação frente à Covid-19 38

Geração de Valor Sustentável 46
- Estratégia de Sustentabilidade 47
- Nossa geração de valor 50
- Colaborar para transformar 51

Transformação na cadeia de valor 54
- Gestão de riscos de cadeias críticas 56
- Bem-estar animal 57
- Combate ao desmatamento 61
- Compra responsável de pescados 68
- Condições de trabalho 69
- Produtos e serviços mais sustentáveis 72

Combate às mudanças climáticas 84
- Controle e redução de emissões 87
- Consumo de energia elétrica 89
- Consumo de combustíveis na logística 91
- Gestão de resíduos 93

Valorização da Nossa Gente 97
- Diversidade e Inclusão no GPA 99
- Cultura e engajamento 118
- Carreira e desenvolvimento 121

Engajamento com a sociedade 131
- Despertar o trabalho por vocação 135
- Atitudes transformadoras 144
- Apoio ao desenvolvimento de jovens 145

Anexos 147
- Prêmios e reconhecimentos 148
- Metas 151
- Indicadores de desempenho GPA Brasil 153
- Indicadores de desempenho Grupo Éxito 158
- Ferramentas de leitura 162
- Parecer da auditoria 165
- Créditos 168

Introdução

Temas Materiais

Eixos Estratégicos

Colaborador do Pão de Açúcar
na seção de hortifrúti

Propósito do Relatório

GRI 102-50, 102-52 e 102-53

Este Relatório coloca em prática nosso compromisso com a transparência e o diálogo, apresentando a forma como fazemos negócio, a nossa estratégia de sustentabilidade, os nossos diferenciais, as iniciativas e os projetos desenvolvidos e o desempenho alcançado em 2020.

Desde 1999, publicamos nossos relatórios todos os anos, o que demonstra a consistência de nosso compromisso com a transparência e a construção de uma sociedade mais responsável e inclusiva. **Conheça as publicações dos anos anteriores.**

Caso tenha dúvidas, ou queira compartilhar suas sugestões e comentários sobre o Relatório, por favor, escreva para **comunicacao.corporativa@gpabr.com**

Fique atento!

Os indicadores sociais e ambientais aqui apresentados abrangem todo o Grupo, considerando o ano de 2020.

Ao longo do conteúdo, sempre que usarmos os termos "GPA", "Companhia" ou "Grupo", nos referimos ao GPA e todos os seus negócios. Quando nos referimos especificamente a um dos negócios, usamos seus nomes. Além da visão consolidada GPA, o varejo do Brasil (Multivarejo), o Assaí Atacadista e o Grupo Éxito são os principais negócios apresentados aqui com visões independentes — inclusive, nos indicadores —, oferecendo maior clareza e transparência.

Também apresentamos os indicadores que se referem à "Corporação" quando falamos das áreas institucionais corporativas, transversais aos diferentes negócios.

Em 31 de dezembro de 2020, foi aprovada a proposta de reorganização societária que resultou na cisão entre GPA e Assaí, com a incorporação do Grupo Éxito ao GPA. A transação permitiu a criação de duas companhias independentes, com forte alinhamento estratégico e objetivos de negócios bem definidos, liberando o maior potencial de cada uma das companhias e a geração de valor para os(as) acionistas.

Com a finalização do processo de cisão, a marca GPA foi adotada para as operações de varejo no Brasil e a marca Multivarejo, que era uma subdivisão interna dos negócios no Brasil, será descontinuada.

MELHORES PRÁTICAS

GRI 102-46 e 102-54

O monitoramento, gestão e reporte de nossos indicadores estão baseados em nossa estratégia de sustentabilidade, com métricas para acompanhar o avanço do desempenho de nossas ações e compromissos (saiba mais na página 151).

Além disso, consideramos também como orientadores as melhores práticas globais de gestão e reporte.

Conheça a seguir as diretrizes que orientam o relato:

Metodologia Casino e Indicadores estratégicos

As principais bases que orientam o relato dos indicadores apresentados neste Relatório são a nossa estratégia de sustentabilidade (página 47) e o *CSR Program*, metodologia do Casino, nosso controlador, que atende às exigências legais e regulamentares de seu país sede, a França.

Nossos indicadores estratégicos são apresentados ao longo do conteúdo e, também, reunidos nos Indicadores de Desempenho (página 153), com detalhamento de histórico e abertura por negócio.

GRI

Reportamos também indicadores complementares, propostos pela *Global Reporting Initiative*. O Índice GRI (página 162) traz a explicação de cada indicador e a página em que ele se encontra. Ao longo do conteúdo, a sigla GRI-XXX-X no início dos subcapítulos, mostra os indicadores ali apresentados.

IR

Outras referências adotadas são as orientações do Relato Integrado, buscando apresentar os capitais relevantes à geração de valor do negócio apresentados na página 50.

OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Adicionalmente, apresentamos os principais Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) com os quais nossas iniciativas contribuem. No início de cada capítulo, trazemos os logos dos ODS que têm relação com aquele conteúdo. No Mapa de ODS (página 164), você pode ter uma visão completa de quais páginas trazem conteúdos relevantes para cada ODS impactado.

Uma amostra dos indicadores apresentados neste Relatório, sinalizados em Indicadores de Desempenho (página 153) e no parecer dos(as) auditores(as) (página 165), passou por verificação externa independente, realizada pela KPMG.

Mensagem da Administração

MENSAGEM DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

No ano em que o mundo todo enfrentou uma crise sanitária e econômica sem precedentes, foi primordial reagir com prontidão e precisão, especialmente para nosso Grupo, dada a natureza essencial de nosso serviço a toda a população.

Com a dedicação, o profissionalismo e o compromisso de nossas equipes na América do Sul, e orientados por uma estratégia assertiva e bem fundamentada, garantimos que todos(as) os(as) nossos(as) clientes tivessem acesso aos produtos essenciais todos os dias com segurança, eficiência e comodidade.

A pandemia foi um catalisador para uma transformação profunda nos hábitos de consumo. As compras *online*, que já representavam uma parte significativa de nosso negócio de varejo, cresceram em um ritmo acelerado graças às nossas ofertas de soluções digitais completas no *e-commerce* e *marketplace*, à entrega eficiente das lojas para as casas dos(as) clientes e às plataformas logísticas especializadas. Desenvolvemos nosso negócio para atender nossos(as) clientes onde, quando e como eles(as) desejarem.

Além disso, fortalecemos os programas de fidelidade para oferecer aos(às) consumidores vantagens e opções de qualidade em nosso ecossistema. Em 2020, consolidamos essa base de clientes fiéis, com mais de 34 milhões de clientes cadastrados(as) na América do Sul.

Foi um ano para acelerar e consolidar a estratégia digital dos negócios de varejo, como base para o crescimento do GPA e do Éxito, abrindo caminho para novas oportunidades no futuro. A busca permanente pela inovação é o pilar sobre a qual estão construídas nossa identidade e nossa atuação multicanal, multiformato e multirregião.

O segmento de atacarejo continuou apresentando crescimento exponencial, com aumento de 29,6% nas vendas em relação ao ano anterior. O Assaí avançou em seu plano de expansão orgânica, oferecendo seus produtos e serviços a mais clientes durante a pandemia e consolidando ainda a atratividade de seu formato de loja. Em 2020, foram inauguradas 19 lojas, incluindo as primeiras da bandeira no Estado do Maranhão e em Roraima, e mais de 5 mil novos empregos foram gerados em todo o Brasil. O Assaí totalizou 184 unidades ao final do ano.

Reorganizamos nossa estrutura corporativa na América do Sul, separando nosso negócio de atacarejo, Assaí, de nossas atividades de varejo, GPA e Éxito. A transação, aprovada pelos(as) acionistas(as) em assembleia, realizada em 31 de dezembro, permite a cada empresa buscar as suas próprias oportunidades de negócio com maior foco e independência, gerando assim mais valor a todos os *stakeholders*.

Outro eixo importante de nossa estratégia é representado pelo compromisso com a construção de um negócio responsável. Em um ano que exigiu tanto esforço de nossas equipes operacionais, não deixamos de lado o propósito de construir um negócio cada vez mais sustentável e inclusivo para todos(as).

Aprimoramos nosso CDP (*Carbon Disclosure Project*) e anunciamos nosso compromisso de reduzir as emissões de carbono em, no mínimo, 30% até 2025, comparado ao ano de 2015.

Promovemos, por meio do Instituto GPA, campanhas de doação de alimentos e itens de higiene pessoal para as pessoas em situação de vulnerabilidade, diante da crise econômica e de saúde enfrentada pelo mundo em 2020. Doamos mais de 5,9 mil toneladas em produtos que beneficiaram mais de 640 mil famílias em todo o País. Também apoiamos os pequenos negócios por meio de fundos emergenciais, que ajudaram mais de 2.700 empreendedores(as).

Como reconhecimento ao nosso compromisso e ações nos temas de sustentabilidade e responsabilidade corporativa, o GPA foi incluído na 16ª edição do Índice de Sustentabilidade Empresarial da B3.

Olhamos para o futuro e estamos confiantes de que temos os alicerces necessários para enfrentar os desafios que virão: uma estratégia assertiva, equipes comprometidas e qualificadas, e foco no desenvolvimento sustentável.

Somos uma das maiores empresas de varejo alimentar da América do Sul com comprovado histórico de inovação e pioneirismo na transformação do setor.

Jean-Charles Naouri
Presidente do Conselho de Administração

MENSAGEM DA DIRETORIA EXECUTIVA

GRI 102-26

2020 se revelou como um ano de muitos desafios e uma nova realidade de vida impostos pela pandemia global. No entanto, avançamos de maneira importante em frentes estratégicas e determinantes para consolidar a atuação e o desempenho dos negócios do Grupo na América do Sul.

Encerramos o período com a aprovação do processo de *spin-off* da operação de *cash & carry*, que permitiu a criação de duas companhias – GPA e Assaí – totalmente independentes, potencializando os seus crescimentos em seus respectivos mercados de atuação.

Mantivemos a posição de um dos maiores grupos de varejo alimentar na América do Sul, com um portfólio diversificado de bandeiras e marcas líderes no Brasil, Colômbia, Argentina e Uruguai.

O período, no entanto, exigiu agilidade, resiliência e adaptabilidade, e nossa atuação multicanal, multiformato e multirregião favoreceu a rápida adequação ao cenário. Conseguimos antecipar iniciativas em tempo recorde, mantendo a operação em pleno funcionamento de maneira segura para clientes e colaboradores(as).

No GPA, o ajuste do portfólio de lojas físicas foi um dos eixos prioritários de trabalho no ano: registramos sucesso na nova dinâmica comercial no Extra Hiper, já com 23 lojas adaptadas, com *rollout* programado para o restante do portfólio em 2021.

Praticamente concluímos as conversões do Extra Super para Mercado Extra, com posicionamento mais competitivo para o mercado regional. E o Pão de Açúcar, que se mantém resiliente, seguirá com a expansão dos principais conceitos do modelo de lojas G7 e retomada de abertura das lojas orgânicas no segundo semestre deste ano. As lojas de Proximidade demonstraram grande aderência à nova realidade de consumo com a busca por lojas de bairro: a expansão do formato Minuto Pão de Açúcar está entre nossas prioridades para 2021.

Obtivemos uma importante alavanca de fidelização e rentabilidade para o negócio, as Marcas Exclusivas alcançaram participação de 20% na categoria alimentar no Brasil no ano, com um incremento de novos produtos e revisão do sortimento, o que levou à penetração altíssima de 80% entre os(as) nossos(as) clientes.

Foi um ano de transformação profunda no modo de viver e consumir, e o *e-commerce* alimentar registrou um importante papel e enorme impulso, suportado pela expansão das nossas soluções logísticas com depósitos exclusivos, lojas dedicadas às entregas do *e-commerce* e ao Clique e Retire, além do *last mile*.

Superamos R$ 1,1 bilhão em vendas no canal *online*, crescimento três vezes superior ao ano anterior, com ampliação da participação no negócio alimentar e aumento do *share* de mercado de *e-commerce* no Brasil. Nossa base de clientes omnicanais, que consomem, em média, 2,7 vezes mais que um(a) cliente que compra apenas na loja física, duplicou no quarto trimestre do ano comparado ao mesmo período do ano anterior.

Demos um importante passo para a consolidação da plataforma digital do GPA com o lançamento do Marketplace no ano passado. Para 2021 pretendemos ampliar significativamente o sortimento tanto no 1P como no 3P, oferecendo uma cesta de compras cada vez mais completa nos canais eletrônicos. O Stix, maior programa de coalizão de recompensas do varejo brasileiro, em parceria com a Raia Drogasil, se revelou como mais uma ferramenta de fidelização dos(as) clientes, ao lado dos programas de fidelidade Pão de Açúcar Mais e Clube Extra, que chegaram a mais de 20,6 milhões de clientes cadastrados(as).

O Assaí manteve um forte ritmo de expansão e ganho de *market share*, consolidando a marca nas regiões onde já está presente e em novas praças (Maranhão e Roraima). A bandeira teve 19 lojas inauguradas no ano, totalizando 184 unidades em 22 Estados brasileiros e no Distrito Federal. O faturamento bruto registrou um incremento de 30% em relação a 2019, fechando 2020 na casa de R$ 39,4 bilhões, o que significa R$ 9 bilhões adicionados à venda durante um ano.

O acelerado cronograma de expansão do Assaí nos últimos cinco anos foi integralmente financiado pela própria operação e, em 2020, permitiu a geração de mais de 5 mil novos postos de trabalho em todo o Brasil.

Com uma operação de capilaridade nacional, mas com modelo de negócio adaptado a cada região, a empresa se apresenta como um negócio com desempenho excelente, equilibrado e com alto potencial de crescimento, especialmente agora com o processo de cisão.

Os negócios do Grupo Éxito mantiveram estratégia focada no(a) cliente, destacando-se pela capacidade de adaptação e inovação frente às necessidades desencadeadas pela pandemia.

O negócio consolidou receita bruta de R$ 24,7 bilhões no ano, com crescimento dos formatos Wow e Carulla *FreshMarket*, e o avanço da omnicanalidade em todos os países onde atua.

As iniciativas omnicanais também avançaram de maneira muito expressiva no ano, registrando R$ 2 bilhões em vendas, sendo R$ 1 bilhão em alimentos, e 12,4% de participação do canal *online* na operação da Colômbia, referência na América Latina. Além disso, o programa de fidelidade Puntos Colombia contabilizou 13,4 milhões de clientes e foi integrado ao ecossistema comercial da empresa, permitindo um maior desenvolvimento do *marketplace*.

Em um ano de tantos desafios, os temas socioambientais ganharam destaque. No Brasil, atualizamos a Política Socioambiental de Compras de Carne Bovina, e publicamos a Política Socioambiental de Compras de Produtos com Óleo de Palma e a Política de Gestão Ambiental do Grupo, em continuidade às ações de combate ao desmatamento e mudanças climáticas. Avançamos com o compromisso de redução de emissão de carbono, incluído como meta de remuneração variável de todos(as) os(as) executivos(as) do Grupo em 2021.

De maneira pioneira no varejo brasileiro, estendemos os compromissos de bem-estar animal para outras cadeias além de ovos, incluindo boas práticas para a produção de frangos de corte, suínos e bovinos.

Na agenda de diversidade e inclusão, aprofundamos a nossa atuação com a publicação da Política de Diversidade, Inclusão e Direitos Humanos e formações para todos(as) os(as) colaboradores(as) e prestadores(as) de serviços, para promoção de direitos humanos e combate a todo e qualquer tipo de discriminação.

O Instituto GPA, responsável pelos investimentos sociais do Grupo, teve um papel fundamental na doação de alimentos, beneficiando mais de 640 mil famílias durante a pandemia.

Na Fundação Éxito, que tem como compromisso a erradicação da desnutrição infantil crônica, aproximadamente 213 mil cestas de alimentos foram entregues, beneficiando cerca de 112 mil crianças.

A consistência do trabalho alinhado a práticas sustentáveis foi reconhecida com a escolha do GPA para integrar a carteira 2021 do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da B3 - Brasil, Bolsa, Balcão. Também alcançamos nota B+ no CDP Climas (versus B-, em 2019) e recebemos o Prêmio Excelência Empresarial do Fórum *Out & Equal* LGBTQI+ Brasil 2020, pela condução de ações de respeito e promoção de um ambiente de trabalho diverso e de equidade.

Por sua vez, o Grupo Éxito foi a única empresa de varejo alimentar da América Latina reconhecida, pelo segundo ano consecutivo, no Anuário de Sustentabilidade 2021 da *Standard and Poor´s Global ESG Score*.

Saímos de 2020 orgulhosos do caminho percorrido. Para 2021, manteremos a dinâmica de ajuste do portfólio às necessidades do mercado, focados na execução da nossa estratégia de atendimento a todos os perfis de clientes, com uma estratégia omnicanal e uma plataforma digital cada vez mais integrada. A excelência operacional, inovação constante e fortalecimento da proposta de valor de formatos selecionados são prioridade no Brasil, junto à manutenção de altos padrões de fatores de ESG (*Environmental, Social and Governance*).

No Grupo Éxito, a liderança no varejo alimentar na Colômbia e no Uruguai, além da presença digital e forte omnicanalidade, seguirão dando o tom de solidez e resiliência para a atuação em 2021. O ecossistema robusto também trará oportunidade de monetização e consequente melhoria da experiência do(a) cliente.

Iniciamos o ano com sinais mais positivos com relação à crise sanitária, mas certos de que teremos grandes desafios macroeconômicos para superar. Contudo, seguimos otimistas para a manutenção do crescimento do negócio, em um processo contínuo de transformação acompanhando os avanços tecnológicos e tendências de consumo, atuando de maneira consciente e responsável com todos os nossos públicos.

Christophe José Hidalgo

Diretor Presidente Interino (em 2020)

O GPA

GRI 102-1 e 102-44

Temas Materiais

Eixos Estratégicos

Foto aérea da sede do GPA em São Paulo

Nossos Negócios

REORGANIZAÇÃO PARA AMPLIAR OPORTUNIDADES

Ao final de 2020, foi aprovada a cisão entre os negócios de varejo do Brasil e do Grupo Éxito, do atacarejo (*cash and carry*), permitindo a criação de duas companhias independentes, GPA e Assaí, com forte alinhamento estratégico, objetivos de negócios bem definidos e agilidade na tomada de decisão.

Com isso, as duas empresas podem priorizar suas necessidades de investimento e explorar ainda mais seu potencial de crescimento em cada um dos segmentos, ampliando a geração de valor.

Entrada da sede do GPA

Fachada de loja do Éxito WOW

Foto aérea de loja do Assaí

Após a reorganização, o GPA (Companhia Brasileira de Distribuição) passa a contar com as marcas e os segmentos atuais do Multivarejo e Grupo Éxito, sendo uma das maiores plataformas diversificadas de varejo alimentar na América do Sul. Já o Assaí (Sendas Distribuidora S.A.) passa a ser o maior negócio (*pure player*) listado na Bolsa de Valores no segmento de atacarejo (*cash & carry*) brasileiro, com 184 lojas (no final de 2020), atuação nacional, modelo de negócio bem-sucedido e marca reconhecida por consumidores(as) e fornecedores(as). Ambas as companhias são negócios que possuem fortes alavancas e oportunidades de crescimento.

DESEMPENHO E RESULTADOS

Em consequência do processo de *spin-off* da operação de atacarejo (*cash & carry*), os resultados de 2020 do GPA – contemplando o varejo alimentar Brasil (Multivarejo) e seus negócios complementares no País e as operações do Grupo Éxito na Colômbia, Uruguai e Argentina, além do Assaí – foram reportados ao mercado de maneira independente, bem como suas estratégias agora focadas em seus respectivos segmentos do mercado.

GPA grupo éxito

Para conhecer os resultados dos negócios de varejo alimentar no Brasil, Colômbia, Uruguai e Argentina, **clique aqui.**

ASSAÍ ATACADISTA

Para conhecer os resultados do negócio de atacarejo (*cash & carry*), **clique aqui.**

SOBRE O GRUPO

Somos um dos maiores grupos de varejo alimentar da América do Sul, presente na Argentina, Colômbia, Uruguai e em todas as regiões do Brasil.

Por meio de nossas unidades de negócio, contamos com uma estratégia multiformato, multicanal e multirregião para oferecer ao(à) nosso(a) cliente o que ele(a) quiser, onde estiver.

Há 72 anos, trabalhamos para oferecer aos(às) nossos(as) clientes a melhor experiência de compra.

Em números

1.686 lojas
e 3.039.028 m² de área de vendas*

49
Centrais de Distribuição

+ de 34 milhões
de clientes cadastrados(as) nos aplicativos de fidelidade no Brasil e na Colômbia

Mais de
134.800
colaboradores(as)*

Líder
no *e-commerce* alimentar no Brasil e na Colômbia

Cliente do Extra seleciona frutas em uma de nossas lojas

Conheça mais sobre a nossa história

*Dados referentes a dezembro de 2020.

Atuação multirregião na América do Sul

GRI 102-4 e 102-6

1.057 lojas

513 lojas

91 lojas

25 lojas

Atuação no Brasil

GRI 102-6 e 102-7

No Brasil, estamos presentes com um total de 1.057 pontos de venda, atuando em todas as regiões, em 22 dos 26 estados, no Distrito Federal e com o *e-commerce* ativo em todo o País.

Lojas por bandeira

Pão de Açúcar	182
extra	103
Mercado extra	147
minuto Pão de Açúcar / mini extra / Pão de Açúcar adega	236
posto extra	68
Pão de Açúcar posto	6
drogaria extra	94
Pão de Açúcar drogaria	9
Compre Bem Supermercados	28
Assaí Atacadista	184

Atuação na Colômbia, Uruguai e Argentina

GRI 102-6 e 102-7

Lojas por bandeira

éxito	241
Carulla	95
surti MAYORISTA	34
SURTIMAX	74
Super INTER	69
Devoto	59
Disco	30
Géant	2
Paseo LIBERTAD	15
Libertad	10

Estratégia

GRI 102-2 e 102-6

CAPACIDADE DE ADAPTAÇÃO DA OPERAÇÃO E EXPANSÃO

Interior de loja do Extra Hiper

O ano de 2020 foi um período que demandou resiliência e adaptabilidade de todos(as). E nós conseguimos, com agilidade, nos adequar ao cenário desafiador, respaldados por nossa estratégia multicanal, multiformato e multirregião.

Nossa operação com capilaridade nacional (física e digital) e modelo de negócio adaptado a cada região nos dá um posicionamento equilibrado e potencial de crescimento e expansão em todo o País.

Desenvolvemos ações para seguir operando nossas lojas físicas com segurança para clientes e colaboradores(as) (saiba mais na página 38) e, em tempo recorde, antecipamos iniciativas para aprimorar a experiência digital dos(as) consumidores(as) (saiba mais na página 28).

Extra Hiper

O Extra Hiper trouxe em 2020 um novo posicionamento de marca com o objetivo de aprimorar a sua proposta de valor com preços mais competitivos em categorias de grande consumo, que promovem fluxo para as lojas; fortalecimento do atendimento ao(à) cliente nas áreas de perecíveis; e a revisão do portfólio de não alimentos com especialização na categoria de eletroeletrônicos e redução do sortimento nas demais categorias.

A rede implantou ainda a nova dinâmica comercial de dois preços na gôndola, que variam de acordo com a quantidade comprada, trazendo economia nas compras de abastecimento. Até 31 de dezembro, o projeto foi implantado em 23 lojas, com resultados positivos. A previsão é que, em 2021, todas as lojas do Extra Hiper adotem o novo modelo.

Pão de Açúcar

O Pão de Açúcar, marca de supermercados *premium* do GPA, registrou performance consistente de suas 46 lojas da sétima geração (G7). Em 2020, realizamos uma análise de cidades potenciais para abertura orgânica de lojas, com o objetivo de inaugurá-las nos próximos três anos, com início em 2021. Além disso, seguiremos com o *rollout* dos principais conceitos do modelo G7 para as demais unidades da bandeira.

Outra importante alavanca de aceleração dos resultados está relacionada ao crescimento relevante do *e-commerce express* na bandeira. Ele representa mais de 12% das vendas da rede.

Interior de loja do Pão de Açúcar do modelo G7

Conceitos das lojas G7

+ social

Hub social com espaços de convivência e interação

+ fluida

para uma experiência de compra sem atrito graças a tecnologia digital a serviço do(a) cliente

+ experimental

momentos de compra com experiências únicas

+ exclusiva

com soluções de consumo personalizada, diferenciada e saudável

Mercado Extra

Demos continuidade ao processo de conversão de lojas, iniciado em 2018, de Extra Super para Mercado Extra, bandeira de supermercados *mainstream* do GPA. Em 2020, 41 lojas foram convertidas, garantindo posicionamento mais competitivo para o mercado regional. As mudanças incluem novidades em *layout*, *mix* de produtos e no padrão visual que tem agradado públicos como os das classes C e D. Qualidade nos serviços e o melhor atendimento ao(à) cliente também são requisitos do conceito do Mercado Extra, que conta ainda com preços competitivos e com a variedade de Marcas Exclusivas do GPA, como Qualitá, Taeq e Nous. A substituição dos modelos chega à fase final, com conclusão no primeiro semestre de 2021.

Compre Bem

O Compre Bem, também bandeira de supermercados *mainstream* do GPA, é uma operação com atuação local, iniciada em 2018, como resultado de conversões de lojas Extra Super. O formato apresenta diferenciais importantes na categoria de perecíveis, principalmente hortifrúti e serviços de padaria e açougue, com sortimento e serviços adequados às necessidades dos(as) consumidores(as) nos bairros onde as lojas estão localizadas. Em 2020, demonstrou grande aderência à sua proposta de valor, com a maturação das lojas e lançou seu *e-commerce* no mês de maio.

Proximidade

No formato de Proximidade, foram inauguradas novas unidades em localizações estratégicas de São Paulo. O Minuto Pão de Açúcar, bandeira *premium* do GPA que oferece sortimento diferenciado em um ambiente que reúne praticidade, comodidade e qualidade, com atendimento e serviços personalizados, abriu uma loja na Avenida Paulista, importante ponto turístico da cidade. Já o Mini Extra, inaugurou uma loja no centro da cidade, com o conceito de *snack bar* com soluções para consumo imediato na loja. O formato demonstrou grande relevância no novo cenário de hábitos de consumo, com aumento da procura por lojas de bairro. A expansão do formato Minuto Pão de Açúcar está entre nossas prioridades para 2021 e a previsão é termos 50 novas lojas em três anos.

Também dentro do formato de Proximidade, o programa Aliados Mini Mercado, modelo de negócios B2B para o abastecimento de lojas de bairro, como mercados e demais canais de comércio, que desejam potencializar sua atuação por meio da parceria com o GPA, atingiu mais de 1.000 parceiros(as), contribuindo para o desempenho do segmento.

Assaí

Foram inauguradas 19 lojas, sendo três conversões de Extra Hiper e 16 aberturas orgânicas (incluindo as primeiras unidades nos Estados do Maranhão e de Roraima). Em 2020, também foram abertas as primeiras seções de açougue em algumas lojas da rede, trabalhando com os melhores produtos e uma equipe treinada para realizar os cortes como desejado pelo(a) cliente e também sugerir opções para as mais diferentes receitas. Para 2021, serão inauguradas até 28 novas lojas e a rede expandirá ainda a quantidade de açougues, levando a iniciativa a mais unidades em todas as regiões do País.

Grupo Éxito

O Grupo Éxito também realizou inaugurações e conversões de 19 lojas, sendo 17 na Colômbia (duas Éxito WOW, uma Carulla *FreshMarket*, quatro Surtimayorista, três Éxito *Express* e sete lojas Super Inter) e duas no Uruguai (uma Disco e uma *FreshMarket*).

As unidades Villamayor, em Bogotá, e Laureles, em Medellín, do Éxito WOW integraram seus serviços ao mundo virtual, oferecendo uma experiência omnicanal, com iniciativas, como robô social, carrinhos de compras com dispositivos inteligentes integrados, catálogos digitais, aplicativo para gestão de pedidos e compras e opção de Clique e Retire e *delivery*.

O Carulla *FreshMarket* 140, de Bogotá, ganhou diversas iniciativas com as premissas de inovação, experiência, sustentabilidade e acessibilidade, dentre elas o *drive-thru*, modalidade de entrega de comidas sem precisar sair do carro; os *e-lockers*, armários em que são armazenados itens vendidos no *e-commerce* e nos quais os(as) clientes retiram na loja; e o *Green Market*, com oferta de produtos adaptados aos diferentes tipos de dieta.

A marca Super Inter criou o conceito de "Vizinho" para potencializar as experiências, ficando mais próximo ao(à) cliente, e implementou a ominicanalidade como motor de vendas. A rede Surtimax também investiu na diversificação dos canais de contato com o(a) cliente.

Durante o ano de 2020, o Libertad, na Argentina, adaptou sua operação para os novos hábitos de consumo, com o fortalecimento do mercado eletrônico. E as unidades do Paseo Libertad também se integraram em uma plataforma *online*, abrindo um novo canal de vendas para as marcas dos 15 centros comerciais do país. No Uruguai, tivemos a inauguração da Disco Plaza Italia, nova loja da marca Disco no modelo *FreshMarket*, que já está presente em 30 unidades da rede.

Transformação Digital

GRI 102-2

Com base em nossa ampla visão do(a) cliente e suas jornadas recorrentes e histórias, a superação das dificuldades diante do cenário sanitário de 2020 também resultou na aceleração de nossa Transformação Digital.

Nossa estratégia está centralizada em uma grande plataforma de dados do nosso público consumidor, que conecta e une todos os ativos estratégicos físicos e digitais. Isso nos permite capturar as tendências de comportamento do(a) cliente, capitalizar tecnologia e compreender, com antecipação, as rápidas mudanças nos hábitos de consumo, beneficiando quem escolhe comprar em nossas lojas, sites e aplicativos.

Confira, a seguir, os principais pilares que compõem a nossa plataforma e estratégia digital.

Página inicial do site ClubeExtra.com.br

Caixa de entrega do PãodeAçúcar.com com produtos da marca Qualitá

PLATAFORMA *MARKETPLACE*

GRI 102-2

E-commerce

Vendemos alimentos pela internet desde 1995, com a criação do Pão de Açúcar *Delivery*, o primeiro supermercado virtual no Brasil, e hoje ocupamos a liderança do *e-commerce* alimentar do País.

Nosso modelo logístico, "*plug and play*", também apoia a adaptação, pois é estruturado para ser flexível, reagindo ao crescimento da demanda com agilidade e baixo custo, uma vez que seu espaço é adaptável às mudanças, podendo ser um armazém comum ou *cross-docking* (posto de redistribuição rápida) no mesmo dia.

Com isso, frente ao cenário da pandemia, pudemos agir rapidamente para seguir atendendo a necessidade dos(as) clientes com segurança e qualidade:

» Ativamos nosso modelo operacional híbrido, usando nosso parque de lojas com excelentes localizações, o que encurta nosso tempo de entrega e reduz o custo do serviço, por estarmos próximos aos(às) clientes.

» Expandimos nossos serviços *Express* e Clique & Retire de 120 para 289 lojas, sendo que os dois modelos já representam 52% da venda *online*.

Alcançamos crescimento expressivo no ano, somando mais de R$ 1,1 bilhão em vendas e 75% de participação de mercado no *e-commerce* de varejo alimentar com Pão de Açúcar e Extra.

Assim, crescemos sem deixar de lado a experiência: nossa métrica de qualidade, que avalia se o(a) cliente recebeu o pedido perfeito – o que comprou e da marca que comprou dentro do tempo esperado – alcançou 95%.

Crescimento Venda

+230%
aumento de *share* de perecíveis

50%
de clientes do *e-commerce* são omnicanal

+202%
novos(as) clientes

+ 12 milhões
de Km rodados por nossos caminhões

1.000
veículos simultâneos fazendo entregas

Aumento em
3 vezes
as vendas do *e-commerce*

Marketplace

Os diferenciais do nosso negócio – marcas fortes, frequência e recorrência, grande estrutura de lojas e CDs e a competência interna de um time que conhece a jornada de compra do(a) cliente – são *drivers* importantes para o desenvolvimento do próximo passo natural que dá sequência à nossa jornada digital, o *marketplace*, lançado em novembro de 2020.

O *marketplace* GPA já nasce com força e um diferencial importante: uma plataforma que receberá de maneira frequente e recorrente milhões de clientes. Ou seja, os(as) *sellers* que entrarem nessa jornada conosco terão condição de impactarem clientes altamente qualificados(as) e que apresentam grande recorrência.

O nosso *marketplace* tem como primeiro propósito complementar as categorias *core* alimentar do nosso *e-commerce*: verticais de bebidas (com *sellers* como The Bar/Diageo, Pernod Ricard, Red Bull, Freixenet, TodoVino/Interfood) e alimentos mais especializados (Loja Linea e Bretz Saudáveis, por exemplo).

Além disso, o *marketplace* desenvolve novas categorias de produtos para atender a outras necessidades dos(as) nossos(as) clientes, como *home care*, *baby care*, beleza e *pet care*. Assim, nossas bandeiras poderão ser vistas, cada vez mais, como soluções *one-stop-shop*, além da compra de mercado. Ativamos grandes *sellers* âncora *top of mind*. Entre eles temos Mobly, Etna, Spicy, Rochedo, Grão de Gente, Lego, Ri Happy, Caloi, Bestway, PneuStore e Madrugão Suplementos.

Temos como objetivo expandir nosso portfólio de 15 mil produtos para mais de 400 mil itens ao final de 2021, multiplicando exponencialmente nossa oferta.

"Desde o início da operação de marketplace, temos tido todo o suporte e atenção dos times comercial e de TI para realizar as integrações e poder assim ter nossos produtos disponibilizados para o(a) consumidor(a). O comercial tem feito um excelente trabalho de divulgação do marketplace *nos sites do Pão de Açúcar e Extra, gerando assim um crescimento acelerado nas vendas e grande visibilidade para as nossas marcas. Com certeza nossa parceria trará frutos tanto para o GPA quanto para a Pernod Ricard Brasil."*

Roberta Vigneron Marques
Gerente de Contas Digitais da Pernod Ricard Brasil

Plataforma Logística

Contamos com uma plataforma logística de ponta a ponta no Brasil. Com grande conhecimento da cadeia do varejo de alimentos, uma estrutura tecnológica moderna e nossa capilaridade de lojas, nos posicionamos de maneira privilegiada para chegar ao(à) cliente com menor custo, mais agilidade e qualidade das entregas.

Em 2020, ampliamos a estrutura de mini Centrais de Distribuição, de uma para cinco, reforçando nossa presença em praças estratégicas e permitindo a expansão do Grupo para regiões não exploradas anteriormente.

Após a implantação de nosso *marketplace* em 2020, lançaremos o *fulfillment* por meio da nossa empresa de logística, a GPA Log. Esta solução vai nos permitir prestar aos(às) nossos(as) *sellers* os serviços de transporte e operação logística, trazendo melhores prazos de entrega e custos de frete, o que gera receita ao negócio e mantém a qualidade GPA no atendimento ao(à) cliente.

Outro diferencial importante da nossa plataforma é o James Delivery, serviço de *last mile* que oferece conveniência e agilidade nas entregas de última milha.

Fachada da Central de Distribuição 01 do GPA

Last Mile Delivery

James

Com as profundas adequações no setor ocasionadas pela pandemia da Covid-19, também tivemos uma mudança relevante no posicionamento do James em nosso modelo de negócio. O que antes era conveniência passou a ser essencial para o funcionamento da sociedade.

Entregador do James Delivery em loja do Pão de Açúcar

Nesse cenário, tivemos crescimento exponencial e consistente, 12 vezes maior que em 2019, alcançamos a marca recorde de 5 milhões de *downloads* do aplicativo do James, ampliamos o alcance do nosso serviço para mais 14 cidades e aumentamos a frequência de uso dos(as) clientes.

Em abril, demos início ao nosso programa de assinaturas James Prime, que no seu primeiro mês realizou entregas gratuitas do Extra, Pão de Açúcar e restaurantes parceiros para pessoas que faziam parte do grupo de risco (idosos(as) e pessoas com doenças que possam complicar o quadro em caso de infecção pela Covid-19) e para profissionais de saúde.

Em maio, o James Prime foi expandido à toda a sociedade, permitindo aos(às) clientes pagarem um valor mensal para realizar quantas compras precisarem sem taxas de entrega.

Também passamos a fazer entrega das refeições produzidas pela Marca Exclusiva Cheftime nas lojas do Pão de Açúcar em São Paulo e no Rio de Janeiro, ampliando as sinergias entre os negócios para oferecer ainda mais conveniência aos(às) clientes.

PLATAFORMA DE FIDELIDADE

Nossos programas de fidelidade oferecem aos(às) clientes uma série de ofertas customizadas, além de vantagens e benefícios:

- Descontos específicos para clientes cadastrados(as) nos programas (Pão de Açúcar Mais e Clube Extra);
- Descontos personalizados baseados no perfil e comportamento de consumo de cada cliente;
- Programa de recompensa Meus Prêmios em pontos Stix;
- Antecipação de promoções, como acesso aos preços de *Black Friday* um dia antes do público geral.

Temos uma aceitação grande dos nossos programas de fidelidade e essa força nos permite alcançar a expressiva marca de identificar cerca de 70% das vendas totais do Multivarejo (sendo 88% das vendas no Pão de Açúcar Mais e 61% no Clube Extra), nos possibilitando conhecer cada vez mais nossos(as) clientes e antecipar tendências futuras. O Cliente Mais, por exemplo, há duas décadas nos proporciona informações sobre os(as) nossos(as) clientes. Assim, podemos oferecer produtos e serviços customizados que atendam às suas necessidades.

Aplicativo do Clube Extra

"Utilizo o aplicativo do Clube Extra desde que ele foi lançado e compro tanto na loja física como no site, fazendo um mix entre os dois canais. Costumo checar os produtos que estão em promoção e ativar as ofertas antes de efetuar as compras. Escolho comprar no Extra, pois tenho a possibilidade de acumular pontos com o Stix e resgatar prêmios, já troquei por vale-compras e itens para casa. Para mim, é um atrativo e um incentivo a mais para fazer minhas compras na Rede."

Regina Leiko Kiyota
cliente do Clube Extra

No começo de outubro, iniciamos a operação da primeira coalização de programas de fidelidade do varejo brasileiro, a Stix, o ponto das grandes marcas.

A plataforma conecta o GPA, a RaiaDrogasil e o Itaú, permitindo aos(às) clientes juntarem pontos Stix no Extra, Pão de Açúcar, Drogasil e Droga Raia e transferirem pontos iupp do Itaú para a Stix. Ela tem um catálogo variado para os(as) participantes trocarem seus Stix por prêmios, como vale-compras, produtos, serviços e até fazer doações.

A Stix já nasceu com duas verticais de consumo – varejo alimentar e farmácia – que têm frequência de compras muito alta, além de trazer uma ferramenta de fidelidade prática e acessível aos(às) consumidores(as). Tanto que a plataforma já contabiliza mais de 1,2 milhões de clientes cadastrados(as), criando uma sinergia positiva no ecossistema Stix.

INICIATIVAS DIGITAIS

Atuamos continuamente para a melhoria da experiência de nossas jornadas digitais e omnicanais, conectando em um só ecossistema as lojas, sites e aplicativos.

Avançamos na inovação e na tecnologia para proporcionar aos(às) clientes uma dinâmica que mescla a experiência das lojas físicas com as iniciativas digitais.

Frente ao cenário de mudanças nas necessidades e comportamento de compra do(a) cliente, seguimos aplicando nosso foco e compromisso na melhoria contínua da usabilidade e da jornada, nas frentes apresentadas a seguir:

Aplicativos: lançamos novas versões dos *apps* Pão de Açúcar Mais e Clube Extra e alcançamos mais de 32,3 milhões de visitas por mês.

Registramos aumento significativo no uso de nossos *apps*, tanto para compra, quanto para apoio no atendimento pós-venda.

Inteligência artificial: os *apps* também apoiam nosso atendimento. Contamos com *chatbot* com inteligência artificial que realiza o contato pós-compra, ampliando nossa capacidade. Em 2020, respondemos cerca de 630 mil mensagens de nossos(as) clientes.

Página inicial do *e-commerce* do PãodeAçúcar.com

"Eu uso o aplicativo do Cliente Mais há uns três anos mais ou menos. Antes da pandemia eu utilizava o app *para ativar o Meu Desconto para compras na loja física. Acho o aplicativo super interessante, intuitivo e ele traz ofertas personalizadas de acordo com o meu perfil de compra. Com a pandemia, passei a fazer a compras* online *semanalmente e o PãodeAçúcar.com foi minha primeira experiência com um supermercado virtual. Um dos diferenciais do Pão é a entrega rápida e o* mix *grande de produtos. Tem sido uma experiência muito positiva."*

Lucas Andrade
cliente do Pão de Açúcar Mais e do PãodeAçúcar.com

Totem de *self checkout* em loja do Pão de Açúcar

Presença: também oferecemos atendimento por *WhatsApp* com *tracking* de pedidos e, durante a pandemia, expandimos a presença no canal com nosso serviço de *personal shopper* de vinhos e para a terceira idade na bandeira Pão de Açúcar.

Pão de Açúcar Adega: lançamos novo site do Pão de Açúcar Adega e alcançamos mais de 4 milhões de unidades vendidas e crescimento de 250% frente a 2019.

PIX: fomos um dos primeiros grandes varejistas a lançar o PIX, como sistema de pagamento, implementado em todas as lojas no mesmo mês de lançamento da ferramenta (novembro).

Self Checkout: disponibilização de mais de 200 totens de *self checkout* (recurso de auto pagamento) para uma jornada do(a) cliente 100% autônoma. Em quatro de nossas lojas do Assaí, em São Paulo, contamos com o *Fast Pass* Assaí que escaneia automaticamente os produtos que são colocados na esteira. Em 2020, foram mais de 321 mil operações realizadas nesse sistema.

Cultura de inovação: desenvolvemos e valorizamos nossos talentos e suas competências por meio de uma cultura orientada à inovação com mais de 25 *squads* multidisciplinares (equipes com colaboradores(as) de diversas áreas), aplicação de metodologias ágeis em diversos times e mais de 100 *startups* e *scale-ups* plugadas aos nossos negócios.

Misurtii: na Colômbia, criamos o *app* Misurtii que oferece aos negócios que são clientes do Surtimayorista (B2B) operação, vendas e suporte de uma solução de abastecimento com grande variedade de produtos.

Viva Online: na Colômbia, lançamos o Viva *Online*, *e-commerce* da loja de departamento, apoiando a adaptação à pandemia, gerando novas experiências de compra e preservando empregos.

***E-commerce* do Compre Bem:** lançado em maio, o serviço surgiu pela demanda de compras *online* de nossos(as) clientes durante a pandemia e atendeu a milhares de pessoas nas cidades do interior e litoral do Estado de São Paulo.

Gasto médio do(a) cliente **omnichannel:**

+2,7 vezes

que o gasto médio do(a) cliente em loja física

GPA LABS

Para acompanhar a aceleração da transformação digital no varejo alimentar brasileiro, fundamos, em 2017, o GPA Labs. Ele tem como objetivo ser referência em inovação e impulsionar a cultura como agente de transformação para o desenvolvimento dos ecossistemas, olhando para um varejo cada vez mais *tech* e para melhorias contínuas das jornadas de experiência de nossos(as) clientes.

A área conecta o GPA ao ecossistema de *startups*, para trazer novos serviços, produtos, conceitos e melhorias para *backoffice* e promover a cultura de inovação dentro e fora da Companhia. Ela atua em seis frentes, conforme apresentado a seguir.

+100
startups/scale-ups parceiras ativas no ecossistema do GPA (60% *backoffice* e 40% em loja)

50
projetos pilotos realizados (28% Endeavor e 35% Cubo)

GPA LABS open

OPEN: atua com inovação aberta desde agosto de 2018, momento em que participamos do primeiro programa de aceleração.

Apoiamos três programas de aceleração de *scale-ups* junto a Endeavor, organização global sem fins lucrativos de apoio a empreendedores(as) de alto impacto. Os Programas Soluções *Enterprise* (B2B), Alimentos e Bebidas e *Consumer* Digital (B2C) tiveram como objetivo fomentar negócios entre o GPA e as *scale-ups* e contribuir no desenvolvimento do ecossistema de novas soluções para o varejo.

Somos mantenedores do Cubo Itáu, maior *hub* de empreendedorismo da América Latina, atuando na vertical de varejo, alinhada ao nosso modelo de negócio.

Temos em nosso ecossistema parceria com mais de 100 *startups* e *scale-ups* atuando nas verticais de *foodtechs, rhtechs, retail & servicetechs, martechs & adtechs, logtechs, data analytics* e automação de processos.

Parceria Cubo Itaú
com mais de 100 desafios de negócio postados na plataforma de *matchmaking*

Aceleração Endeavor

993 *scale-ups* mapeadas

44 selecionadas

29 em contato com o GPA

16 realizando projetos com o GPA

"É muito estimulante presenciar quando a conexão entre startups *e grandes empresas leva valor para ambos. Para a* startup, *ter uma relação sólida com uma grande empresa é uma chancela, quando eu falo que temos o GPA como cliente do Looqbox, operando mais de 1.000 usuários(as) ativos(as), vamos para um novo patamar de credibilidade. Para a grande corporação é uma forma de injetar mais velocidade no processo de transformação digital e se contaminar positivamente com o mundo da inovação. Temos orgulho de ter no GPA nossa solução atendendo desde a diretoria, até regionais e gerentes de lojas. Ficamos felizes em ver que o Looqbox entrou no sangue do Grupo e tem se tornado a principal ferramenta para entregar a informação do dia a dia da Companhia, sem dúvida é um case de sucesso de parceria entre* startup *e grande empresa."*

Rodrigo Murta
CEO e Co-fundador da *startup* Looqbox, parceira do GPA

GPA

GPA LABS em loja

EM LOJA: trabalhamos na utilização dos nossos ativos físicos e digitais (loja, *apps* e sites) como forma de alavancar o crescimento de *startups* de alimentos com produtos, serviços e conceitos inovadores para melhorar a experiência de nossos(as) clientes.

O objetivo é ser pioneiro na disponibilização de *foodtechs* no varejo e proporcionar soluções tecnológicas para facilitar tanto a experiência em loja, quanto a jornada do(a) cliente.

+21 marcas de *foodtechs* vendidas

+136 novos produtos em loja

+522 lojas vendendo *foodtechs*

+164% de crescimento de vendas de *foodtechs* (2019-2020)

+1,2 milhões de unidades vendidas

Espaço físico do GPA Labs na sede do Cubo

GPA LABS i.n.

IN (*INNOVATION NETWORK*): com o objetivo de capilarizar a inovação dentro da Companhia e incentivar a aplicabilidade prática nas áreas de negócio, criamos o programa de embaixadores(as) de inovação que identifica os desafios de cada setor e busca soluções junto às *startups* e *scale-ups* do mercado.

21 treinamentos e *meetups*

46 INs participaram do programa

NPS (satisfação) geral de **9,7** na escala de 0 a 10

22 projetos em andamento ou finalizados entre participantes do IN e *startups/scale-ups*

GPA LABS insights

INSIGHTS: o Radar GPA Labs (vertical de *insights*) tem como objetivo mapear oportunidades e tendências de mercado e consumo para a Companhia, conectando novos negócios e melhorias contínuas para os nossos ativos.

18.000 colaboradores(as) recebem notícias de inovação semanalmente por meio de comunicação interna

35 sessões de *Design Thinking*

+10 sessões de *insights* e tendências para áreas de negócio

30 *benchmarks* realizados

GPA LABS conecta

CONECTA: para apoiar as estratégias de inovação aberta, consolidar a cultura de inovação e capilarizá-la para todas as áreas, colaboradores(as) e públicos externos, essa frente tem como objetivo realizar conexões entre a Companhia, universidades, centros de pesquisa e estudantes para fomentar e inspirar uma cultura de inovação.

Conta com espaço físico para ativações, como eventos, palestras e *workshops* sobre inovação, tendências e transformação digital.

+25 contatos e 3 projetos realizados com universidades

+10 eventos com *speakers* e 93 exposições em mídia

+74 milhões de pessoas alcançadas

Patrocínio de pesquisa em parceria com *The Good Food Institute*

Comunicação interna

+2.200 colaboradores(as) e parceiros(as) de ecossistema conectados(as) em eventos

+1.300 acessos ao canal de inovação na Universidade do Varejo GPA

21 eventos realizados com 9/10 de NPS

10 eventos realizados na Semana da Transformação Digital e Ominicanal, com +1.500 colaboradores(as) conectados(as) e +13h de conteúdo

2 novas *squads* de negócio implementadas (Agile) e 4 treinamentos Mindset Ágil

15 prêmios de inovação entregues

GPA LABS ventures

VENTURES: busca de oportunidades de novos negócios escaláveis e rentáveis. Dedicada a alavancar os ativos da Companhia com investimentos estratégicos em *startups* e *scale-ups* relacionadas aos nossos negócios e que agregam valor ao Grupo e à estratégia omnicanal.

100 *OPEN CORPS* 2020

Promovido pela 100 *Open Startups*, o prêmio reconhece as organizações que mais investem em inovação aberta no Brasil. O GPA se destacou como uma das 100 empresas e foi líder na vertical de varejo.

+ Saiba mais sobre a atuação do **GPA Labs** e como se conectar ao nosso ecossistema de inovação

Governança

GRI 102-7

Nosso capital social é composto por 268 milhões de ações ordinárias, negociadas na B3 – Brasil, Bolsa, Balcão (sob o código PCAR3) e sob forma de *American Depositary Receipts* (ADRs) na *New York Stock Exchange* – NYSE (sob o código CBD).

Nossos 25 anos de história no mercado de capitais sempre foram orientados pelo compromisso com a geração de valor aos(às) nossos(as) acionistas e investidores(as) por meio de uma gestão ética, transparente, experiente e conectada ao desenvolvimento sustentável do negócio.

Nesse sentido, adotamos as melhores práticas de governança corporativa, contamos com uma estrutura de administração sólida e um processo institucional bem estruturado de gestão de riscos.

Boas práticas de governança

Em 2020, passamos a fazer parte do Novo Mercado, segmento de listagem na B3, que reúne as empresas com os mais elevados padrões de governança corporativa.

Com ações listadas no mercado de capitais norte-americano, também seguimos as determinações da *Securities and Exchange Commission* (SEC) e da NYSE para empresas estrangeiras.

Colaboradores(as) do GPA no escritório corporativo

Administração

GRI 102-22 e 102-23

ASSEMBLEIA DE ACIONISTAS

Conselho Fiscal
não permanente

Instalado em 2020, com três membros e seus suplentes:
Erick Aversari Martins
Líbano Barroso
Rafael Morsch

Comitês de assessoramento
» Auditoria
» Sustentabilidade e Diversidade
» Recursos Humanos e Remuneração
» Financeiro
» Inovação e Transformação Digital

Conselho de Administração

Jean-Charles Henri Naouri	Presidente
Arnaud Daniel Charles Walter Joachim Strasser	Co-vice-presidente
Ronaldo Iabrudi dos Santos Pereira	Co-vice-presidente
Christophe Jose Hidalgo	Membro
Eleazar de Carvalho Filho	Membro Independente
Hervé Daudin	Membro
Luiz Augusto de Castro Neves	Membro Independente
Renan Bergmann	Membro Independente
Rafael Sirotsky Russowsky	Membro

Diretoria Estatutária

Christophe Jose Hidalgo	Diretor Presidente Interino, Vice-Presidente de Finanças e de Relações com Investidores(as)
Belmiro de Figueiredo Gomes	Diretor Presidente de Negócios de Atacado
Jorge Faiçal	Diretor Presidente do Multivarejo

Remuneração Variável da Liderança

Conheça no nosso site de **Relações com Investidores, os currículos dos(as) administradores(as)** e detalhes sobre a composição e objetivos dos **Comitês de assessoramento do Conselho**

Composição em 31 de dezembro de 2020

Ética e integridade

GRI 102-11

A ética e a integridade são pilares fundamentais que orientam o dia a dia dos nossos negócios para que possamos realizar nosso papel como agente transformador na construção de uma sociedade responsável e inclusiva.

Para manter continuamente uma cultura de integridade e ética, contamos com o nosso Programa de *Compliance*, supervisionado pela Alta Administração, baseado em:

- **Prevenir:** identificar e mitigar riscos, orientando colaboradores(as) e demais públicos de relacionamento e promovendo a cultura de ética e integridade;
- **Detectar:** acolher denúncias e monitorar continuamente a conformidade nas atividades executadas por nossos(as) colaboradores(as) e parceiros(as) de negócios;
- **Responder:** investigar denúncias e aplicar as medidas disciplinares ou outras ações corretivas previstas em nosso Código de Ética, normas e regulamentos;
- **Atualização e Aprimoramento:** auditar o Programa de *Compliance* para identificação de melhorias; revisar, atualizar e aperfeiçoar normas, procedimentos e controles, sempre que necessário; e reportar à Alta Administração.

PREVENIR

Contamos com diversas normas, políticas e regulamentos que orientam as decisões e atividades dos(as) nossos(as) colaboradores(as) e parceiros(as) de negócios, amplamente divulgadas em nossos canais e nas comunicações com os diferentes públicos:

- Código de Ética: diretrizes essenciais das condutas mínimas esperadas pelo GPA relacionadas à condução ética e íntegra de nossos negócios;
- Política Anticorrupção: diretrizes gerais sobre práticas anticorrupção, contribuindo no atendimento à legislação de combate à corrupção nacional (Lei Anticorrupção Brasileira - Lei nº12.846/2013) e leis internacionais, como a norte-americana (*United States Foreign Corrupt Practices Act – FCPA*) e a francesa (Lei Sapin II).

Também dispomos de Políticas de Conflito de Interesses, de Análise de Riscos de Terceiros e processos internos que fortalecem as barreiras de controle de riscos relacionados à corrupção e fraudes, dentre outras.

É desenvolvida uma agenda positiva de ações e treinamentos permanentes para sensibilização de nossos(as) colaboradores(as) e parceiros(as) na condução íntegra dos negócios. Contamos com a Alta Administração na promoção do programa de ética e integridade, valorizando esses temas no Grupo.

Para reforçar o conhecimento de todos(as) sobre os princípios e os comportamentos éticos, promovemos continuamente ações de comunicação e engajamento sobre o tema. Foi realizada uma agenda de treinamentos e formações sobre Diversidade, Código de Ética e a Lei Anticorrupção, além de um *game* do Código de Ética, para todos(as) os(as) colaboradores(as). Também abordamos essa temática nas Lojas Formadoras e nos Programas de Sucessão. Em 2020, o GPA realizou mais de 1.558.000 horas de treinamento em Ética e *Compliance*.

O Grupo realiza análise de risco e *due dilligence* de seus(suas) parceiros(as) de negócios, de acordo com diretrizes definidas em política corporativa. Esse processo consiste na análise formal de documentação e risco reputacional, com verificação em listas restritivas locais e estrangeiras, incluindo listas socioambientais, como a Lista Suja do Trabalho Escravo e de Embargos do IBAMA (Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais). Em 2020, foram analisados(as) mais de 5.900 fornecedores(as), seja por renovação ou novo cadastro, fechando o ano com 21.907 prestadores(as) de serviços ativos(as).

DETECTAR

Nossa Ouvidoria, publicamente disponível, é o canal para registro de qualquer caso de desrespeito ou não conformidade com a legislação vigente, com nosso Código de Ética, bem como com políticas e procedimentos que possam envolver nossos públicos de relacionamento.

Ouvidoria

Assaí	08000 777 3377	ouvidoria@assai.com.br
GPA Malls	08000 55 57 11	ouvidoria@gpamalls.com
GPA (Corporação, Multivarejo e Compre Bem)	08000 55 57 11	ouvidoria@gpabr.com
Grupo Éxito	01 8000 522 526	etica@grupo-exito.com

Um dos nossos principais resultados foi a apuração e a aplicação de medidas disciplinares, quando procedentes e cabíveis, nas 8.115 ocorrências dos temas de ética registradas no canal de Ouvidoria em 2020 no Brasil. O maior percentual dessas ocorrências refere-se a possíveis infrações operacionais, como furto, e cerca de 1% das ocorrências de possíveis violações ao Código de Ética está ligado à privacidade, suborno e discriminação, com 100% dos casos tratados e finalizados.

RESPONDER

As denúncias, que podem ser feitas de maneira anônima, são tratadas com confidencialidade e investigadas de acordo com os procedimentos estabelecidos na Política de Consequências e Medidas Disciplinares da Companhia.

Em relação ao processo de análise de risco de fornecedores(as), em 2020, 2.371 CNPJs foram descredenciados e bloqueados.

Acesso ao site do Marketplace GPA

Privacidade e segurança da informação

GRI 102-11

Tomamos todas as medidas que estão ao nosso alcance para proteger a privacidade e os dados pessoais de nossos(as) clientes e terceiros, disponíveis em nossas Políticas de Segurança da Informação e Políticas de Privacidade atualizadas periodicamente.

Com a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), que entrou em vigor no início de 2021, viabilizamos a revisão de medidas técnicas e organizacionais e, entre nossas ações, estabelecemos um fluxo de atendimento das solicitações dos(as) titulares dos dados que desejaram alterar suas permissões de acesso. Também incluímos cláusulas contratuais referentes à proteção de dados nos contratos com fornecedores(as) e colaboradores(as) e atualizamos nossas políticas e procedimentos relacionados ao tema.

Para promover a conscientização sobre as boas práticas de proteção de dados, promovemos um treinamento obrigatório a todos(as) os(as) colaboradores(as) que contou com a participação de cerca de 2.100 pessoas, cumprindo com 65% da meta estabelecida, bem como divulgamos comunicações e lembretes diários sobre as boas práticas de proteção de dados.

Gestão de riscos

GRI 102-11

O processo de gestão de riscos do GPA segue os protocolos do Grupo Casino, alinhado às normas internacionais e executado de forma integrada, sendo aprimorado continuamente quanto aos mecanismos de controles internos e às ações de prevenção e de mitigação de impactos.

A nossa matriz é composta por riscos de alta, média e baixa criticidade, dos quais elegemos dez de alta criticidade que integram a matriz *Casino Risk Solution* (CRS). Fazemos o monitoramento com base nos riscos altos e médios para cada negócio do GPA, definidos junto aos(às) executivos(as)-chave e baseados nas quantificações dos *Top 10 Main Risks*, a serem acompanhados com os(as) *C-Levels*, seus(suas) diretos(as) e pelo Comitê de Auditoria e o Conselho de Administração.

Em virtude da pandemia da Covid-19, inserimos uma nova temática à nossa matriz de risco, referente a esse assunto, focada tanto nos impactos para o negócio, como em relação aos(às) nossos(as) clientes, colaboradores(as) e demais pessoas que atuam na Companhia. Um destaque fundamental tem sido a disponibilização de ferramentas para o trabalho remoto e a manutenção robusta de nossa segurança da informação.

Em 2020, também aprimoramos o nosso Programa de Gestão de Riscos com o aumento do nível de monitoramento e o acompanhamento dos riscos e dos planos de ação, com destaque para a definição dos(as) responsáveis pelos riscos, uma forma de tornar o monitoramento mais eficiente, aumentando a maturidade do GPA no tema.

Demos continuidade a realização de *workshops*, para aumentar o engajamento e a aderência à metodologia e à cultura de gestão de riscos, e aperfeiçoamos o processo com a inclusão de novos conteúdos.

RISCOS SOCIOAMBIENTAIS

Desde 2018, incorporamos uma matriz específica para os temas de sustentabilidade, composta por seis riscos prioritários. Para cada um deles, identificamos os principais aspectos associados, qual sua estratégia de mitigação e o(a) executivo(a) responsável por ele.

Em 2020, seguimos avançando em relação ao tema por meio de entrevistas com executivos(as)-chave, identificação e avaliação dos riscos socioambientais, elaboração de planos de ação, monitoramento do nível de implementação das ações, comunicação para fóruns elegíveis, entre outras iniciativas, a fim de reforçar o protagonismo de sustentabilidade em todos os níveis da Companhia.

Riscos socioambientais prioritários

- Segurança alimentar
- Saúde e nutrição
- Luta contra a discriminação / Diversidade
- Bem-estar animal
- Mudanças climáticas / Impactos ambientais na cadeia de suprimento
- Desperdício de alimentos

Colaboradora do Mini Extra faz a higienização de carrinhos de compras

Nossa atuação frente à Covid-19

Exercemos uma função essencial à sociedade no abastecimento de nossos(as) clientes, fazendo parte da rotina de milhões de brasileiros(as).

No cenário de pandemia global da Covid-19, esse papel ganhou maior relevância e nos mobilizamos para manter a operação em pleno funcionamento e aprimorar ou criar soluções para atender aos novos hábitos de consumo, sempre com responsabilidade e segurança para todos(as): nossos(as) colaboradores(as), clientes e a sociedade em geral.

Fomos além do desafio de seguir operando. Fizemos parte da grande rede de solidariedade que se formou para levar apoio às pessoas em situação de vulnerabilidade na superação da crise sanitária e econômica.

Conheça, a seguir, as principais iniciativas desenvolvidas ao longo do ano para cuidar e continuar sendo a melhor escolha para nossos(as) clientes, colaboradores(as), fornecedores(as) e parceiros(as).

OPERAÇÃO COM SEGURANÇA E CONVENIÊNCIA

SEGURANÇA NAS LOJAS

- **Instalação de proteções** de acrílico nos caixas e balcões e de cotoveleiras para abertura de portas de gôndolas refrigeradas sem contato com as mãos, eliminação das degustações e automação das cancelas do estacionamento **para evitar contato**.

- Atendimento aos **protocolos de segurança nas lojas**, exigidos em cada momento da pandemia, como uso obrigatório de máscara, disponibilização de álcool em gel em diversos pontos da loja e medição de temperatura na entrada.

- Implementamos **controle da quantidade de clientes** nas lojas e sinalização para **distanciamento de segurança** nas filas dos caixas e balcões de atendimento.

- **Fechamos os serviços de café em nossas lojas durante** o **período mais crítico da pandemia** e na reabertura adotamos todo o cuidado e segurança necessários.

- Disponibilizamos **produtos perecíveis em *packs*** e inserimos em nossas lojas pontos com **luvas descartáveis nas seções de frutas, legumes e verduras**, para redobrar os cuidados com o manuseio das compras.

Cotoveleira para abertura de porta de gôndola refrigerada no Pão de Açúcar

LIMPEZA

» Cuidados redobrados com a **limpeza e a higiene,** com o aumento da frequência de higienização em todas as áreas, sanitização de nossas unidades e **higienização dos produtos** em nossas lojas físicas e a serem enviados pelo *e-commerce*.

COMPRAS *ONLINE*

» Oferecemos **frete grátis** nas compras acima de R$ 99,00 e prioridade nas entregas para os(as) **clientes com mais de 60 anos** no PaodeAcucar.com e ClubeExtra.com.br e, durante um mês, **adesão grátis ao James Prime**, com isenção de frete para clientes do grupo de risco e profissionais de saúde.

» Implantamos melhorias no acesso, na geolocalização para o cálculo de frete mais assertivo e na usabilidade de nossos aplicativos e *e-commerces* com o objetivo de **facilitar as compras sem precisar sair de casa,** mesmo para aqueles(as) clientes que não estavam habituados(as) ao universo *online*.

» Aceleração do **lançamento do Restaurante Cheftime**, que trouxe refeições prontas produzidas pela marca de gastronomia e entregues pelo James, facilitando a alimentação de nossos(as) clientes durante o período de distanciamento social.

CONTROLE DE HORÁRIOS

» Reduzimos o horário de atendimento nas lojas e criamos um **horário exclusivo aos(às) clientes com mais de 60 anos** em algumas unidades do Pão de Açúcar e do Extra em todo o Brasil, para que fizessem suas compras com mais tranquilidade e segurança.

» Criação da funcionalidade **"Horário de Pico" no aplicativo do Assaí** que permite aos(as) clientes consultar o fluxo em loja por dia da semana e por faixa de horário.

CONSCIENTIZAÇÃO

» Em nossas lojas, sites, aplicativos e redes sociais, **realizamos diversas comunicações voltadas para nossos(as) clientes** com procedimentos para a hora da compra a fim de promover a segurança de todos(as).

» Conscientização dos(as) **entregadores(as) autônomos(as)** do James quanto à higienização dos equipamentos de trabalho e das mãos, material informativo com dicas de prevenção e **distribuição de 40 mil sachês de álcool em gel**.

SOLUÇÕES EM PAGAMENTOS

» Para **manter o poder de compra de nossos(as) clientes** em meio à pandemia, promovemos a adaptação do calendário promocional, parcerias com fornecedores(as) e descontos em produtos de Marcas Exclusivas.

» Lojas do Assaí habilitadas para receber **pagamento por aproximação** que evita o contato, com tecnologia QR *code* para pagar as compras.

» No Estado de São Paulo, os(as) clientes do Assaí puderam utilizar o **auxílio-merenda** – benefício do governo estadual destinado a alunos(as) da rede pública – **para o pagamento das compras** nas lojas.

» Os(as) clientes **beneficiários(as) do Auxílio Emergencial** puderam pagar suas compras em lojas do Assaí com o cartão de débito virtual Caixa Elo.

» Em parceria com o Governo da Bahia, possibilitamos o **pagamento de compras no Assaí com o vale-alimentação** recebido pelas famílias de estudantes do Estado.

- Em parceria com a Epay, especialista em soluções pré-pagas, desenvolvemos no Assaí o **Cartão Cesta Básica** para atender a demanda de empresas e pessoas físicas por cestas básicas para doações ou entrega a funcionários(as).

- Passamos a aceitar **Ticket Restaurante como forma de pagamento** em nossas lojas do Multivarejo.

- **Desconto** (entre julho e setembro) para as **compras pagas com o Auxílio Emergencial ou Saque Emergencial do FGTS** pelo aplicativo "Caixa Tem" nas lojas Extra Hiper, Mercado Extra, Mini Extra e Drogaria Extra de todo o Brasil.

- Passamos a receber o **pagamento de boletos e faturas de varejistas de moda**, como Renner, Riachuelo e Marisa, nas lojas do Pão de Açúcar, Extra Hiper e Mercado Extra para oferecer mais uma opção aos(às) clientes e reduzir os deslocamentos dos(as) consumidores(as) ao mínimo possível.

- **Descontos em toda a linha de *food service***, com objetivo de beneficiar clientes microempreendedores(as) de alimentos no Assaí.

- Na rede Assaí, adotamos a **flexibilização de pagamento**, com parcelamento em até três vezes sem juros.

Shopper do James Delivery em loja do Extra

CUIDADOS COM A NOSSA GENTE

ORIENTAÇÃO

- Intensificamos a comunicação com nossos(as) colaboradores(as), destacando a importância de **medidas preventivas e conscientização**. Lançamos o App Web, que reúne todos os nossos direcionamentos, ações e protocolos.

- Criamos um **comitê multidisciplinar** para **acompanhar e tratar dos temas relativos à pandemia**, sempre alinhado aos procedimentos e determinações dos órgãos de saúde e entidades médicas, zelando pelo bem-estar e segurança de todos(as).

- No Assaí, tivemos a **criação do cargo de auxiliar de Controle de Qualidade** com contratação de 170 profissionais para apoiar na prevenção à Covid-19 em nossas filiais.

- Promovemos **campanhas de engajamento e incentivo**, principalmente para nossos(as) colaboradores(as) de loja, que atuam na linha de frente para abastecer a população.

- Lançamos a **campanha interna Cuidando de Um(a), Cuidamos de Todos(as)**, nas unidades do Assaí pelo Brasil, com diversas iniciativas para garantir a segurança dos(as) colaboradores(as) (saiba mais na página 120).

APOIO AO DISTANCIAMENTO

- Adotamos o ***home office*** **para os(as) colaboradores(as)** da sede e escritórios administrativos.

- Em nossas lojas e Centrais de Distribuição, **distribuímos álcool em gel e máscaras descartáveis e de tecido** para os(as) colaboradores(as) de todos os negócios. Nas sedes e escritórios corporativos, nos períodos de retorno ao modelo presencial, também fizemos essa distribuição e realizamos a **testagem dos(as) colaboradores(as).** No momento de entrada do(a) colaborador(a) para o trabalho, em todas as nossas unidades, fazemos a **medição diária da temperatura**.

- Reforçamos os trabalhos de **abastecimento noturno**, evitando concentração de colaboradores(as) nos demais horários.

- **Afastamos e antecipamos férias para colaboradores(as) dos grupos de risco** – idosos(as), portadores(as) de doenças crônicas e gestantes – , e **contratamos quase dez mil profissionais temporários(as)** para reforçar o time das lojas e do *e-commerce*.

Colaborador em loja do Extra Hiper

PROMOÇÃO À SAÚDE E BEM-ESTAR

- Antecipamos a **vacinação da gripe** aos(às) colaboradores(as) e dependentes.

- Disponibilizamos **atendimento em ambulatório médico** dedicado aos(às) colaboradores(as) da sede e prédios administrativos, além de linha telefônica para atendimento de todo o time.

- **Fornecimento de refeição** para todos(as) os(as) promotores(as) fixos(as) e motoristas nas lojas do Assaí.

- Durante a pandemia, foi **oferecido para as mães** que atuam nas lojas e CDs do Assaí um **subsídio semanal** de R$ 150,00 para apoiá-las durante o fechamento das escolas.

REDE DE SOLIDARIEDADE

DOAÇÕES DIRETAS E MOBILIZAÇÃO DE CLIENTES

+ de 5,9 mil toneladas de alimentos, produtos de higiene e limpeza doadas.

+ de 640 mil famílias beneficiadas em 21 Estados, além do Distrito Federal.

Campanhas de doação e solidariedade junto aos(as) nossos(as) clientes do **Pão de Açúcar, Extra, Assaí, Compre Bem e James.**

"Tem suprido muitas necessidades de muita gente, como a minha, e a ajuda veio numa boa hora. E eu sou feliz por isso, sendo beneficiada. Não só para mim, mas também por muitas pessoas do nosso bairro."

Elyssandra
Beneficiária pela doação do Assaí, por meio do Instituto GPA, para a CUFA — Central Única das Favelas — Maranhão .

+ Saiba mais sobre as nossas ações sociais na **página 134.**

Voluntárias separam as doações

GPA

APOIO A FUNDOS EMERGENCIAIS

» **Mais de R$ 12 milhões de investimento,** considerando as **ações de doação/ mobilização** de clientes e **apoio a fundos emergenciais**, sendo três que beneficiaram mais de 2.700 microempreendedores(as) e pequenos(as) produtores(as) e um voltado ao enfrentamento à Covid-19 nas periferias.

COMBATE À VIOLÊNCIA CONTRA A MULHER

» Conscientização sobre violência contra a mulher e **divulgação de canais de apoio para as vítimas**, em parceria com o Instituto Avon. Ao todo, foram mais de 460 mil acessos em 2020.

OUTRAS INICIATIVAS

» Projeto de **apoio a pequenos(as) empreendedores(as)** vendendo e entregando seus produtos por meio do James com o valor todo revertido ao (à) empreendedor(a).

» **Apoio à reabertura de parques em São Paulo** com marcações de distanciamento social e dispositivos de álcool em gel.

Saiba mais sobre as nossas ações sociais na **página 134**.

Voluntários carregam caminhão com alimentos doados

Beneficiário de doação do Éxito na Colômbia

grupo éxito

AÇÕES FRENTE À PANDEMIA NO ÉXITO

- Criação de linha telefônica para **atenção prioritária e entregas em domicílio grátis** para os(as) profissionais da saúde, como forma de reconhecimento por seu trabalho.
- **Pagamento antecipado** a cerca de mil **micros, pequenos(as) e médios(as) fornecedores(as)** como forma de preservar o emprego, somando 75.000 milhões de pesos colombianos mensais.
- **Incentivo à confecção de 13 milhões de máscaras** para distribuição desse elemento básico de **proteção para os(as) colombianos(as) e manutenção de 3 mil empregos** nas confecções que se dedicam à produção das marcas exclusivas de têxtil.
- **Doação de mais de 213 mil cestas básicas** para famílias de 190 municípios na Colômbia, por meio da Fundação Éxito.

Geração de Valor Sustentável

ODS

Temas Materiais

Eixos Estratégicos

Usina Solar Cristo Rei em loja do Assaí (MT)

Estratégia de Sustentabilidade

GRI 102-40, 102-42, 102-43 e 102-47

UMA ESCOLHA MAIS SUSTENTÁVEL

Nossa estratégia de sustentabilidade integra os temas prioritários para o planejamento e o desenvolvimento estratégico do negócio. Por meio de seis eixos de atuação, conectados ao *CSR Program*, programa de responsabilidade social corporativa do Grupo Casino, direcionamos e potencializamos a criação de valor positivo aos nossos *stakeholders*.

Em 2020, revisamos nosso estudo de materialidade, buscando compreender o cenário global de tendências de sustentabilidade e também as expectativas e os interesses desses públicos.

Para isso, realizamos um trabalho de pesquisa — que avalia os temas mais relevantes para os principais índices ESG do mercado de capitais e para os nossos pares no setor em todo o mundo — e consultamos nossos *stakeholders* em pesquisas *online* de múltipla escolha, alcançando mais de 4 mil pessoas, entre clientes, colaboradores(as), acionistas, membros da imprensa, parceiros(as) comerciais e de apoio em nossas iniciativas socioambientais, além de entrevistas em profundidade com investidores(as), conselheiros(as), fornecedores(as) e ONGs.

Com o resultado do estudo de materialidade e a partir de uma revisão de nossa estratégia de atuação, identificamos os principais temas e abordagens prioritários à gestão de sustentabilidade, revisitamos nossos eixos estratégicos e nosso propósito.

Temas materiais

- Combate às mudanças climáticas
- Gestão de resíduos
- Oferta de produtos saudáveis, sustentáveis e seguros
- Conscientização dos(as) consumidores(as)
- Bom ambiente de trabalho com oportunidades de desenvolvimento
- Diversidade, inclusão e combate à discriminação
- Boas práticas éticas e de governança
- Segurança da informação e privacidade
- Desenvolvimento de práticas sustentáveis na cadeia de fornecimento
- Promoção dos Direitos Humanos
- Valorização da experiência dos(as) clientes
- Relacionamento com a comunidade local

É possível acompanhar a correspondência de nossas iniciativas com os temas materiais na página inicial de cada capítulo ao longo de nosso relato.

Eixos Estratégicos

Valorização da Nossa Gente

Ser uma referência na promoção da diversidade, ética e sustentabilidade por meio dos(as) nossos(as) colaboradores(as) e marcas.

Gestão do Impacto Ambiental

Combater as mudanças climáticas, inovando e aperfeiçoando a gestão ambiental de nossos negócios.

Consumo e Oferta Consciente

Ampliar a oferta e apoiar o(a) consumidor(a) na escolha de produtos e atitudes mais saudáveis e sustentáveis.

Engajamento com a Sociedade

Ser um agente mobilizador para a promoção de oportunidades mais inclusivas e justas para todos(as).

Transformação na Cadeia de Valor

Co-construir cadeias de valor comprometidas com o meio ambiente, as pessoas e o bem-estar animal.

Gestão Integrada e Transparência

Consolidar as práticas sociais, ambientais e de governança no nosso modelo de negócio e garantir a ética e transparência na relação com nossos *stakeholders*.

ESG INTEGRADO À ESTRATÉGIA

Fortalecendo a integração da sustentabilidade e dos aspectos sociais, ambientais e de governança à estratégia e ao modelo de negócio, contamos com o Comitê de Sustentabilidade e Diversidade, desde 2014, que assessora o Conselho de Administração.

O Comitê é responsável por orientar e assegurar a adoção de melhores práticas de sustentabilidade pelo GPA e seus negócios, promovendo discussões sobre políticas e iniciativas de desenvolvimento sustentável ao nível da Liderança e do Conselho de Administração, acompanhando indicadores ESG chave e avaliando políticas e práticas de temas críticos de alto impacto.

Outro ponto importante de fortalecimento da integração da sustentabilidade é que, desde 2016, nossas lideranças (cargos a partir de coordenadores(as)) contam com metas anuais, que influenciam sua remuneração variável, relacionadas ao tema. O Índice de Sustentabilidade e Diversidade (ISD) é composto por três indicadores relacionados à nossa estratégia de sustentabilidade e diversidade:

- Número de mulheres em cargos de liderança (gerentes e acima);
- Número de pessoas com deficiência no quadro de colaboradores(as);
- Consumo de energia elétrica por metro quadrado de área de venda.

A partir de 2021, evoluímos nesse Índice e, portanto, teremos somente dois indicadores dentro da composição do ISD:

- Número de mulheres em cargos de liderança (gerentes e acima);
- Redução das emissões de CO_2 (escopos 1 e 2).

ICO2 B3
ISE B3

Fomos uma das empresas selecionadas para a 16ª Carteira do **ISE (Índice de Sustentabilidade Empresarial)** da B3. O ISE destaca as empresas que promovem boas práticas ambientais, sociais e de governança corporativa. A Carteira reúne 46 ações de 39 companhias de 15 setores diferentes e vigorará de 4 de janeiro a 30 dezembro de 2021. O GPA é a primeira empresa de varejo alimentar a constar na carteira desde sua criação.

Desde 2011, integramos o **Índice de Carbono Eficiente (ICO2),** da B3, que reúne as empresas que demonstram comprometimento com a transparência de suas emissões e antecipam a visão de como estão se preparando para uma economia de baixo carbono.

Nossa Geração de Valor**

Capitais

Social e de Relacionamento
- Instituto GPA
- Parcerias com ONGs/*startups* e *scale-ups*
- Canais de comunicação e relacionamento
- Relacionamento com pequenos(as), médios(as) e grandes fornecedores(as)

Financeiro
ASSAÍ
- R$ 1.290 milhões em investimento bruto
- R$ 39,4 bilhões em receita bruta

GPA
- R$ 846 milhões em investimento bruto
- R$ 55,7 bilhões em receita bruta

Humano
- 104.816 colaboradores(as)*
- Fomento à diversidade e inclusão

Intelectual
- Desenvolvimento e funcionamento da plataforma multisserviços
- Conhecimento e experiência dos(as) colaboradores(as)

Natural
- 1.933.270 m³ de água
- 1.138.170 MWh de energia

Manufaturado
- 1.057 pontos de venda
- 31 Centros de Distribuição
- GPALab e espaço no Cubo
- Frota própria e terceira

*Número inclui ativos(as) e afastados(as) e contratos suspensos em dezembro de 2020.
**Dados referentes à operação do GPA no Brasil.

Valor Gerado

Social e de Relacionamento
- Melhores práticas com fornecedores(as)
- Oferta e consumo consciente
- Relacionamento e fidelização (+21 milhões de clientes cadastrados(as))
- Praticidade, exclusividade e experiência de compra
- Cultura, educação, trabalho e outras parcerias (Instituto GPA)
- Apoio às pessoas em situação de vulnerabilidade por conta da pandemia

Financeiro
- Retorno aos(às) acionistas/desempenho das ações
- Economia de recursos
- Ganho de *market share*

Humano
- + 1,7 milhão de horas de capacitação e desenvolvimento
- Diversidade e inclusão:
- 33,1% de mulheres em cargos de liderança (gerência eacima)
- 52% de negros(as)
- 4,5% de pessoas com deficiência
- Saúde, segurança e qualidade de vida
- Construção de carreira
- Suporte aos(às) colaboradores(as) e parceiros(as) durante a pandemia

Intelectual
- Diversificação estratégica e inovação (novos negócios, produtos, marcas e parcerias)
- Compartilhamento de práticas responsáveis com fornecedores(as)
- Conhecimento sobre consumidores(as) e mercado
- Tecnologia, *apps* e plataformas de venda
- *Marketplace*

Natural
- Redução do uso de recursos naturais
- Compromisso com as melhores práticas produtivas (meio ambiente, pessoas e bem-estar animal)
- Compromisso de redução da emissão de carbono

Manufaturado
- Expansão do negócio: novas lojas, mais de 15.100 produtos de Marcas Exclusivas disponíveis, canais de atendimento, CDs eficientes e interligados
- Eficiência da frota

Colaborar para transformar

GRI 102-12

Para potencializar nosso papel como agente transformador, somos signatários de iniciativas e movimentos que estão empenhados em construir uma sociedade mais justa e sustentável. Trabalhamos juntos para superar os principais desafios do desenvolvimento sustentável adotando as melhores práticas de gestão no varejo.

COMPROMISSOS VOLUNTÁRIOS

10 COMPROMISSOS DA EMPRESA COM OS DIREITOS LGBTI+

Reforçando nosso respeito e a igualdade de tratamento independentemente de orientação sexual, identidade sexual ou gênero, assinamos, em 2017, os compromissos elaborados pelo Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+.

ALIANÇA SEM ESTEREÓTIPO (ONU MULHERES)

Desde 2019, fazemos parte do movimento que visa eliminar os estereótipos de gênero na comunicação. As empresas que integram a rede trocam informações e experiências, além de ter acesso a pesquisas e curadoria que ajudam na construção de campanhas com mais igualdade de gênero e capazes de representar as mulheres em sua pluralidade.

COALIZÃO EMPRESARIAL PELA EQUIDADE RACIAL E DE GÊNERO

Aderimos, em 2017, à iniciativa do Centro de Estudos das Relações do Trabalho e Desigualdades (CEERT), do Instituto Ethos e do *Institute for Human Rights and Business (IHRB)*. O objetivo é a articulação, a troca de experiências e o estímulo à implementação de políticas e práticas empresariais no campo da diversidade, com foco em equidade racial e de gênero.

COALIZÃO EMPRESARIAL PELO FIM DA VIOLÊNCIA CONTRA MULHERES E MENINAS

Em 2019, aderimos à iniciativa, coordenada pelo Instituto Avon e pela ONU Mulheres com o apoio técnico da Fundação Dom Cabral, com objetivo de engajar os(as) líderes do setor privado e garantir o compromisso voluntário pelo fim da violência contra meninas e mulheres.

INICIATIVA EMPRESARIAL PELA IGUALDADE RACIAL

Desde 2019, aderimos à plataforma de articulação entre empresas comprometidas em buscar um desempenho ainda mais significativo na abordagem do tema étnico-racial. A iniciativa tem como objetivo assegurar vantagem competitiva, constituindo-se em um espaço de diálogo do empresariado brasileiro em torno dos seus compromissos com a inclusão, promoção e valorização da diversidade étnico-racial.

MANIFESTO PELA DIVERSIDADE E INCLUSÃO NO SETOR JURÍDICO

Desde 2019, participamos dessa iniciativa que visa promover a diversidade na área jurídica das empresas e em toda sua cadeia de valor, além de estimular a formação de parcerias com nossos escritórios de advocacia para adotar as melhores práticas no tema. Somos a primeira companhia varejista a integrar a iniciativa que conta com mais 20 empresas brasileiras signatárias.

MOVIMENTO AR

Mobilização voluntária que propõe mudanças e transformações sociais por meio de ações efetivas de combate ao racismo, preconceito e discriminação racial contra as pessoas negras.

MOVIMENTO MULHER 360

Desde 2016, fazemos parte do Movimento Mulher 360, criado com o objetivo de contribuir para o empoderamento econômico das mulheres brasileiras em uma visão 360 graus, por meio da promoção, sistematização e difusão dos avanços nas políticas e práticas empresariais, do engajamento das empresas brasileiras, da comunidade e da sociedade em geral.

PARTNERSHIP FOR GLOBAL LGBTI EQUALITY

A *Partnership for Global LGBTI Equality* (Parceria Global pela Igualdade LGBTI) é uma coalização de organizações comprometidas em alavancar a defesa individual e coletiva para acelerar a igualdade e a inclusão LGBTI globalmente e gerar mudanças positivas.

PACTO GLOBAL

Desde 2001, assumimos o compromisso formal com os princípios relacionados a direitos humanos, práticas trabalhistas, responsabilidade ambiental e combate à corrupção defendidos pelo Pacto Global da ONU.

PACTO PELA ERRADICAÇÃO DO TRABALHO ESCRAVO

Assumimos, em 2005, o compromisso formal de não manter em nossas cadeias produtivas quem utiliza mão de obra escrava.

PACTO PELA INCLUSÃO DE PESSOAS COM DEFICIÊNCIA (REDE EMPRESARIAL DE INCLUSÃO SOCIAL)

Aderimos, em 2016, aos cinco compromissos pela promoção dos direitos das pessoas com deficiência, a fim de fortalecer o comprometimento da nossa Alta Liderança no tema e promover uma cultura corporativa e um ambiente de trabalho inclusivos.

PRINCÍPIOS DE EMPODERAMENTO DAS MULHERES (WEPS)

Somos signatários, desde 2017, dos princípios estabelecidos pela ONU, desenvolvendo continuamente políticas e iniciativas que visam à igualdade de gênero e ao empoderamento das mulheres.

PARTICIPAÇÕES EM ASSOCIAÇÕES E INSTITUTOS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS EMPRESAS DO MERCADO DE FIDELIZAÇÃO (ABEMF)

Desde 2019, integramos a ABEMF que tem como objetivo contribuir para o fortalecimento e a expansão do setor de programas de fidelização de clientes no Brasil. O foco dessa atuação está na realização de estudos, divulgação de dados do setor e na busca por incentivos que beneficiem o mercado, os(as) participantes e suas associadas.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ATACADISTAS E DISTRIBUIDORES (ABAD)

Desde 2004, o Assaí é associado à entidade que representa as empresas atacadistas e distribuidoras que comercializam produtos industrializados e promove o desenvolvimento da cadeia de abastecimento em todo o território nacional.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SUPERMERCADOS (ABRAS)

Somos associados à entidade desde a sua fundação, em 1968. A Abras representa, integra e impulsiona o desenvolvimento do setor supermercadista no País, mantendo um diálogo aberto em negociações com os governos municipal, estadual e federal. Somos associados a 23 associações estaduais ligadas à Abras, como a Associação Paulista de Supermercados (Apas), a Associação de Supermercados do Estado do Rio de Janeiro (Asserj) e a Associação Mineira de Supermercados (Amis).

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DO VAREJO TÊXTIL (ABVTEX)

Desde 2007, participamos da ABVTEX, que promove a defesa dos interesses da indústria, do comércio têxtil e do vestuário.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DOS ATACADISTAS DE AUTOSSERVIÇO (ABAAS)

O Assaí pertence à Abbas desde 2014, ano de criação da entidade. A associação tem como objetivo ser a porta-voz do segmento de atacado de autosserviço. Sua principal atividade é representar o setor e atuar sobre demandas específicas junto à iniciativa privada, à indústria, aos(às) clientes e aos órgãos públicos.

ASSOCIAÇÃO PAULISTA DE SUPERMERCADOS (APAS)

Integramos a Associação desde 1971, comprometidos com o seu propósito de reunir empresários(as) supermercadistas do Estado de São Paulo para integrar toda a cadeia de abastecimento, profissionalizar o setor, garantir a excelência na operação e apontar as tendências do varejo.

FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO ESTADO DE SÃO PAULO (FECOMERCIOSP)

O GPA é membro da FecomercioSP desde a sua fundação. A entidade representa os interesses das empresas do setor e desenvolve uma atuação voltada para promover o crescimento econômico do País.

GESTORA PARA RESÍDUOS DE EQUIPAMENTOS ELETROELETRÔNICOS NACIONAL (*GREEN ELETRON*)

Somos associados desde 2018. A entidade representa as empresas detentoras das principais marcas de pilhas e eletroeletrônicos do País, coordenando a implementação e operacionalização de um sistema que permite o descarte ambientalmente adequado de equipamentos em fim de vida.

INSTITUTO AKATU

Temos uma parceria estratégica desde 2003. A organização atua na conscientização e mobilização da sociedade para o consumo consciente.

INSTITUTO ETHOS

Desde 1999, estamos juntos com o Ethos na missão de mobilizar, sensibilizar e contribuir com as empresas na gestão de seus negócios de forma socialmente responsável.

INSTITUTO PACTO NACIONAL PELA ERRADICAÇÃO DO TRABALHO ESCRAVO (INPACTO)

Membros desde a fundação do Instituto, contribuímos com o seu objetivo de unir o setor privado e as organizações da sociedade civil para prevenir e erradicar o trabalho escravo nas cadeias produtivas.

INSTITUTO PARA DESENVOLVIMENTO DO VAREJO (IDV)

Desde 2006, somos membros do IDV, que tem como objetivo fortalecer a representação de empresas varejistas de diferentes setores de atuação nacional.

Transformação na cadeia de valor

GRI 102-9

ODS

Temas Materiais

Eixos Estratégicos

Gôndola de legumes em loja

Panorama

COMPROMISSOS PÚBLICOS

- Atingir 100% da venda de ovos de galinhas livres de gaiolas nas Marcas Exclusivas até 2025 e em todas as marcas até 2028.
- Atingir 100% da venda de carne suína disponibilizada em nossas lojas Pão de Açúcar, Extra e Compre Bem proveniente de fornecedores(as) que contemplam o bem-estar animal, como o não uso de gaiola gestacional, até 2028.
- Atingir 100% da venda de frango de corte das Marcas Exclusivas Qualitá e Taeq, atendendo as tendências globais de bem-estar animal, até 2028.
- Ter 100% dos(as) fornecedores(as) do Pão de Açúcar de carne bovina comprometidos(as) publicamente com política específica de bem-estar animal na cadeia até 2025.
- Atingir 100% do volume de carne adquirida proveniente de fornecedores(as) com sistema de geomonitoramento.
- Realizar auditorias de condições de trabalho em 100% dos(as) fornecedores(as) estrangeiros(as) de países críticos com vulnerabilidade social.

RESULTADOS

BEM-ESTAR ANIMAL

- Ampliação para 98,2% do abastecimento dos ovos de galinhas livres de gaiolas nas lojas Extra e Pão de Açúcar.
- Aumento de 6 p.p na venda de ovos de galinhas livres de gaiolas (25% para 31% em relação a 2019).
- Assaí e Compre Bem passaram a ofertar ovos de galinhas livres de gaiolas em 100% de suas lojas.

COMBATE AO DESMATAMENTO

- 38 fornecedores(as) de carne bovina ativos(as).
- 17.740 fazendas diretas que forneceram para o GPA no ano de 2020 analisadas pelo sistema de geomonitoramento.
- 100% dos(as) fornecedores(as) diretos(as) de carne bovina em aderência com a Política Socioambiental de Compras de Carne Bovina e com rastreabilidade ativa.
- 100% dos(as) fornecedores(as) diretos(as) de carne bovina com sistema de geomonitoramento próprio e com rastreabilidade ativa.
- Desde 2017, 29 fornecedores(as) nacionais apresentaram não conformidades e foram bloqueados(as), dos quais 11 atenderam aos planos de adequação e 18 se mantiveram bloqueados(as) ao final do período.

QUALIDADE DESDE A ORIGEM

- 290 análises de resíduos.
- 30 análises microbiológicas.

CONDIÇÕES DE TRABALHO

- Auditamos 84% de nossos(as) fornecedores(as) de países críticos (internacional).

CARAS DO BRASIL

- 18 novos produtos lançados, totalizando um portifólio de 28 produtos.
- 16 pequenos(as) produtores(as) parceiros(as).
- 20 lojas do Pão de Açúcar com o novo conceito, sendo oito em São Paulo e duas no Rio de Janeiro.

Gestão de riscos de cadeias críticas

Como uma empresa de varejo, nosso trabalho é conectar as pessoas aos melhores produtos.

Fazemos a ponte entre os(as) nossos(as) fornecedores(as) e clientes, trabalhando diariamente para que essa conexão seja pautada por condutas éticas e alinhada às melhores práticas sociais, ambientais e econômicas.

Nossa cadeia de valor é rica e complexa, formada por milhares de fornecedores(as), dentre produtores(as), indústrias, empresas de distribuição e de outros produtos e serviços. E nosso relacionamento com esse público é guiado pela nossa Carta de Ética para Fornecedores(as), Código de Ética, Política de Diversidade, Inclusão e Direitos Humanos, Política de Gestão Ambiental, Política Socioambiental de Compras de Carne Bovina e Política Socioambiental de Compras de Produtos com Óleo de Palma, que definem os padrões a serem seguidos em temas como: direitos humanos, saúde e segurança do trabalho, práticas anticorrupção, meio ambiente e bem-estar animal.

MAPEAMENTO E MONITORAMENTO

Mapeamos e monitoramos nossas cadeias críticas e seus riscos socioambientais associados, buscando minimizar os impactos relacionados à compra e à venda de determinados produtos.

Riscos críticos prioritários

Bem-estar animal	Combate ao desmatamento
Uso sustentável da biodiversidade	Condições de trabalho

Para isso, atuamos de maneira proativa junto aos(às) fornecedores(as) nas categorias de produtos de maior criticidade, e de maneira ainda mais acurada em nossas Marcas Exclusivas, definindo uma estratégia preventiva de médio prazo e planos de ação, quando necessários.

Cadeias críticas

Milho	Açúcar
Carne bovina	Têxtil
Pescado	Cacau
Soja	Palma

MARCAS EXCLUSIVAS

Para nossas Marcas Exclusivas, monitoramos os riscos sociais e ambientais nas fábricas dos(as) fornecedores(as) e nas cadeias de abastecimento de matérias-primas, e a avaliação deles(as) se dá de acordo com o processo ao lado:

Identificar e rastrear

Monitoramos as fábricas e subcontratados(as) de Marcas Exclusivas de maneira sistematizada, com atenção aos riscos emergentes de cada cadeia.

Engajar e capacitar

Difundimos a Carta de Ética para Fornecedores(as) das Marcas Exclusivas e seus(uas) colaboradores(as) para conscientizar sobre impactos e riscos socioambientais e alinhá-los(as) com nossa estratégia de sustentabilidade nas suas cadeias.

Verificar e acompanhar

Garantimos a conformidade das fábricas e fornecedores(as) de Marcas Exclusivas com as leis e regulamentações vigentes e com a Carta de Ética, a fim de garantir suas atividades em linha com os princípios de cadeias sustentáveis.

Inovar

Consideramos continuamente as oportunidades de inovação para desenvolvermos junto aos(às) nossos(as) fornecedores(as) de Marcas Exclusivas novos processos, produtos e serviços que contribuam com a sustentabilidade e levem aos(às) clientes uma escolha diferenciada.

Conheça, a seguir, nossas ações frente aos riscos prioritários:

BEM-ESTAR ANIMAL

Somos pioneiros no varejo brasileiro na promoção do bem-estar animal na cadeia. Em 2017, fomos a primeira empresa do setor a firmar compromisso pelo bem-estar animal.

Os nossos compromissos estão orientados pelas normas e legislações vigentes, bem como pelas cinco liberdades dos animais, definidas pela *Farm Animal Welfare Council* (FAWC):

1. Estar livre de fome;
2. Estar livre de desconforto;
3. Estar livre de dor, doença e injúria;
4. Ter liberdade para expressar os comportamentos naturais da espécie;
5. Estar livre de medo e de estresse.

Nosso foco inicial foi na cadeia de ovos das nossas Marcas Exclusivas e fomos a primeira empresa do setor a lançar linha de ovos de galinhas livres de gaiolas.

Em 2020, seguimos com esse protagonismo, expandindo nosso compromisso com o bem-estar animal, de maneira única no País, para diferentes elos da cadeia: ovos, frangos, suínos e bovinos.

"É importante celebrarmos a vitória desse novo compromisso do GPA após todos esses anos de negociações. Todas as empresas precisam dar atenção às vidas dos animais envolvidos nesse processo de criação de galinhas e produção de ovos para consumo humano. Os animais, não humanos, envolvidos nesses processos carecem de oportunidades para expressarem os movimentos naturais, inerentes à sua espécie. A mudança existe, a sociedade civil está cobrando junto com as ONGs, e quanto antes as demais empresas entenderem isso, melhor será a vida dos animais."

Taylison Santos
Gerente de Campanhas do Fórum Nacional de Defesa e Proteção Animal

"A Mercy For Animals acredita que as empresas têm o poder de mudar a vida de milhões de animais por meio de suas políticas corporativas. Reconhecemos a resposta dada pelo GPA às demandas dos(as) consumidores(as) por melhores condições no tratamento dado aos animais em sua cadeia de suprimentos, a partir da publicação de importantes políticas de bem-estar animal para galinhas na indústria de ovos, porcos, frangos e bois. Além dos requisitos mínimos estabelecidos, é fundamental que essas políticas também abranjam outras frentes como o desenvolvimento de fornecedores(as) e conscientização de consumidores(as) sobre o tema. O GPA tem demonstrado ser uma empresa que coloca o bem-estar animal como parte fundamental da sua estratégia de negócios ao estar dedicada em cumprir seus compromissos nesse sentido, bem como atenta a novas e inovadoras formas de continuar a construir uma cadeia de suprimentos mais compassiva."

Cecilia Valenza
Gerente de Relações Corporativas da *Mercy For Animals* no Brasil

"O compromisso firmado pelo GPA em suínos reforça a necessidade e a importância de transformarmos o sistema de alimentação global. A implementação de boas práticas de bem-estar é uma demanda crescente dos consumidores no Brasil e no mundo. O(A) consumidor(a) consciente é um(a) agente transformador(a) da sociedade por meio de seu ato de escolha e consumo e as corporações têm o poder de transformar a vida de milhões de suínos criados anualmente por meio de mudanças em suas políticas de bem-estar."

José Rodolfo Ciocca
Gerente de Pecuária Sustentável na *World Animal Protection*

OVOS

Em 2020, expandimos nossa meta inicial de 100% de ovos de Marcas Exclusivas provenientes de galinhas livres de gaiolas, até 2025, para 100% dos ovos vendidos no Extra, Pão de Açúcar e Compre Bem – não apenas de Marcas Exclusivas – de galinhas livres de gaiolas até 2028.

Trabalhamos em diversas frentes nesses últimos anos para ampliar a representatividade dos ovos que contemplam bem-estar animal (livres de gaiolas, caipiras e orgânicos), tendo uma oferta maior desses produtos, melhorando os custos e favorecendo o acesso:

- Desenhamos um projeto piloto para oferecer os ovos de galinhas livres de gaiolas em um novo formato, as bandejas com 30 unidades, ampliando as opções para os(as) clientes que buscam melhor custo-benefício;
- Fizemos promoções e comunicações específicas e mais visuais nas lojas para informar e conscientizar o(a) consumidor(a) sobre as diversas categorias de ovos e estimular o consumo dos ovos com atributos de bem-estar animal;

Colaborador organiza as bandejas de ovos

- Avançamos na disponibilidade do produto, buscando garantir, pelo menos, um tipo de ovo com atributos de bem-estar animal em todas as nossas lojas.

Como resultado, alcançamos 31,2% de ovos das nossas Marcas Exclusivas provenientes de galinhas livres de gaiolas e 28,5% de todas as marcas. E alcançamos 100% de nossas lojas comercializando pelo menos um tipo de ovo de galinhas livres de gaiolas.

Vendas de ovos de galinhas livres de gaiolas

Marcas Exclusivas

Meta para 2021:

36%

Todas as Marcas
(Marcas Exclusivas e marcas nacionais)

Meta para 2021:

32,2%

SUÍNOS

Assumimos novo compromisso de alcançar, até 2028, 100% da carne suína de todas as marcas disponibilizadas em nossas lojas Pão de Açúcar, Extra e Compre Bem — em todos os seus formatos e em todo o País —, proveniente de fornecedores(as) que contemplam o bem-estar animal, considerando a boa saúde dos suínos, com condições físicas e psicológicas adequadas e o respeito ao seu comportamento natural.

O compromisso prevê o avanço nas seguintes frentes:

- Transição para gestação coletiva até o final de 2028[1];
- Abolição da identificação do animal por meio do corte da orelha (mossa);
- Abolição da castração cirúrgica e substituição para a castração por vacina (imunocastração);
- O corte ou desgaste dos dentes dos animais será mantido apenas nos casos de extrema necessidade, quando forem verificados comportamentos agressivos entre os animais e em casos de ferimentos entre os indivíduos;
- Exigência de enriquecimento ambiental nas diferentes fases de produção, para estimular o comportamento recreativo e exploratório dos animais e evitar o estresse;
- Compromisso para eliminação de beta-agonistas para Marcas Exclusivas. Para os(as) demais fornecedores(as), implantaremos um plano de monitoramento do uso racional de antibióticos.

1 A gestação em baias individuais tem dias máximos tolerados que serão explicitados na Política de Bem-Estar Animal do GPA.

No ano, realizamos um treinamento *online* com nossos(as) fornecedores(as) frigoríficos(as) de suínos de todo o Brasil, visando conscientizá-los(as) e engajá-los(as) sobre os compromissos assumidos e propor melhorias para a adequação de seus processos, desde a produção até o processamento.

A formação *online* contou com a presença dos diferentes agentes da cadeia, como representantes de associações de produtores(as) e das indústrias fornecedoras de carne suína a nível nacional, da sociedade civil — representada pela WAP (*World Animal Protection*) — e representantes da universidade.

BOVINOS

Assumimos o compromisso de ter 100% dos(as) nossos(as) fornecedores(as) do Pão de Açúcar comprometidos(as) publicamente com a Política de Bem-estar Animal do GPA, que será divulgada em 2021, estabelecendo os critérios a serem observados.

FRANGOS

Assumimos o compromisso de, até 2028, ter 100% dos produtos das Marcas Exclusivas Qualitá e Taeq atendendo as tendências globais de bem-estar animal detalhadas na Política de Bem-Estar Animal do GPA e, em relação às demais marcas, dobrar a participação das vendas de produtos desse segmento provenientes de cadeias produtivas que valorizam o bem-estar animal na rede Pão de Açúcar.

"A Associação Brasileira dos Criadores de Suínos (ABCS) reforça que a suinocultura brasileira tem evoluído muito neste tema na última década e é de interesse dos(as) produtores(as), não somente promover as práticas de bem-estar animal, como também traduzir isso para o(a) consumidor(a) de forma transparente, entendendo que é um processo de evolução constante com a velocidade variável conforme a realidade de cada região e empresa. A ABCS está sempre aberta a ampliar essa discussão junto ao GPA e colaborar em todos os projetos em que o diálogo seja a base para a tomada de decisões."

Marcelo Lopes
Presidente da ABCS

Detalhe de embalagem de carne bovina da Qualitá

Combate ao desmatamento

MONITORAMENTO DA ORIGEM DA CARNE BOVINA

O GPA acredita que as florestas e vegetação nativa devam ser protegidas. Por isso, temos evoluído, nos últimos dez anos, nossas políticas e processos de monitoramento da cadeia produtiva da carne bovina. Todo esse processo tem sido feito em conjunto com diversos(as) fornecedores(as), governos, instituições fiscalizadoras e organizações sociais na busca de melhores práticas para maior controle dessa cadeia, uma vez que a atividade pecuária envolve muitas etapas e, por vezes, com mais de uma fazenda e pecuarista.

Apesar dos avanços na rastreabilidade dessa cadeia, os desafios ainda são complexos, em especial no bioma amazônico, um dos mais impactados pela produção irregular de carne bovina. Por isso, desde 2016, temos uma Política Socioambiental de Compras de Carne Bovina, com procedimentos e critérios para homologação de todos(as) os(as) fornecedores(as) nacionais de todos os negócios da Companhia, a fim de identificar a origem direta e garantir o cumprimento de critérios socioambientais, que são:

- Livre de desmatamento e conversão de vegetação nativa;
- Livre de condições análogas a trabalho escravo/infantil;
- Livre de embargos ambientais por desmatamento;
- Livre de invasões de terras indígenas;
- Livre de invasões em áreas de conservação ambiental;
- Com registro no CAR e licença ambiental.

Neste ano, a partir dos aprendizados e evoluções de processos, essa Política foi atualizada, com a inclusão também da obrigatoriedade de todos os frigoríficos de aplicarem os critérios do protocolo unificado Boi na Linha (saiba mais na página 65).

Atualmente, para que todos(as) os(as) atuais fornecedores(as) do GPA sejam autorizados(as) a abastecer as unidades de negócios é preciso aplicar, integralmente, o protocolo unificado para todos os lotes de compra do Grupo e comprovar que as fazendas estão em conformidade com os critérios estabelecidos.

Política Socioambiental de Compras de Carne Bovina

A Política desdobra-se nas seguintes etapas:

HOMOLOGAÇÃO

- **Fornecedores(as):** Adesão à Política Socioambiental de Compras de Carne Bovina
- **Fornecedores(as):** Envio de informações sobre origem direta / rastreabilidade de fazendas
- **Fornecedores(as):** Implementação de Sistema de Geomonitoramento via satélite de critérios socioambientais

MONITORAMENTO

- **Fornecedores(as):** Gestão, controle da origem, análises socioambientais das fazendas e transmissão dos dados ao GPA
- **GPA:** *Double Check* da aderência da avaliação socioambiental dos(as) fornecedores(as)

TRATATIVA

- **Fornecedores(as):** Envio de evidências quando há suspeita de Não Conformidade
- **GPA:** Análise de evidências dos frigoríficos
- **GPA:** Bloqueio de fazenda quando há confirmação de Não Conformidade
- **GPA:** Plano de ação com frigoríficos com medidas educativas, corretivas ou punitivas

KPIs

- *Dashboards* de *KPIs*
- Revisão dos processos/ melhoria contínua

ADVOCACY

- Participação de grupo de trabalho multissetorial

FORMAÇÃO DE FORNECEDORES(AS) E EQUIPES INTERNAS

- Formação de fornecedores(as) e times internos
- Reconhecimento de boas práticas dos(as) fornecedores(as)

HOMOLOGAÇÃO

Homologação de fornecedores(as) — Todos(as) os(as) fornecedores(as) diretos(as) nacionais de carne bovina de origem brasileira *in natura* ou processada, resfriada ou congelada devem aderir à Política e assinar o Termo de Responsabilidade inserido no contrato de revenda. Além disso, todos(as) os(as) fornecedores(as) de revenda devem cumprir as legislações vigentes e os regulamentos, conhecer os valores e respeitar os princípios éticos estabelecidos no Código de Ética e na Política de Diversidade, Inclusão e Direitos Humanos do GPA.

Passar por um processo de homologação permite identificar a origem direta da carne bovina, a fim de garantir o cumprimento de critérios socioambientais de produção, como o atendimento ao Código Florestal e às legislações vigentes aplicáveis. Além disso, são exigidas informações sobre a qualidade dos produtos (Serviço de Inspeção Federal – SIF, ficha técnica etc.).

Rastreabilidade e transparência dos(as) fornecedores(as) + qualidade — Todos(as) os(as) fornecedores(as) de carne bovina devem inserir, para cada compra do GPA, as informações sobre a origem direta da carne vendida para a Companhia na ferramenta de rastreabilidade.

MONITORAMENTO

Monitoramento da cadeia de fornecedores(as) — Todos(as) os(as) fornecedores(as) que possuem atividade de abate devem implantar uma ferramenta de geomonitoramento, independentemente da localização geográfica de sua(s) planta(s), e verificar se todos os lotes de gado comprados aderem aos critérios dessa Política, referente à totalidade da produção do frigorífico.

Atualmente, 100% dos(as) nossos(as) fornecedores(as) diretos(as) de carne bovina têm sistema de geomonitoramento e estão sendo rastreados(as).

Auditoria da cadeia de fornecedores(as) — O GPA adota uma ferramenta própria de rastreabilidade e de geomonitoramento para a análise dos(as) fornecedores(as) e apuração da adesão das fazendas, por lote de carne bovina adquirida, aos critérios definidos no Protocolo Unificado Boi na Linha (saiba mais na página 65). Nesse processo, os dados de origem direta e de expedição de mercadorias são disponibilizados pelos(as) fornecedores(as) a cada lote de envio e, assim, são reanalisados para verificação da aderência aos critérios socioambientais.

Tratativas — Todos os frigoríficos e processadores devem atender integralmente à Política Socioambiental de Compras de Carne Bovina para se manter fornecedor(a) do GPA. Os(as) fornecedores(as) que se negarem a cumprir os requisitos de implementação ou de monitoramento são bloqueados(as) e não podem fornecer a nenhuma unidade de negócio do Grupo até a adequação.

Desde 2017, 29 fornecedores(as) nacionais apresentaram não conformidades e foram bloqueados(as), dos quais 11 atenderam aos planos de adequação e 18 se mantinham bloqueados(as) ao final do período.

Conheça a versão atualizada da **Política Socioambiental de Compras de Carne Bovina**

FORMAÇÃO DE FORNECEDORES(AS) E EQUIPES INTERNAS

Realizamos periodicamente reuniões individuais com fornecedores(as) para acompanhar e apoiar o avanço de suas práticas e damos suporte nas reuniões comerciais para fortalecer a formação e disseminar os requisitos da nossa Política, a fim de incentivar uma pecuária mais sustentável.

Em 2020, realizamos dois *webinars*, sendo um no Multivarejo e outro no Assaí, com a participação de nove frigoríficos no total, que estão inseridos ou compram gado da Amazônia, com o objetivo de conscientizar sobre os protocolos, a fim de mitigar os riscos relacionados ao desmatamento na cadeia.

No evento, participaram colaboradores(as) dos times comerciais e de sustentabilidade dos frigoríficos e da Companhia, onde apresentamos o Protocolo Boi Na Linha (saiba mais na página seguinte), do qual fazemos parte, expondo nossas expectativas frente às exigências de rastreabilidade e monitoramento de toda a cadeia.

Participamos, em parceria com a Colaboração para Florestas e Agricultura (CFA), do *Hub* de Desenvolvimento de Cadeias Livres de Desmatamento visando engajar nossos(as) fornecedores(as) de carne bovina para a adoção de práticas mais sustentáveis, tendo como plano de fundo a colaboração para a preservação das florestas e o incentivo à cadeia da carne livre de desmatamento.

O *Hub* realizou um trabalho de diagnósticos junto a quatro frigoríficos parceiros do GPA da gestão atual de nossa cadeia de fornecimento, para elaboração, com cada um deles, de um plano de implementação e melhorias para uma cadeia livre de desmatamento e conversão. O GPA também forma as suas equipes internas envolvidas nos processos de compras de carne para essa atuação.

Além da mitigação de impactos negativos, também desenvolvemos linhas de carnes produzidas com as melhores práticas de sustentabilidade. **Saiba mais na página 78.**

Gôndola da seção de carnes em loja do Pão de Açúcar

COLABORAÇÃO

GRI 102-13

Baseamos nossas ações e compromissos em diversas referências e melhores práticas de combate ao desmatamento, e apoiamos e colaboramos com diferentes iniciativas em rede. Conheça algumas delas:

Boi Na Linha: Imaflora

Somos co-desenvolvedores e usuários do projeto, que é um esforço conjunto para fortalecer e impulsionar a adoção dos compromissos sociais e ambientais na cadeia de valor da carne bovina na Amazônia.

Atualmente, existem dois compromissos na cadeia da carne bovina: os Termos de Ajustamento de Conduta (TAC), do Ministério Público Federal; e o Compromisso Público da Carne, que estabelece os critérios mínimos para operações com gado e produtos bovinos em escala industrial no bioma amazônico.

Dentre os critérios está a ausência de criação em áreas de desmatamento ilegal, terras indígenas, unidades de conservação e/ou áreas com embargos ambientais pelo Ibama e a exigência de atualização anual de dados de acordo com a base do CAR.

A plataforma funciona como um ponto central que fornece acesso a sistemas, ferramentas, dados e informações técnicas para que produtores(as), indústrias de todos os portes, curtumes, redes de supermercados e investidores(as) possam encontrar os materiais e informações de que precisam para cumprir os compromissos com uma cadeia de carne bovina livre de desmatamento.

Saiba mais em:
www.boinalinha.org

"A cadeia da carne bovina livre de desmatamento exige uma ação coletiva e setorial. Por isso, a construção do Protocolo Harmonizado para o Monitoramento dos Fornecedores de Gado dos frigoríficos partiu das discussões já acumuladas que vinham sendo feitas pelos três maiores frigoríficos e os três maiores varejistas. O papel do Imaflora foi de articulador, trazendo para a mesa também o Ministério Público Federal através da 4ª Câmara de Meio Ambiente e Patrimônio Cultural. Juntando todos os esforços, as regras de monitoramento foram melhor definidas dentro de limites e barreiras ainda existentes, mas com ganhos de clareza, uniformidade e viabilidade. O resultado foi um documento mais claro que, embora longe de perfeito, deve uniformizar o monitoramento de fornecedores(as) diretos(as), restando pela frente a inclusão dos(as) fornecedores(as) indiretos(as) em uma próxima versão. A participação do varejo foi importante pois apontou as informações necessárias para conduzir seus próprios processos previstos em suas políticas de compra. Nossa expectativa é que o Protocolo Harmonizado diminua — quiçá elimine — as diferenças de métodos existentes para avaliação e que os demais frigoríficos e empresas do varejo comecem a utilizá-lo."

Isabel Garcia Drigo
Gerente de Cadeias Agropecuárias Responsáveis, divisão Carne Bovina e Soja do Imaflora

Tropical Forest Alliance

Participamos do fórum que debate e colabora para o avanço de soluções práticas que ajudam a melhorar a rastreabilidade e o monitoramento na pecuária.

Saiba mais em:
www.tropicalforestalliance.org

Grupo de Trabalho dos Fornecedores Indiretos (GTFI)

Por meio do Grupo Éxito, somos membros ativos da iniciativa, que busca garantir que os produtos vendidos não estejam vinculados ao desmatamento na Colômbia.

Saiba mais em:
https://gtfi.org.br

Coalizão Brasil Clima, Florestas e Agricultura

A Coalizão é um movimento multissetorial que tem como objetivo tratar das questões decorrentes das mudanças climáticas sob a ótica de uma nova economia, baseada na baixa emissão de Gases de Efeito Estufa (GEE) por meio de propostas concretas para o fim do desmatamento e da exploração ilegal de madeira, a recuperação de áreas degradadas, o ordenamento fundiário, a proteção social de comunidades, bem como o estímulo à produção competitiva e sustentável de alimentos, produtos florestais e bioenergia.

Saiba mais em:
http://www.coalizaobr.com.br

Grupo de Trabalho da Pecuária Sustentável

Organização multissetorial para promoção da pecuária sustentável, por meio da articulação da cadeia, melhoria contínua e disseminação de informação.

Saiba mais em:
https://gtps.org.br/

MONITORAMENTO DE FORNECEDORES(AS) INDIRETOS(AS)

Em parceria com a Organização *National Wildlife Federation* (NWF), iniciamos em 2020 um piloto para testar o monitoramento socioambiental da cadeia dos(as) fornecedores(as) indiretos(as) usando a ferramenta de rastreabilidade VISIPEC, a primeira capaz de conectar fornecedores(as) diretos(as) e indiretos(as), permitindo uma visualização expandida da cadeia de fornecimento dos frigoríficos brasileiros.

Com isso, avançamos para o próximo passo de aprofundar nosso monitoramento do impacto socioambiental da cadeia de pecuária, entendendo o panorama de impacto dos(as) pecuaristas indiretos(as) e, a partir daí, identificar formas de engajar nossos(as) fornecedores(as) no monitoramento de seus(uas) contratados(as).

Saiba mais em:
https://www.visipec.com/

MONITORAMENTO DA ORIGEM DO ÓLEO DE PALMA

O óleo de palma é o óleo vegetal mais utilizado em todo o mundo e está presente em diversos produtos – alimentícios e não alimentícios –, inclusive em produtos de Marcas Exclusivas do GPA.

Mundialmente, a cultura de palma ocupa 8% das terras alocadas para o cultivo de oleaginosas. O Brasil é o nono maior produtor de palma do mundo, segundo a Associação Brasileira de Produtores de Óleo de Palma, e o cultivo se dá, predominantemente, no bioma amazônico, na região que compreende o Estado do Pará.

Para garantir que nossos produtos de Marcas Exclusivas com derivados de óleo de palma atendam aos critérios de produção sustentável, mitigando o impacto negativo do desmatamento, publicamos, em 2020, nossa Política Socioambiental de Compras de Produtos com Óleo de Palma.

A Política tem o objetivo de identificar e mitigar possíveis riscos decorrentes da cadeia de fornecimento do óleo presente nos produtos das Marcas Exclusivas, promovendo o consumo consciente do alimento, a partir dos compromissos estabelecidos:

1. Transparência da cadeia de fornecimento do óleo de palma usado nos produtos.
2. Capacitação e desenvolvimento dos(as) fornecedores(as).
3. Monitoramento do desempenho dos(as) fornecedores(as) quanto ao cumprimento da Política.
4. Incentivo aos(às) fornecedores(as) a buscarem um óleo de palma cuja produção seja livre de desmatamento ou de conversão de vegetação nativa, e que respeite as comunidades locais e os direitos dos(as) trabalhadores(as).
5. Encorajamento dos(as) produtores(as) de palma brasileiros(as) a adotarem práticas de produção responsáveis.
6. Transparência sobre a implementação e o progresso dessa Política com indicadores de performance.Colaboração com os atores críticos da cadeia de óleo de palma para melhorar as práticas.

Por meio do Casino, nosso controlador, acompanhamos as conversas com as organizações integrantes da POTC (*Palm Oil Transparency Coalition*) buscando soluções conjuntas que elevem o nível de responsabilidade e sustentabilidade da cadeia.

No ano, também iniciamos um diagnóstico de rastreabilidade dos(as) fornecedores(as) que monitora a origem do óleo de palma comprado pelo GPA, por meio de um questionário de avaliação de risco, que será concluído em 2021 e que viabilizará a criação de um plano de ação frente aos resultados que serão apresentados.

Produtos de Marcas Exclusivas que contém óleo de palma na composição

Conheça nossa nova **Política Socioambiental de Compras de Produtos com Óleo de Palma**, que amplia nosso compromisso com o combate ao desmatamento.

Comunicação sobre os pescados em nossas lojas

COMPRA RESPONSÁVEL DE PESCADOS

Para garantir o manejo ambientalmente adequado dos recursos e promover o uso sustentável, contamos com a Política para Recebimento de Pescados Frescos, que monitora a qualidade e o atendimento às leis vigentes pelos(as) fornecedores(as) de pescados, avaliando critérios, como época de defeso, tamanho mínimo de captura e monitoramento do Registro Geral da Atividade Pesqueira – (RPG).

Nos comprometemos a não comercializar, mesmo com a permissão da legislação, espécies em risco de extinção, como garoupa e badejo, e fomentamos o consumo sustentável oferecendo uma ampla variedade de pescados de espécies pouco conhecidas — como saramonete, sororoca, olhete, catuá, olho-de-boi, olho-de-cão, cavala, carapau, pargo-rosa e xaréu — aos(às) nossos(as) consumidores(as).

Além disso, instalamos em nossas lojas adesivos e materiais de comunicação para conscientizar nossos(as) clientes sobre o projeto. Em 2020, tivemos um crescimento de vendas de 37% dessas dez espécies (em comparação a 2019) e espécies como sororoca e carapau tiveram crescimento de mais de 200%.

Os pescados também estão sendo inseridos no Programa Qualidade desde a Origem (QDO). Saiba mais na página 74.

CONDIÇÕES DE TRABALHO

GRI 102-13

MONITORAMENTO DE FORNECEDORES(AS)

Para além do compromisso que todos(as) os(as) nossos(as) fornecedores(as) possuem de atender às diretrizes da Carta de Ética para Fornecedores(as), da Política de Diversidade, Inclusão e Direitos Humanos do GPA e às legislações locais aplicáveis, incluindo normas da Organização Internacional do Trabalho (OIT), o GPA tem como processo a realização de auditorias de conformidade social em fábricas localizadas em países com maior risco e vulnerabilidade de práticas trabalhistas, além dessa certificação em todos os produtos de nossas Marcas Exclusivas. As auditorias são realizadas por empresas terceiras (auditoras especializadas) a partir de critérios e metodologias das seguintes organizações:

- ***Initiative for Compliance and Sustainability* (ICS):** iniciativa internacional setorial com objetivo de contribuir com a melhoria das condições de trabalho da cadeia de valor dos 52 varejistas membros, que utilizam das mesmas ferramentas e compartilham resultados das avaliações e boas práticas.

- **Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX):** associação que congrega representantes de redes nacionais e internacionais e é reconhecida por suas iniciativas em prol do fornecimento responsável e uso do trabalho digno. Possui ainda como pilares de atuação o combate à informalidade e o desenvolvimento sustentável da cadeia produtiva que abastece o varejo de moda, entre outras frentes de atuação.

Além das auditorias, desde 2017, todos(as) os(as) nossos(as) potenciais fornecedores(as) e prestadores(as) de serviços passam por um processo de homologação em que também é considerada uma análise da Lista Suja de Trabalho Escravo e embargos do IBAMA. Quando identificamos a presença deles nessas listas e bases de dados de risco, o cadastro é imediatamente reprovado, não sendo permitido o fornecimento ou prestação de serviços ao GPA.

INITIATIVE FOR COMPLIANCE AND SUSTAINABILITY (ICS)

Essa metodologia verifica as fábricas, por meio de visitas nos locais e análise de documentos, além de entrevistas anônimas com colaboradores(as), nos seguintes temas:

- Trabalho forçado;
- Tráfico de pessoas e trabalhadores(as) imigrantes;
- Trabalho infantil;
- Liberdade de associação;
- Direito à negociação coletiva;
- Discriminação;
- Saúde e segurança do trabalho;
- Abuso e assédio;
- Remuneração e benefícios;
- Horas trabalhadas e extras.

Produtos de Marcas Exclusivas

Gôndola de legumes em loja do Extra

A cada auditoria ICS é emitido um relatório com uma pontuação da avaliação. Com base nessa pontuação, são possíveis as seguintes deliberações (da maior para a menor nota):

- Fornecimento autorizado;
- Fornecimento autorizado com plano de ação para conclusão em até seis meses;
- Fornecimento autorizado com obrigatoriedade de uma auditoria de *follow up* em até seis meses;
- Fornecimento não autorizado até uma auditoria de *follow up;*
- Fábrica bloqueada para fornecimento.

Cliente na seção têxtil em loja do Extra Hiper

O processo de auditoria segue as seguintes etapas:

Análise de documentação do(a) fornecedor(a) ▸ Cadastro do(a) fornecedor(a) na ICS e verificação de auditorias anteriores ▸ Auditoria realizada de forma semianunciada, dentro de uma janela de auditoria predeterminada ▸ Análise de resultados pelo GPA e indicação de plano de ação, caso necessário ▸ Liberação dos resultados de auditoria, plano de ação e permissão ou não do fornecimento ao GPA

Em 2020, por conta da pandemia da Covid-19, muitas auditorias sociais tiveram que ser reprogramadas, o que ocasionou um atraso na realização delas. Mesmo assim, 84% das fábricas internacionais do total (sendo 29% têxtil, 40% bens de consumo e 31% alimentar) e 60,9% das fábricas de nossas Marcas Exclusivas no Brasil (2% bens de consumo e 98% alimentar) foram auditadas na metodologia ICS. No mesmo ano, cinco fornecedores(as) tiveram seus fornecimentos suspensos e 71 fábricas (15 internacionais e 56 nacionais) tiveram planos de ação referentes aos temas "Saúde e segurança do trabalho" e "Horas trabalhadas e extras".

CAPACITAÇÃO

Em janeiro de 2020, realizamos um *workshop* com a equipe de *Global Procurement* (GP) e Qualidade do GPA, que contou com a participação de 27 pessoas.

O evento buscou engajar e qualificar as equipes que trabalham direta e indiretamente com as auditorias sociais. Assim, conseguimos aperfeiçoar os nossos processos, garantindo a efetividade das auditorias na tomada de decisão de compras. Além disso, em julho, implementamos um encontro mensal para o acompanhamento das melhorias e dos planos de ação em desenvolvimento.

CERTIFICAÇÃO ABVTEX

Desde 2011, temos o compromisso de comprar todos os nossos produtos de vestuário, calçados, assessórios e têxtil de todas as marcas e de nossas Marcas Exclusivas de fornecedores(as) certificados(as) pela Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX).

Em 2020, mantivemos todas as atividades de monitoramento da cadeia e realizamos um treinamento com os novos membros da equipe comercial têxtil para reforçar os processos internos de cumprimento aos compromissos do programa.

No treinamento, os(as) colaboradores(as) foram apresentados(as) à plataforma da ABVTEX, que fornece o acompanhamento dos dados de cada um(a) dos(as) fornecedores(as), garantindo transparência e segurança ao processo. No momento da compra, nossos(as) colaboradores(as) da equipe comercial consultam o status de conformidade do(a) fornecedor(a) para garantir que no dia da realização do pedido ele(a) estava aprovado(a).

Seção de têxtil com produtos da Moda Extra

Em 2020

100%

dos(as) fornecedores(as) de têxtil do Grupo eram certificados(as) pela ABVTEX

"O InPACTO acredita que uma ação de promoção digna das relações de trabalho e defesa da cidadania e da infância precisa ser considerada de forma transversal e fractal por todas as instituições, sejam elas de iniciativa privada, governo ou sociedade civil. Uma abordagem fractal significa que esses valores devem ser uma lente para cada parte do organismo vivo da instituição, não apenas no ponto focal ou negócio principal da empresa. O desafio da promoção do trabalho decente em cadeias produtivas requer a participação de todos(as) nessa ação, bem como do entorno por onde ela passa ou impacta. Para os próximos anos, o GPA e o InPACTO podem desenhar uma jornada para um plano inovador e criativo nessa promoção. A jornada se inicia com um mergulho interno na busca por construir uma referência comum, criar transversalidades, fazer com que de forma fractal cada parte da empresa possa se ver dentro do Pacto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo no Brasil e, a partir disso, todos(as) possam ter segurança para compartilhar esse valor, esse saber e criar um efeito cascata."

Milene Veiga Almeida
Coordenadora de Mobilização e Relacionamento do Instituto Pacto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo (InPACTO)

Produtos e serviços mais sustentáveis

Desenvolvemos programas que contribuem para o avanço da qualidade, segurança e saudabilidade dos produtos oferecidos aos(às) nossos(as) clientes e também que falam para a sociedade sobre consumo consciente, sustentável e saudável.

PROGRAMA QUALIDADE DESDE A ORIGEM

Frutas, legumes e verduras

O nosso Programa Qualidade Desde a Origem (QDO) teve início em 2009 com a cadeia produtiva de frutas, legumes e verduras – categorias que representam o maior volume de vendas do GPA – incentivando boas práticas produtivas para garantir o mais alto padrão de qualidade dos produtos.

Com o Programa, nossos(as) fornecedores(as) são monitorados(as) ao longo de toda a cadeia de abastecimento até a chegada ao ponto de venda, por meio de:

- Auditorias de qualidade para qualificar e selecionar os(as) fornecedores(as);
- Análise de resíduos agrotóxicos e microbiológicos nos produtos para avaliar a conformidade com a legislação e as normas vigentes;
- Rastreamento e coleta de informações para atestar o atendimento às exigências da legislação brasileira;
- Inspeção da origem, performance comercial e práticas de sustentabilidade (em termos de prevenção e/ou mitigação de impacto, e criação de valor ambiental e social).

Alfaces Qualitá

"O Programa Qualidade Desde a Origem incrementou na nossa empresa muitos benefícios, benefícios no tocante à rastreabilidade, às análises de resíduos, dando maior segurança ao alimento que chega na mesa do(a) consumidor(a), com isso nós produzimos hoje, após vários anos de fornecimento de frutas ao GPA, uma fruta muito mais segura do que há 20 anos atrás."

Silvio Medeiros
Diretor-Presidente da Hidrotec Agrícola

O Programa foi revisado, em 2019, e passou a contar com uma plataforma de monitoramento em que os(as) fornecedores(as) compartilham informações técnicas e dados de rastreabilidade e podem ter acesso à sua performance em auditorias, índices de inspeções e resultados de análises.

A plataforma reúne os dados coletados pelos seis pilares do Programa - rastreabilidade, auditorias, análises, inspeções de qualidade, eficiência operacional e sustentabilidade – e converte as informações em indicadores que auxiliam a equipe de compras a selecionar os(as) melhores fornecedores(as) e produtos aos(às) nossos(as) clientes.

Para identificar melhorias contínuas no processo e incentivar o uso da plataforma, em 2020, realizamos encontros com áreas internas e fornecedores(as), além de melhorias na interface e análises para a verificação de inconsistência dos dados.

Em 2020, foram realizadas 290 análises de resíduos e 30 análises microbiológicas, volumes menores em relação a 2019, devido os impactos ocasionados pela pandemia da Covid-19.

"Entrar no Programa QDO do GPA nos ajudou a melhorar muito a nossa operação, melhoramos nossas práticas de segurança alimentar, a qualidade dos nossos produtos e o nosso processo de maneira geral. Temos uma satisfação enorme quando o(a) consumidor(a) chega na gôndola do supermercado para comprar nossas maçãs e essa satisfação se estende a todo o nosso time, pessoal que trabalha desde o início do plantio do pomar, colheita e processamento em nossas unidades de embalagem, dessa forma todo mundo fica feliz em proporcionar ao(à) consumidor(a) um produto saudável, sustentável e de qualidade".

Francisco Schio
Proprietário da Agropecuária Schio

Carnes suínas

Em 2020, iniciamos o projeto de expansão do QDO para os(as) fornecedores(as) de carnes suínas, mapeando possíveis certificadoras parceiras e estabelecendo os pilares do Programa baseados em biosseguridade, bem-estar animal, meio ambiente, ética social, qualidade e rastreabilidade.

A partir daí, construímos um modelo de requisitos de auditorias e o *check list* de itens a serem avaliados para monitorar as condições de criação, integrando conhecimentos do varejo, de associações de criadores(as) de suínos e de ONGs, que darão suporte à trilha de desenvolvimento da cadeia.

A primeira fase do projeto busca estabelecer métricas para o monitoramento da cadeia de suínos e promover o bem-estar de matrizes e leitões, desde a granja até o frigorífico.

A segunda etapa é a realização das primeiras auditorias que estão previstas para o primeiro semestre de 2021, onde serão verificados(as) os(as) fornecedores(as) diretos(as) e suas principais granjas.

Cadeia pesqueira

Em 2020, iniciamos o estudo da cadeia de abastecimento de pescados e de sistematização do recebimento, por meio da plataforma que já utilizamos no QDO.

Com essa iniciativa, buscamos viabilizar a implantação de procedimento sistematizado de recebimento de pescados em nossas Centrais de Distribuição (CD), garantindo a rastreabilidade dos produtos.

O conhecimento da origem viabilizará também o desenvolvimento de iniciativas relacionadas à segurança do alimento e ao bem-estar animal para cada grupo de pescado comercializado. A expectativa é iniciar o projeto com a sistematização da CD de São Paulo em 2021.

PROGRAMA EVOLUTIVO DE QUALIDADE (PEQ)

O Programa Evolutivo de Qualidade (PEQ), criado em 2013, tem como missão assegurar o compromisso dos(as) fornecedores(as) com a qualidade e a segurança de nossos produtos, fortalecendo a relação de confiança dos(as) consumidores(as) com nossas Marcas Exclusivas.

Em 2020, o Programa passou por uma renovação e teve seu escopo ampliado, incluindo os processos de desenvolvimento de embalagens, gestão da qualidade de produto, gestão da qualidade de fornecedores(as), além do ciclo de auditorias.

A auditoria e a certificação dos(as) nossos(as) fornecedores(as) de Marcas Exclusivas é realizada com base no protocolo de auditoria, que foi elaborado considerando as legislações vigentes e os requisitos específicos do GPA. Ainda, para os produtos alimentícios o protocolo considera também as normas reconhecidas pela *Global Food Safety Initiative* (GFSI), que estabelece padrões internacionais de segurança alimentar.

O PEQ também engloba auditorias sociais, baseadas no protocolo internacional *Initiative Clause Social* (ICS), que tem como objetivo medir a conformidade dos(as) fornecedores(as) em relação às leis vigentes e à Organização Internacional do Trabalho (OIT) (veja mais sobre auditorias sociais na página 69).

Esse ano, para garantir a implementação após as mudanças realizadas no PEQ, promovemos treinamentos para qualificar todos(as) os(as) auditores(as) nesses novos protocolos. Também realizamos o Encontro com Fornecedores(as) de Marcas Exclusivas para divulgar as novidades em relação ao Programa.

Produtos de Marcas Exclusivas do GPA

Acompanhamos o Índice de Performance de Qualidade dos(as) fornecedores(as), composto por indicadores de auditorias, atendimento aos projetos e gestão da qualidade dos produtos, por meio de um Painel de Gestão de Performance. Nos últimos dois anos, considerando os indicadores monitorados, tivemos um aumento de 77% nesse índice.

Ao todo, o PEQ monitorou 704 plantas Produtivas (aumento de 32% em relação ao número de fornecedores(as) no Programa), sendo que 129 são certificados(as) conforme as normas da GFSI — um aumento de 39% em relação a 2019. Em 2020, nossa equipe técnica realizou 80 pré-auditorias, 41 auditorias de homologações e 239 auditorias de manutenção.

Produtos do Programa Caras do Brasil

"Trabalho com a homologação de produtos para o GPA e fazer parte do Programa Evolutivo de Qualidade tem contribuído para a evolução da qualidade dos nossos processos e produtos também. O questionário e os sistemas de avaliação dos controles, embalagens e produtos são autoexplicativos, as dúvidas são prontamente sanadas pelos(as) responsáveis, contemplam todos os requisitos para a homologação de um produto de qualidade e nos fazem também sentir parte, nos impulsionando pela busca da melhoria contínua dos nossos processos e produtos, não somente aos requisitos do GPA, mas em toda a nossa linha de produção."

Ana Dalva de Fátima Pedro
Coordenadora da Garantia da Qualidade do Laticínios Bom Destino

APOIO A PEQUENOS(AS) PRODUTORES(AS) SUSTENTÁVEIS

Caras do Brasil

De maneira pioneira dentre os grandes varejistas, criamos o Programa Caras do Brasil, há 21 anos, para incentivar o consumo de produtos produzidos por pequenos(as) produtores(as) por meio de processos sustentáveis de cultivo e manejo.

Além de ampliar o acesso de pequenos(as) produtores(as) ao grande varejo, disponibilizando nas lojas produtos típicos das cinco regiões brasileiras, o Programa promove o reconhecimento e a valorização dos produtos e dos(as) produtores(as), fortalecendo a regionalização e a cultura, a partir da venda de alimentos.

Trabalhadores(as) do Empório do Cerrado

"Foi com o Caras do Brasil que iniciamos a comercialização no mercado privado e também foi, por meio do Caras, que a castanha do baru foi comercializada no grande varejo – na época totalmente desconhecida e pouco valorizada. Hoje, temos no Programa a castanha de baru orgânica salgada e natural, o biscoito com castanha de baru e caju e a conserva da polpa de pequi. Temos orgulho da parceria com o GPA que, desde 2003, mostra as riquezas do Cerrado e de seus povos, através de produtos extraídos e/ou manejados de forma sustentável por diversas comunidades agroextrativistas e processados em agroindústria da cooperativa, levando a marca coletiva Empório do Cerrado."

Alessandra Karla da Silva
Gerente de Negócios Sustentáveis do Empório do Cerrado

Desde a sua criação, já passaram pelo Programa mais de 100 pequenos negócios com condições diferenciadas de comercialização. Em 2020, demos continuidade à expansão de lojas e ao aumento do portfólio e lançamos 18 novos produtos, — como tomate seco, *crispy* de tapioca e pasta de amendoim com baru — totalizando 28 produtos e 16 produtores(as).

Todos(as) os(as) fornecedores(as) passam por auditorias para monitoramento da conformidade da produção e dos produtos em relação às boas práticas de fabricação, e responsabilidade e impacto social na comunidade onde estão inseridos(as).

Em novembro, realizamos um encontro com todos(as) os(as) fornecedores(as) para apresentar os diferentes produtos que estão sendo comercializados em nossas gôndolas do Pão de Açúcar e as áreas de negócio que trabalham, diariamente, para que o Caras do Brasil chegue a nossos(as) clientes.

CARAS DO BRASIL

Imagens da campanha sobre a produção da pimenta Baniwa

O Caras do Brasil é destaque em nossa comunicação interna e externa: Mensalmente nossos(as) colaboradores(as) conhecem histórias e produtos na *newsletter* interna e fazemos posts de reforço sobre o tema em nossas redes sociais.

A pimenta Baniwa, um dos produtos do Caras do Brasil cultivado por povos indígenas do noroeste do Amazonas, estrelou duas campanhas do Pão de Açúcar em 2020.

No Dia Internacional da Mulher, homenageamos o protagonismo e o empreendedorismo sustentável das mulheres Baniwa e a campanha teve mais de 11 milhões de impactos com visibilidade em canais digitais e na TV aberta. E, em setembro, ressaltamos a importância da união para fortalecer os pequenos negócios frente às dificuldades da pandemia para pequenos(as) produtores(as).

Estímulo ao consumo consciente

ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL

Reformulação do portfólio de Taeq

Desde 2006, levamos aos(às) clientes a nossa Marca Exclusiva Taeq, pioneira em alimentação saudável entre as marcas exclusivas do mercado, que busca estimular o consumo de alimentos saudáveis oferecendo uma linha completa de produtos.

Imagem da campanha da marca Taeq

Imagem da campanha da marca Taeq

Em 2020, seguimos aprimorando os critérios de saudabilidade dos produtos da marca, a partir de uma série de ações:

- Revisão e implementação do novo guia de Taeq com requisitos de formulação para saudabilidade dos produtos;
- Análise do portfólio para adequação ao novo guia;
- Revisão do fluxo de desenvolvimento de novos produtos para avaliação dos ingredientes no início do desenvolvimento;
- Investimentos na capacitação do time técnico sobre alergênicos e tecnologias de processamento de alimentos (grãos, farináceos e carnes *in natura*).

Carne bovina – Rubia Gallega

Há dez anos, desenvolvemos a linha exclusiva de carnes Rubia Gallega – proveniente do cruzamento entre a raça espanhola Rubia Gallega e a raça brasileira Nelore.

A carne, produzida em 25 fazendas brasileiras por pecuaristas parceiros(as) exclusivos(as) do GPA, tem todas as etapas – desde a criação, recriação e engorda dos bois – realizadas no mesmo local e fornecedor(a), o que garante a rastreabilidade total, desde a inseminação até a gôndola.

As fazendas também são monitoradas em quesitos socioambientais como, por exemplo, o monitoramento dos animais silvestres, análise da fertilidade do solo, oportunidades de emprego divulgadas localmente, oferta de serviços para comunidades locais, entre outros.

Em 2020, visando ampliar o acesso à linha e promover a fidelização de nossos(as) clientes, reforçamos a comunicação da marca Rubia Gallega Qualitá com etiquetas nos produtos produzidos em loja e nos vendidos a vácuo.

Orgânicos - Taeq Boa Escolha

Com a linha Taeq Boa Escolha, vendida no Extra, selecionamos e vendemos, com desconto médio de 40%, os alimentos orgânicos que fogem do padrão estético, com variações de tamanho, formato, coloração e manchas, mas que estão próprios para o consumo.

Assim, com valor mais acessível, estimulamos a alimentação saudável ampliando o acesso de nossos(as) clientes aos produtos orgânicos, além de apoiar a sustentabilidade financeira dos(as) nossos(as) fornecedores(as) e reduzir o desperdício de alimentos.

No ano, contamos com 15 lojas com a iniciativa Taeq Boa Escolha, e aumento de vendas de 64% em relação a 2019.

Embalagem de carne bovina Rubia Gallega de Qualitá

Com isso, as vendas dessa linha cresceram 98%, chegando a cerca de 70 toneladas de alimentos que não foram desperdiçados e garantiram uma alimentação mais saudável aos(às) nossos(as) clientes.

Conheça outras iniciativas para a redução do desperdício de alimentos na **página 96**.

+ ORGÂNICOS NO ASSAÍ

Em 2020, demos continuidade à instalação de seções específicas de frutas, legumes e verduras orgânicos nas lojas do Assaí, chegando a mais duas unidades da rede (Jundiaí Ferroviários e Hortolândia). A iniciativa é parte do nosso compromisso em incentivar o consumo de alimentos saudáveis por meio da conscientização de nossos(as) clientes. Para isso, aumentamos em 7% a variedade de produtos orgânicos, disponíveis em 176 lojas de 22 Estados e no Distrito Federal e instalamos nas seções comunicações que apresentam os benefícios desses produtos para a saúde e bem-estar dos(as) clientes.

Horta Social Urbana

Desde 2018, o Pão de Açúcar, por meio do Instituto GPA, apoia o projeto Horta Social Urbana, iniciativa da ONG ARCAH que forma profissionalmente pessoas em situação de rua com técnicas de agricultura urbana (jardinagem) e contrata os(as) novos(as) profissionais para o cultivo de legumes e verduras orgânicos na cidade de São Paulo.

A Horta, além de **apoiar a autonomia e geração de renda para pessoas acolhidas das ruas, também promove a sua reintegração na sociedade e mercado de trabalho**, gerando alimentos saudáveis e de qualidade. A seleção dos(as) participantes do projeto é realizada em centros de acolhimento e, durante o curso, os(as) alunos(as) recebem também auxílio-transporte, alimentação, uniforme, atendimentos terapêuticos e psicológicos, além da formação em Agroecologia.

Passamos a vender os produtos da Horta na loja do Pão de Açúcar Ricardo Jafet, em São Paulo, no mês de agosto, apoiando a **sustentação do projeto ao conectá-lo à nossa rede de vendas**.

Já foram formados(as) 88 alunos(as), sendo que 33% retornaram ao mercado de trabalho ou por meio da rede de contatos fornecida pelos(as) parceiros(as) do projeto ou contratados(as) na própria Horta.

Colaborador da Horta Social Urbana auxilia cliente

Assista à série **Vozes do Horta Social Urbana**, que conta a história do projeto e traz depoimentos dos (as) beneficiários(as).

Produto da linha vegana de Taeq

Produtos veganos

Apoiando as transformações do comportamento de consumo de nossos(as) clientes, **lançamos, em março, a linha de produtos congelados veganos Taeq.**

Com cinco opções de produtos - vegbúrger nas versões berinjela e grão de bico, vegkibe de mandioquinha, vegpão de queijo e vegkafta de feijão-fradinho - 100% vegetais, sem colesterol e sem conservantes químicos, disponibilizamos opções balanceadas nutricionalmente para quem busca uma alternativa à proteína animal.

Além da linha Taeq, **temos ampliado expressivamente a oferta de alimentos produzidos por *startups* feitos 100% à base de plantas,** mas que simulam a textura e o sabor de carnes. Inicialmente com a opção de hambúrgueres, hoje já é possível encontrar opções de setas de "frango", carne moída "bovina", linguiça de "pernil" e "almôndegas", tudo com insumos totalmente vegetais.

Ao final de 2020, oferecíamos 20 produtos *plant based*, 233,3% a mais que no ano anterior. A expectativa para 2021 é chegar entre 28 e 30 produtos.

Produtos saudáveis no ecossistema de inovação
O GPA Labs, equipe de inovação do GPA, traz para nossas lojas produtos diferenciados por meio da parceria com *foodtechs*. Entre eles contamos com um portfólio de *startups* voltadas para o segmento de saudabilidade, como Lowko, Mais Fit, Dobro, Desinchá e Gold Ko. Em 2020, iniciamos as vendas de produtos da Beleaf, Yorgus e You.foods.

Verdura direto do pé
Buscando aproximar nossos(as) clientes do processo produtivo dos alimentos, contamos com instalações hidropônicas verticais em oito lojas do Pão de Açúcar, que permitem ao(à) cliente colher as hortaliças diretamente do pé.

Além de reduzir a distância entre o(a) produtor(a) e o(a) consumidor(a), o projeto contribui para a redução do desperdício de alimentos ocasionado pelas perdas no processo logístico. Em 2020, registramos o aumento de 79% nas vendas frente à 2019.

COMUNICAÇÃO

Mantemos uma conversa contínua com nossos(as) milhões de clientes sobre consumo consciente, sustentabilidade, saúde e bem-estar em nossas marcas e negócios.

No site Conquiste sua vida, iniciativa da Taeq, trazemos dicas e informações sobre o perfil nutricional dos alimentos, receitas para apoiar a alimentação saudável e lançamentos de produtos. Em 2020, tivemos uma média de 2,3 milhões de acessos por mês. Os conteúdos também são desdobrados para a página do Facebook da marca que conta com mais de 264 mil seguidores(as).

No Blog do Pão e nas redes sociais das nossas marcas também trazemos *posts* e seções sobre alimentação saudável e como levar uma vida mais sustentável. Em 2020, iniciamos uma parceria com o Instituto Akatu, que assina alguns textos, para tratar de temas, como redução de a redução de resíduos, compostagem, rotulagem etc. O blog teve mais de 4,9 milhões de acessos (21% acima de 2019) com 3,7 milhões de visitantes únicos.

Lançamos uma **editoria pela marca Pão de Açúcar com pautas fixas de comunicações sobre saúde e bem-estar** que são enviadas periodicamente aos(às) nossos(as) clientes.

Fortalecemos a comunicação sobre os pilares da estratégia do Pão de Açúcar (natural, orgânico, saudável e sustentável), por meio de ações e conteúdos divulgados em nossas lojas físicas e em ambiente digital (redes sociais e *blog*), com destaque para as ações de reforço sobre os benefícios dos ovos que contemplam bem-estar animal (livres de gaiolas, caipiras e orgânicos).

"É necessário que as empresas estabeleçam um diálogo contínuo com o(a) consumidor(a), pautado em um relato sincero sobre o que fazem e o que precisam melhorar para contribuir, cada vez mais, na construção de um futuro sustentável, educando o(a) consumidor(a) e valorizando suas práticas de consumo consciente. Um podcast é uma ótima ferramenta para contribuir na construção desse diálogo."

Helio Mattar
Diretor Presidente do Instituto Akatu

Anualmente, publicamos uma edição do "Especial Vida em Equilíbrio" do Pão de Açúcar com receitas e diversos conteúdos de saúde e bem-estar.

Lançamos o *podcast* "Lugar de Escuta" de maneira inovadora no segmento de varejo alimentar que traz episódios quinzenais com especialistas que discutem temas, como consumo consciente, alimentação, resíduos, cadeias sustentáveis etc. O primeiro episódio foi feito em parceria com o Instituto Akatu, para falar sobre consumo consciente. Ao todo, foram dez episódios em 2020 com mais de 2 milhões de impressões em mídia.

Ouça o *podcast*:

Em outubro, lançamos a Campanha "Imagina Tudo Que Podemos Juntos", uma iniciativa do GPA em comemoração ao mês do Consumo Consciente em nossas lojas Pão de Açúcar. Como destaque tivemos a instalação na unidade da Teodoro Sampaio, em São Paulo, de um estande com o título "Não é obra de arte, mas faz refletir. Essa é a quantidade de lixo gerada por uma pessoa em um ano: 380 kg." Ela teve como objetivo convidar nossos(as) clientes a pensar sobre a importância do consumo consciente e da reciclagem no dia a dia.

Publicamos, mensalmente, a Revista Assaí Bons Negócios, que traz conteúdo com dicas sobre negócios, tendências no setor de alimentação e histórias de empreendedores(as) disponível em PDF, Flip e *online*. Em 2020, chegamos a 41ª edição. **Clique aqui** e confira as publicações.

REDUÇÃO DO USO DE EMBALAGENS E ESTÍMULO À RECICLAGEM

Produtos a granel

Desde 2019, passamos a oferecer aos(às) clientes a opção de comprar produtos orgânicos também a granel, reduzindo o volume de embalagens secundárias. Eles estão disponíveis em duas lojas do Pão de Açúcar (Ricardo Jafet e Real Parque, em São Paulo), com preços até 30% menores do que os orgânicos pré-embalados, possibilitando o consumo sustentável e consciente dos produtos.

Em 2020, avançamos na estratégia de oferta de outros itens a granel para reduzir o uso de embalagens:

- Iniciamos em duas lojas do Extra (Morumbi e Itaim, em São Paulo) o projeto *Store in Store* (SiS) para oferecer frutas secas a granel. Desde a implantação, em agosto de 2020, tivemos um crescimento de vendas que vem contribuindo com a redução do uso de embalagens. A expectativa é ampliar a parceria com os(as) fornecedores(as) de frutas secas em 2021;

- Implantamos a venda de cogumelos a granel em 25 lojas do Pão de Açúcar, o que aumentou em 76% a venda desses produtos frente ao ano anterior e evitou o uso de 40 mil unidades plásticas de EPS (Isopor®), já que agora os(as) clientes compram a quantidade desejada em embalagens de papel;

- Reforçamos a venda de tomates-cereja a granel em 229 lojas Pão de Açúcar e Extra Hiper, iniciada em 2019, registrando um aumento nas vendas de 348% em relação ao ano anterior;

- Disponibilizamos em 25 lojas do Pão de Açúcar espaços graneleiros, possibilitando aos(às) clientes a compra de mais de 100 produtos, como cereais, grãos, entre outros, em embalagens de papel, com incremento de 1.463% em comparação ao ano anterior.

Cogumelos e tomates-cereja a granel

Substituição de materiais não biodegradáveis

Demos continuidade à troca do Isopor® (EPS) das bandejas das embalagens de hortifrúti das Marcas Exclusivas Taeq e Qualitá por polpa de papel e amido, e papelão ondulado, respectivamente.

O compromisso de substituir 100% das bandejas de hortifrúti não refrigerado tinha como prazo final o mês de maio, entretanto, devido aos impactos da pandemia, estendemos para outubro.

Em 2020, atingimos a marca de 99% dos produtos, restando apenas a adaptação de milho e brócolis, para os quais estamos estudando opções junto aos(às) fornecedores(as). Dessa forma, 2,8 milhões de bandejas de Isopor® deixaram de ser usadas esse ano.

Em sinergia com a iniciativa anterior, iniciamos a substituição do filme de PVC nas embalagens de frutas orgânicas por uma fita, ajudando nossos(as) clientes a identificá-las no ato da compra e diminuindo a quantidade de plástico utilizado. Com isso, reduzimos mais de 50% o uso de embalagens em sete frutas: banana-nanica, banana-prata, banana-maçã, melão-amarelo, melão-cantaloupe, mamão e melancia. Ao todo, foram 170,2 mil unidades vendidas com a nova embalagem.

Produto Qualitá com embalagem produzida no programa Novo de Novo

Novo de Novo

Com o Programa Novo de Novo, aproveitamos os resíduos descartados pelos(as) consumidores(as) nas Estações de Reciclagem Pão de Açúcar Unilever como matéria-prima na fabricação de novas embalagens que são usadas em nossos produtos de Marcas Exclusivas.

Ao todo, 2.431 novas embalagens foram colocadas no mercado, o que representou uma redução de 30% do uso de matéria-prima virgem. Para 2021, estamos reestruturando o Programa para inclusão de novos produtos.

Embalagem biodegradável de frutas e legumes da Taeq

Combate às mudanças climáticas

ODS

Temas Materiais

Eixos Estratégicos

Gôndolas refrigeradas em loja do Pão de Açúcar

PANORAMA

COMPROMISSOS PÚBLICOS

- Reduzir as emissões de Gases de Efeito Estufa em **30% até 2025** (ano base 2015).
- Reduzir em **15% o nosso consumo de energia elétrica** entre 2017 e 2020.
- **Ter 94% do consumo de energia** das unidades do Multivarejo **provenientes de outras fontes renováveis** até 2024.

Indicadores	Iniciativas e resultados
AMPLIAÇÃO DE FONTES RENOVÁVEIS	» **+ 48 lojas** migraram para o **Mercado Livre de Energia**, totalizando **31% das lojas do Multivarejo** com energia de fontes renováveis. » **Geração de energia solar em oito lojas** (duas no Multivarejo e seis no Assaí) totalizando mais de 4.000 MWh.
EFICIÊNCIA LOGÍSTICA	» **821.061 km evitados** pelo projeto Carona e utilização do Rodotrem no Multivarejo. » **303.979 km evitados** com projeto de Backhaul no Assaí.
GESTÃO DE RESÍDUOS	» Doação de **4.239 toneladas de alimentos** para 218 organizações sociais, por meio do Programa Parceria Contra o Desperdício. » Coleta de **mais de 2.500 toneladas de materiais recicláveis** em nossas Estações de Reciclagem nas lojas Pão de Açúcar e Assaí.

Interior de loja do Assaí

Política de Gestão Ambiental do GPA

NOSSA ESTRATÉGIA

Para entregar aos(às) nossos(as) clientes os melhores produtos, temos uma **operação complexa formada por uma cadeia de valor ampla e diversificada**, por uma indústria qualificada e por processos de armazenagem e distribuição eficientes. No capítulo anterior, apresentamos as medidas para reduzir os impactos socioambientais na cadeia de valor.

Aqui, apresentamos **nosso compromisso em prevenir e minimizar os impactos diretos resultantes da nossa operação**, decorrentes do funcionamento de uma grande rede de lojas e Centrais de Distribuição espalhadas por todo o Brasil.

Para isso, **contamos com uma Política de Gestão Ambiental, atualizada em 2020**, que segue as prioridades das Nações Unidas, definidas nos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS), e está alinhada à Política Ambiental do Grupo Casino.

O documento apresenta os princípios, compromissos e diretrizes que orientam a atuação da Companhia, de seus(suas) colaboradores(as) e prestadores(as) de serviços quanto à sustentabilidade e gestão ambiental.

Identificamos e monitoramos indicadores e estabelecemos metas e planos de ação para reduzir os impactos do nosso negócio e atender aos compromissos assumidos em nossa Política: redução das emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE), redução da geração de resíduos, garantia do uso sustentável dos recursos naturais e o respeito à biodiversidade.

Conheça, a seguir, as iniciativas que buscam promover uma operação mais sustentável.

CONTROLE E REDUÇÃO DE EMISSÕES

Desde 2010, quando publicamos nosso primeiro inventário de carbono, estamos evoluindo constantemente em nossa mensuração das emissões de Gases de Efeito Estufa para identificar oportunidades de mitigação e proporcionar transparência à sociedade.

Em 2011, passamos a integrar o Índice Carbono Eficiente (ICO_2) e, em 2013, aderimos ao *Carbon Disclosure Project* (CDP), mecanismo do setor financeiro para estimular a transparência sobre emissões.

Nos últimos três anos, **seguimos evoluindo consistentemente nossa pontuação no CDP**, o que reflete o avanço na gestão de emissões, em linha com nosso compromisso – publicado em 2020 - de reduzir as emissões em, no mínimo, 30% até 2025, tendo como base o ano de 2015.

Para impulsionar esse avanço, desde 2016, **nossas lideranças (cargos a partir de coordenadores(as)) contam com metas anuais**, que influenciam sua remuneração variável, atreladas à redução da intensidade do consumo de energia por metro quadrado de área de venda. Como já indicado na página 85, a partir de 2021, como evolução dessa meta, o ISD contará com um indicador de redução de CO_2.

Evolução na pontuação do GPA no CDP

Em Bogotá, uma de nossas unidades do Carulla *FreshMarket* é o primeiro supermercado carbono neutro da Colômbia (Escopos 1 e 2). O reconhecimento ocorreu por meio das ações implantadas para a compensação e redução de emissões, o que permitiu chegar a marca de carbono igual a zero, auditada pelo *Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación* (ICONTEC).

Intensidade das emissões (em tCO_2)

"Nós observamos que, cada vez mais, a elaboração do inventário de emissões se torna imprescindível. Na verdade, as empresas já não param mais no diagnóstico – que é o inventário – mas vão além. Muitas já estão ativamente desenvolvendo estratégias ambiciosas de mitigação de emissões, adotando metas de redução no médio e longo prazos. O GPA é membro do GHG há anos e um importante parceiro. Acompanhamos as estratégias que a empresa vem desenvolvendo em termos de sua gestão de emissões, com foco nas estratégias de eficiência na logística e compra de energia renovável."

Guilherme Lefevre
Coordenador do Programa Brasileiro GHG Protocol – FGVces - Centro de Estudos em Sustentabilidade da Fundação Getulio Vargas

GESTÃO E REDUÇÃO DE EMISSÕES POR GASES REFRIGERANTES

Em 2019, realizamos um estudo aprofundado para identificar e mapear as principais características dos vazamentos de gases refrigerantes em nossas lojas e aplicar ações preventivas e mitigatórias para reduzir os efeitos danosos desses gases ao meio ambiente.

A partir do mapeamento, avançamos com ações preventivas em 2020 nas seguintes frentes:

- **Identificação de vazamentos:** criamos uma equipe volante para identificar vazamentos na refrigeração das unidades do Extra Hiper e Assaí, onde identificamos volume mais crítico de casos, e instalamos detectores de vazamento de fluidos nas lojas.

- **Seleção de fornecedores(as):** revisamos nosso modelo de contratação no Multivarejo para os(as) prestadores(as) de serviços de frio alimentar, com fornecedores(as) cada vez mais qualificados(as), buscando melhor eficiência na verificação de vazamentos, garantindo resultados melhores no atendimento às lojas.

- **Substituição de gases:** demos início à substituição dos gases refrigerantes artificiais, como os HCFC's e CFC's (R22 e R404), por gases de fluidos naturais, como propano (R290) e CO_2, com baixa ou nenhuma emissão de carbono.

  Essas substituições preveem também a troca de equipamentos e *retrofit* nas casas de máquinas, câmaras frias e ilhas *selfs*. Para o Multivarejo, serão 230 lojas nos próximos cinco anos, com início de implementação no primeiro semestre de 2021. Para o Assaí, estima-se a troca de 300 ilhas até o final de 2021.

- **Sistemas transcrítico e subcrítico:** outra tendência na substituição dos gases refrigerantes artificiais por gases de fluidos naturais é a utilização do CO_2 nos sistemas transcrítico e subcrítico. Atualmente, oito lojas da rede Assaí utilizam esses sistemas nos *racks* que, além de substituírem os gases artificiais pelo natural, também proporcionam a melhora na eficiência energética das lojas.

Gôndola resfriada de Rotisserie do Extra

CONSUMO DE ENERGIA ELÉTRICA

Em 2020, continuamos investindo em técnicas de edificações mais sustentáveis para novas lojas e em melhorias nas já existentes, como automação, troca de lâmpadas e luminárias por modelos mais eficientes e fechamento de balcões alimentares refrigerados para reter a temperatura e reduzir o consumo de energia.

Não alcançamos nossa meta de reduzir 15% do consumo de energia elétrica entre 2015 e 2020, mas chegamos bem próximo, com a redução de 14,4%.

Seguimos avançando no fechamento de balcões, alcançando em 15 lojas de Proximidade (Minuto Pão de Açúcar e Mini Extra) redução de 20% no consumo de energia. Dessa forma, já são 627 unidades que passaram por melhorias e, para 2021, estão previstas mais 15 lojas.

No Assaí, implementamos em todas as lojas inauguradas em 2020 um sistema automatizado de ar-condicionado que, por meio de sensores, regula de forma automática e desliga quando a temperatura almejada é alcançada.

Em nossos prédios administrativos, substituímos todas as lâmpadas por LED e instalamos automação no sistema de iluminação.

CONSUMO DE ENERGIA ELÉTRICA (KWh/m²)

Foto aérea de loja do Assaí com painéis de geração de energia solar

AMPLIAÇÃO DE OUTRAS FONTES DE ENERGIA RENOVÁVEL

Além de buscar a redução do consumo e a eficiência energética, também focamos em ampliar o uso de energia a partir de outras fontes renováveis.

Somos a primeira empresa do varejo a migrar para o Mercado Livre – segmento que comercializa energia exclusivamente proveniente dessas fontes.

Dando continuidade ao processo iniciado em 2005, migramos, em 2020, 48 lojas do Multivarejo, alcançando 70% do volume de energia oriundo de outras fontes renováveis. Em 2021, vamos migrar as primeiras unidades de lojas de Proximidade. Nossa meta é atingir 94% das unidades do Multivarejo em matriz elétrica oriunda do Mercado Livre até 2024.

Nas lojas do Assaí, demos início à migração em 2019. Somente em 2020, foram migradas 116 lojas, com destaque para a região Nordeste do Brasil, agora com 31 unidades que utilizam energia proveniente de fonte eólica, resultado de um contrato com duração de 15 anos. Até o final de 2021, a previsão é que mais 49 lojas sejam migradas para o Mercado Livre.

Autogeração

Investimos na instalação de usinas solares na cobertura das lojas do Assaí, em parceria com a *GreenYellow* do Brasil, para aumentar a eficiência energética das lojas e reduzir a dependência de energia das distribuidoras locais.

Ao todo, são seis unidades de usinas solares em operação na bandeira. A unidade da loja Ayrton Senna, no Rio de Janeiro, considerada a maior usina solar da bandeira, possui mais de 3 mil painéis fotovoltaicos, ocupando uma área de, aproximadamente, 6 mil m².

Desde 2016, temos uma unidade do Pão de Açúcar, em Sorocaba (SP), e uma loja do Minuto Pão de Açúcar, em Campinas (SP), com usinas solares em operação que geram 117 Mwh de energia.

6 usinas solares Assaí

Geração de **3.939 MWh** de energia

"A energia elétrica é, em média, o segundo ou o terceiro vilão dos custos do varejo e, por isso, o segmento possui um papel fundamental na cadeia de consumo energético. Multivarejo e Assaí são exemplos a serem seguidos de como a otimização energética e o uso de fontes renováveis e recursos sustentáveis são elementos-chave do planejamento estratégico do varejo para se estabelecer como um player *de vanguarda. Com o Multivarejo temos, desde 2014, um programa de implantação de projetos de eficiência energética nas disciplinas do frio alimentar, ar-condicionado e no sistema de iluminação que alcançou mais de 600 lojas e quatro CDs, gerando, em 2020, uma economia total de mais de 170 GWh. Já com o Assaí, iniciamos a parceria em 2017, quando implantamos nosso primeiro telhado fotovoltaico de 300 kWp na loja Cristo Rei. Hoje, além das usinas, apoiamos também o atacadista na compra de energia renovável no Mercado Livre de Energia, contribuindo na redução da sua pegada de carbono."*

Alan Pousa
Diretor de Operações da *GreenYellow* do Brasil

Interior de Central de Distribuição do GPA

CONSUMO DE COMBUSTÍVEIS NA LOGÍSTICA

Em 2020, realizamos um diagnóstico das emissões relacionadas à nossa frota logística, englobando toda a cadeia, a fim de identificar os principais desafios e traçar novas estratégias para a redução das emissões de carbono decorrentes das operações logísticas.

Também seguimos na implantação da nossa estratégia de diversificação dos modais de entrega e transporte de nossas mercadorias das Centrais de Distribuição até as lojas — como o uso de cabotagem (transporte marítimo costeiro), nas regiões Sudeste e Nordeste, e o uso das ferrovias – e de nossos programas de otimização de rotas, apresentados a seguir.

CARONA

Otimização de veículos para buscar produtos em mais de uma Central de Distribuição e levá-los a nossas lojas.

2.035
veículos circulando nas ruas
(23% de veículos a menos que em 2019)

788.914 Km
evitados (215% a mais que em 2019)

REGIONALIZAÇÃO

Otimização do fluxo de entregas, por meio da entrega direta de mercadorias específicas (como celulares, por exemplo) às CDs regionais.

No lugar de enviar a mercadoria para a CD principal, em São Paulo (SP), a mercadoria segue diretamente para a CD de destino, reduzindo o frete e os km rodados.

BACKHAUL

Operação na qual o mesmo veículo que entrega produtos em uma de nossas lojas não retorna vazio à Central de Distribuição, seguindo para um(a) de nossos(as) fornecedores(as) para coletar produtos e entregar na Central.

Em 2020, tivemos um aumento de volume de 9,8% que potencializou as rotas de longo curso (SP x PE / SP x DF / GO x SP / SP x RJ) , com aumento significativo em São Paulo. Além disso, no final do período, demos início à rota BH(MG) x SP(SP).

880
veículos circulando nas ruas (110% de veículos a menos que em 2019)

286.270 Km
rodados (570% de Km a mais que em 2019 devido a potencialização de rotas de longo curso e aumento dentro de SP)

303.979 Km
evitados no Assaí, o equivalente a emissão de 309 toneladas de CO_2

REDUÇÃO DE "KM MORTO"

Aumento das rotas para melhor aproveitamento das operações de *inbound* (indústria – CDs), evitando os "km mortos" na ida e na volta.

Antes da implementação do projeto, tínhamos 600 rotas/mês com 2% de aproveitamento. Ao final de 2019, ampliamos para 15%.

20%
de aproveitamento em 2020

com
711
rotas/mês

RODOTREM

Veículo que comporta o volume de duas carretas (24 pallets) em um único cavalo (veículo) e realiza as viagens entre São Paulo (SP) e Brasília (DF).

Redução de
50%
nos km rodados

Economia de
32.147 Km
em 31 viagens realizadas

GESTÃO DE RESÍDUOS

A gestão de resíduos sólidos visa reduzir o volume de resíduos gerados e garantir a correta separação, manuseio, acondicionamento e disposição final, evitando contaminação, minimizando a destinação de resíduos aos aterros e incentivando sua reinserção no ciclo produtivo.

No GPA, esse processo é segmentado em três eixos de atuação: redução da geração de resíduos em nossa operação, fomento à circularidade e combate ao desperdício de alimentos.

REDUÇÃO DA GERAÇÃO DE RESÍDUOS

Buscamos continuamente minimizar e prevenir a geração de resíduos em nossa operação. Em 2020, encaminhamos para reciclagem 65 mil toneladas de resíduos, somando todas as lojas, e 3,4 mil toneladas foram encaminhadas à compostagem por 227 lojas.

Desde 2018, 93 lojas do Multivarejo, em São Paulo e Rio de Janeiro, contam com processo de gestão integrada de resíduos que estimula o reaproveitamento, a reutilização e a reciclagem, reduzindo a disposição final em aterros sanitários.

Medimos nosso desempenho pela taxa de valorização, percentual referente à quantidade de resíduos que são destinados à reciclagem ou compostagem em relação ao total de resíduos gerados. Em 2020, a taxa de valorização média dessas lojas alcançou 34,5%.

Em 2020, demos continuidade aos treinamentos para reforçar procedimentos de correta separação e destinação dos resíduos. Contudo, em virtude da pandemia, eles foram suspensos e passaram a ocorrer de forma pontual, por meio de visita em loja pelo(a) supervisor(a).

Parcerias com fornecedores(as)

Reforçamos o relacionamento com nossos(as) prestadores(as) de serviços em resíduos por meio de reuniões mensais, para avaliar a qualidade dos serviços e o nível de satisfação das empresas. Além disso, discutimos possibilidades de adotar novas tecnologias e implementar iniciativas inovadoras que nos ajudem a aumentar a taxa de valorização dos nossos resíduos.

Mensalmente, nossas lojas do Multivarejo respondem um questionário sobre o Índice de Satisfação da Prestação do Serviço. A partir do resultado, se o(a) fornecedor(a) recebe nota menor ou igual à mínima (8), criamos um plano de ação com atividades de melhoria.

Tonéis de descarte de medicamentos, eletrônicos, pilhas e baterias na sede do GPA

Em continuidade à ação iniciada em 2019, em 2020 realizamos uma campanha para coletar camisetas distribuídas para os(as) colaboradores(as) do Assaí na campanha de aniversário do ano anterior e destiná-las a uma empresa especializada no descarte de resíduos para reinserção na cadeia. Ao todo, coletamos oito toneladas em tecido, evitando seu descarte em aterro sanitário e ampliando a vida útil do material.

CIRCULARIDADE

LOGÍSTICA REVERSA

Para estimular atitudes mais sustentáveis de nossos(as) clientes, oferecemos em nossas lojas programas de logística reversa de alguns materiais. Eles contam com parcerias com diversas empresas, órgãos públicos e entidades gestoras de determinadas classes de resíduos.

Em 2020, por conta da pandemia da Covid-19, suspendemos a operação dos nossos programas por alguns meses para evitar os riscos de contaminação. À medida que a situação foi melhorando, retornamos a operação de forma gradual, respeitando todos os cuidados necessários para garantir a segurança dos(as) clientes.

Conheça nossos programas a seguir.

Programa de logística reversa de vidro no Minuto Pão de Açúcar

"Dar a disponibilidade ao(à) consumidor(a) de fazer a sua parte na logística reversa é fundamental, e a cooperação entre o varejo, a indústria e as startups *permite que possamos escalar mais ainda a quantidade de material reciclado. Desde que começamos a coletar vidro em bares e restaurantes, em novembro de 2018, tínhamos questionamentos do público em geral sobre como eles(as) poderiam colaborar com o projeto. A parceria com o Minuto Pão de Açúcar veio então para possibilitar essa inclusão do(a) consumidor(a) na economia circular. Começamos em março em seis lojas e encerramos o ano em 23, o que foi muito positivo para o(a) consumidor(a), que começou a passar muito mais tempo em casa e, portanto, acabou produzindo mais resíduos nesse período."*

Rodrigo Oliveira
CEO da *Green Mining*

Programas de Logística Reversa

Eletroeletrônicos, iniciado em 2019, em parceria com a *Green Eletron* e Abree (Associação Brasileira de Reciclagem de Eletroeletrônicos e Eletrodomésticos), está presente em dez lojas do Extra Hiper. Em 2020, foram coletadas 2,4 toneladas.

No Assaí a coleta dos eletroeletrônicos é feita nas Estações de Reciclagem e somou 2,39 toneladas.

Vidros, iniciado em 2020, em parceria com a *Green Mining* e a Ambev, está presente em 23 lojas do Minuto Pão de Açúcar, em São Paulo. Em 2020, foram coletadas 15,7 toneladas.

O Assaí também coleta o material nas Estações de Reciclagem com um total de 45,10 toneladas.

Pilhas e baterias, em parceria com a *Green Eletron*, está presente em todas as lojas do GPA, desde 2012. Em 2020, foram coletadas 26,2 toneladas, somando Multivarejo e Assaí.

Materiais recicláveis (papel, vidro, metal e plástico), em parceria com a Unilever, as Estações de Reciclagem Pão de Açúcar Unilever estão presentes em 94 lojas do Pão de Açúcar, desde 2001, com doação dos materiais recolhidos para 23 cooperativas de catadores(as) de materiais recicláveis. Ao todo, foram coletadas 2.321 toneladas.

As Estações também estão em 32 lojas do Assaí, desde 2012, em parceria com indústrias e concessionárias de energia. Foram coletadas 271,38 toneladas em 2020.

Lâmpadas, em parceria com a Reciclus, presente em 108 lojas do Extra, 5 do Compre Bem e 75 do Assaí. Em 2020, foram coletadas 28 toneladas no total, sendo 14,9 toneladas do Extra e Compre Bem e 13,11 toneladas do Assaí.

Medicamentos, em parceria com a Eurofarma, presente em 25 drogarias Extra e Pão de Açúcar da cidade de São Paulo, desde 2011. Em 2020, foram coletadas 2 toneladas.

Rolhas de cortiça, iniciado em 2019, em parceria com a Corticeira Paulista, responsável por tratar as peças, triturá-las e transformá-las novamente em matéria-prima. Está presente no Pão de Açúcar Adega. Em 2020, foram coletadas 5 mil rolhas.

Isopor® (EPS), iniciado em 2019, em parceria com o Comitê de EPS (isopor®) da Plastivida, está presente em cinco lojas do Pão de Açúcar. Em 2020, foram coletados 886 quilos.

Cápsulas de café, em parceria com a Nestlé Dolce Gusto, estão presentes em 49 lojas do Pão de Açúcar, desde 2016. Em 2020, foram coletadas 9,5 toneladas.

Gôndola de produtos próximos ao vencimento

COMBATE AO DESPERDÍCIO

Para reduzir o desperdício de alimentos em nossa operação, semanalmente, realizamos uma auditoria de validade para detectar produtos próximos à data de vencimento e disponibilizamos, em algumas de nossas lojas, uma gôndola específica para esses itens, que são vendidos a preços mais baixos. Em 2020, essa iniciativa evitou o descarte de 54,7 milhões de produtos.

Temos, ainda, o Programa Parceria Contra o Desperdício que incentiva nossas lojas a doar frutas, legumes e verduras fora dos padrões de venda, mas próprios para o consumo, a bancos de alimentos e instituições sociais parceiras do Instituto GPA.

Em 2020, foram 4,7 toneladas de frutas, legumes e verduras doadas por 519 lojas das bandeiras Pão de Açúcar, Extra e Assaí, em 20 Estados, beneficiando 218 organizações. Esse total corresponde a mais de 11,7 milhões de refeições complementadas*.

No Grupo Éxito, cerca de duas mil toneladas de alimentos foram doadas a bancos de alimentos e organizações sociais, beneficiando 651 mil pessoas.

No Multivarejo, expandimos o projeto em parceria com a *startup Connecting Food* para 174 lojas da Região Metropolitana de São Paulo, com o objetivo de aumentar o engajamento das lojas para doação desses produtos. Com isso, alcançamos 355 lojas do Extra Hiper, Mercado Extra e Pão de Açúcar monitoradas via aplicativo.

Para reduzir a geração de resíduos e o desperdício de alimentos, lançamos no Multivarejo, em 2020, o programa específico para a área de Prevenção de Perdas que estabelece diretrizes para monitorar e controlar o número de quebras e perdas de produtos em nossas lojas.

O Programa está estruturado em três pilares: sustentação (ações de prevenção e combate às quebras); inteligência de quebras (monitoramento e planejamento para orientar a tomada de decisões); e métodos e processos (aplicação de ferramentas de melhoria contínua).

Como resultado das ações do Programa, reduzimos nossa quebra acumulada em 0,4 p.p. em relação a 2019.

No Assaí, seguimos com as principais ações, como verificação de prazos de validade, estoques e cuidados no manuseio dos equipamentos e produtos. Os(as) colaboradores(as) de nossas lojas monitoram as datas de vencimento e, de acordo com elas, reduzem os preços para estimular a compra pelos(as) clientes e evitar o desperdício.

Há o cuidado com a armazenagem dos produtos e manuseio da empilhadeira ou paletes para evitar quebra. E três vezes ao ano é feito o inventário nas lojas para controlar e reduzir o desperdício.

Como resultado das ações contínuas, reduzimos nossa quebra acumulada em 0,05 p.p. comparado ao ano anterior.

* Com base em dados da FAO (Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura) que considera 400 gramas como quantidade diária de consumo de frutas, legumes e verduras.

Valorização da Nossa Gente

ODS

Temas Materiais

Eixos Estratégicos

Colaboradores(as) do Extra Hiper

PANORAMA

GRI 102-13

Compromissos

Adesão ao
Partnership for Global LGBTI Equality

Adesão ao
Movimento AR: Vidas Negras Importam

Iniciativas e resultados

Publicação da
Política de Diversidade, Inclusão e Direitos Humanos

E um dos vencedores do
Prêmio Excelência Empresarial Fórum *Out & Equal* LGBTQI+ Brasil 2020

Diversidade e Inclusão no GPA*

GRI 102-8

Colaboradores(as)

Mulheres em cargos de Liderança

4.767
Pessoas com deficiência

2.957
Jovens Aprendizes

Negros(as) em cargos de Liderança

37% de negros e negras líderes, sendo:

25%**
negros
líderes
(gerentes
e acima)

12%**
negras
líderes
(gerentes
acima)

Faixa Etária dos(as) Colaboradores(as)

Colaboradores(as) Negros(as)**

*Dados referentes à operação no Brasil e que não incluem os indicadores do Grupo Éxito.
** Pretos(as) e pardos(as).

Evento comemorativo ao Dia Internacional da Mulher no GPA Corporação (foto tirada antes da pandemia)

DIVERSIDADE E INCLUSÃO

Como um dos maiores empregadores do varejo no País, estamos comprometidos em gerar valor para os(as) nossos(as) mais de 104 mil colaboradores(as). Por isso, temos uma cultura de gestão de pessoas que reconhece nossos talentos, promove a diversidade e inclusão e mantém nosso time engajado para liderar com orgulho as mudanças do mercado e, assim, crescer junto com o nosso negócio.

Compromissos

Temos compromisso com o combate à discriminação e a promoção da diversidade e direitos humanos. Somos signatários de pactos e associações com instituições nacionais e internacionais (saiba mais na página 51) e realizamos diversas ações em parceria com coalizões empresariais, organizações do terceiro setor, faculdades e sociedade civil para o avanço contínuo frente aos nossos compromissos.

Em 2020, lançamos a Política de Diversidade, Inclusão e Direitos Humanos, tanto para o Multivarejo e GPA Corporação, quanto para o Assaí, que estabelece diretrizes gerais e específicas para garantir a representatividade, os direitos humanos e civis, o respeito, a valorização e a equidade de todos(as). As políticas seguem especificidades para cada um dos seus segmentos de negócio, ambas com as mesmas premissas.

Confira as Políticas de Diversidade, Inclusão e Direitos Humanos no **site do Assaí** e no **site do GPA**

- Equidade racial
- Equidade de gênero
- Respeito aos direitos LGBTQIA+
- Inclusão e desenvolvimento de pessoas com deficiência
- Diversidade etária

Conscientização e combate à discriminação

Orientamos nosso compromisso de combate e não tolerância a qualquer tipo de discriminação e promoção dos direitos humanos, diversidade e inclusão com base nas melhores práticas estabelecidas por declarações nacionais e internacionais de direitos humanos amplamente legitimadas e reconhecidas:

- ODS da Organização das Nações Unidas (ONU);
- Pacto Global (ONU);
- Pacto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo (InPACTO).

Além disso, assumimos compromissos de diversidade, inclusão e não discriminação que são referências nacionais e internacionais em defesa da igualdade:

- Princípios de Empoderamento das Mulheres (WEPs) (ONU Mulheres);
- Aliança sem Estereótipo (ONU Mulheres);
- Coalizão Empresarial pelo Fim da Violência contra Mulheres e Meninas (ONU Mulheres, Instituto Avon e Fundação Dom Cabral);
- Movimento Mulher 360;
- Coalizão Empresarial pela Equidade Racial e de Gênero (CEERT, Instituto Ethos e IHRB);
- Iniciativa Empresarial pela Igualdade Racial;
- Movimento AR (Universidade Zumbi dos Palmares e Afrobras);
- 10 Compromissos da Empresa com os Direitos LGBTI+ (Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+);
- *Partnership for Global LGBTI+ Equality;*
- Pacto pela Inclusão de Pessoas com Deficiência (Rede Empresarial de Inclusão Social);
- Manifesto pela Diversidade e Inclusão no Setor Jurídico.

Política de Diversidade, Inclusão e Direitos Humanos

Para que os nossos compromissos permeiem a nossa atuação, contamos com políticas, regulamentos e procedimentos internos que nos ajudam a cumprir com nosso propósito de construir uma sociedade mais responsável e inclusiva:

- Política de Diversidade, Inclusão e Direitos Humanos, aprovada em 2020;
- Carta de Ética para Fornecedores(as);
- Código de Ética;
- Instruções de apoio para o relacionamento com pessoas em situação de rua.*

*Documento interno da Companhia.

Contamos ainda com nossa Ouvidoria, publicamente disponível, que é o canal para registro de qualquer caso de desrespeito ou não conformidade com esses documentos e que possam envolver nossos públicos de relacionamento (saiba mais na página 36).

Demos continuidade à nossa agenda de não violência e não discriminação, iniciada em 2019, com um ***workshop*** para nossos(as) prestadores(as) de serviços e segurança, e outro para a área de Prevenção de Perdas e Segurança Patrimonial, dando **destaque especial à agenda antirracista**.

"Um de nossos lemas no ID_BR é 'Sim à igualdade racial' e quando falamos isso é de um lugar propositivo. Entendemos que dizer não ao racismo deveria ser automático para todo mundo, mas como não é, quando afirmamos sim à igualdade racial pensamos o que podemos fazer depois que entendemos que temos o racismo estrutural, que também é estruturante, no Brasil e no mundo. Hoje, o ID_BR escolhe a frente corporativa para sua atuação, pois sabemos a importância do fator multiplicador das empresas na pauta antirracista. Desde o início da nossa parceria com o GPA / Assaí, procuramos construir de forma personalizada, para atingir, comunicar e sensibilizar os(as) profissionais, tanto dentro, como fora do Grupo com as pessoas que fazem parte da cadeia e outras empresas que têm uma responsabilidade compartilhada e que são influenciadas pelas boas práticas do Grupo. Pensamos em investimentos, prazos e metas em conjunto, temos construído isso ao longo do tempo e vemos as lideranças do GPA / Assaí também querendo cada vez mais se informar e estarem próximas disso, e isso, com certeza, influenciou que outras empresas do mesmo meio, ramo e porte também começassem a pautar o tema. E esse poder de influência que o GPA / Assaí tem é muito importante para nós."

Tom Mendes
Diretor Financeiro e Administrativo do Instituto Identidades do Brasil (ID_BR)

CANAL DIVERSIDADE

Lançamos o Canal Diversidade na plataforma de treinamento da **Universidade do Varejo GPA** com conteúdos e treinamentos exclusivos sobre os cinco temas prioritários de diversidade. Só **em 2020 foram 75.407 conexões e 8.059 horas de treinamento**, apenas nesse canal, o que mostra o engajamento e o interesse de nossos(as) colaboradores(as) nesse tema.

Em setembro, lançamos a série de treinamentos "Diversidade, Inclusão e Vieses Inconscientes". Abertos para todos(as) os(as) colaboradores(as), os treinamentos foram classificados como compulsórios para Gerentes e Gestores(as) de loja e sede; Chefes e Líderes de Operação e Seção; e colaboradores(as) das áreas de Prevenção de Perdas e Segurança Patrimonial. Ao todo, foram treinados(as) mais de 12 mil colaboradores(as).

Na **Universidade Assaí,** foi lançado o Programa de Diversidade, com conteúdos exclusivos para conscientizar e ensinar os(as) colaboradores(as) sobre os cinco pilares de atuação de diversidade. O Programa conta com cursos sobre vieses inconscientes, direitos humanos, assédio, combate à violência e à discriminação. Ele inclui ainda *podcasts*; dicas de livros, filmes, artigos; e guias de relacionamento e convivência.

O Programa está disponível para todos(as) os(as) colaboradores(as) dos escritórios, lojas e Centrais de Distribuição. Em 2020, tivemos 17.513 participações no Programa de Diversidade Assaí.

Página inicial do Portal da Diversidade na Universidade do Varejo GPA

INCLUSÃO E DESENVOLVIMENTO DE PESSOAS COM DEFICIÊNCIA

Mais de 4.700 profissionais com deficiência trabalham nas sedes, lojas, Centrais de Distribuição e escritórios do GPA e buscamos, continuamente, ampliar a inserção e a retenção de PCDs na Companhia, por meio de nossas iniciativas.

Acompanhamos, mensalmente, a evolução do número de colaboradores(as) com deficiência para identificar novas possibilidades de aumentar o percentual de contratações e temos políticas com ações específicas para a manutenção de nosso Banco de Talentos destinado a esse público, ampliando também suas oportunidades de carreira.

Ao todo, foram realizadas 579 contratações de pessoas com deficiência em diversos cargos do Multivarejo e GPA Corporação, em 2020, aumentando a presença em 0,5%, em relação ao início do ano. Desses, 129 foram aprendizes com deficiência contratados(as) para as bandeiras Extra Hiper, Mercado Extra e Pão de Açúcar, em parceria com o Instituto Jô Clemente (antiga APAE – Associação dos Pais e Amigos dos Excepcionais).

"Aos 12 anos de idade, fiquei cego em razão do descolamento de retina. Hoje, apesar das inúmeras barreiras de acessibilidade, principalmente aquelas relacionadas às atitudes e aos comportamentos humanos, posso afirmar que me sinto muito feliz, pois acredito que a cegueira não me impede de sonhar e lutar pela concretização dos meus sonhos! Tenho orgulho de trabalhar no GPA, pois a Companhia desenvolve um importante trabalho de responsabilidade social na nossa sociedade, tanto para clientes, quanto para colaboradores(as)."

Ademilson Costa
Analista de Marketing do GPA

PROGRAMA DE ACOLHIMENTO AOS(ÀS) RECÉM-CHEGADOS(AS)

Além de estratégias de atração, nos preocupamos em promover a efetiva inclusão dos(as) colaboradores(as) com deficiência.

Por isso, lançamos o Programa de Acompanhamento para os(as) Recém-Contratados(as), aqueles(as) com até 90 dias do início do trabalho, buscando entender as expectativas e as necessidades desse time para que possa alcançar seu pleno potencial e desenvolver sua carreira no GPA.

Em 2020, 192 colaboradores(as) participaram do acompanhamento.

Outra frente importante para a inclusão é a atuação de nossa área de Serviço Especializado em Engenharia de Segurança e em Medicina do Trabalho (SESMT), em **parceria com o Instituto Nacional do Seguro Social (INSS)**, para acompanhar o processo de reabilitação dos(as) colaboradores(as) afastados(as) por razões médicas, apoiando seu retorno ao trabalho. Essa atuação conta com dois desdobramentos: acompanhar a reabilitação de nossos(as) colaboradores(as) e um **Acordo de Cooperação Técnica (ACT)**, que consiste em servir como local para que pessoas afastadas de outras empresas realizem o treinamento de reabilitação em nossos postos de trabalho.

Em 2020, tivemos esse acordo de treinamento para São Paulo e, em 2021, ele será expandido para o Brasil todo. Também monitoramos os motivos de saída da Companhia, por meio de entrevista de desligamento, para compreender as principais necessidades de melhoria no nosso modelo, fortalecendo nossa estratégia para a inclusão e a retenção de talentos.

No Assaí, tivemos a **contratação de mais de 580 pessoas com deficiência no negócio.** Reforçamos nossa parceria com 85 ONGs espalhadas por todo o Brasil para esse trabalho de inclusão e maior visibilidade da nossa marca empregadora junto a parceiros(as) para aumentar a atração de profissionais com deficiência.

Trabalhamos também para uma cultura inclusiva, em que mais de 2.500 colaboradores(as) com deficiência da rede de atacarejo contaram com o treinamento "Protagonize sua Carreira", para promover o engajamento, apoiá-los(as) em seu desenvolvimento e prepará-los(as) para as oportunidades de crescimento na bandeira. Além disso, mais de 1.300 deles(as) participaram de, pelo menos, um treinamento na Universidade Assaí e **192 colaboradores(as) com deficiência integraram os nossos processos seletivos internos (PROSIN)** em 2020.

Todas essas ações reforçam nosso compromisso com o desenvolvimento e com a maior acessibilidade para todos(as) nas plataformas do negócio.

ACESSIBILIDADE

Nossos sites, intranet e ferramenta de atratividade e seleção do Assaí são acessíveis às pessoas com deficiência auditiva. Com a **ferramenta da *Hand Talk*, o Hugo**, todos os conteúdos de texto e vídeo são traduzidos em Libras (Língua Brasileira de Sinais). **Desde a implantação da ferramenta, mais de 12 milhões e 47 mil palavras foram traduzidas.**

Hugo, personagem da *Hand Talk* que faz tradução em Libras

PARCERIA PARA UM ATENDIMENTO MAIS INCLUSIVO

Em 2020, durante o programa de embaixadores(as) de inovação do GPA Labs (saiba mais na página 30), foi proposta a melhoria na experiência das pessoas com deficiência e dos(as) idosos(as) em nossas lojas. Fizemos uma parceria com a *startup* Inclue, que analisou o atendimento, identificou pontos de melhoria e desenvolveu um treinamento focado em atendimento inclusivo.

O projeto piloto teve início em novembro na loja do Pão de Açúcar Washington Luís, em São Paulo (SP). Foi criado um programa de ensino para os(as) colaboradores(as) da unidade a fim de proporcionar um melhor atendimento a essas pessoas, incluindo treinamentos presenciais e *online*, além de experiências reais em loja.

Com isso, também foi criado um **Modelo de Execução para Receptividade**, com o lançamento de um **Guia de Atendimento Inclusivo e um curso EAD.** Nesses materiais, os(as) colaboradores(as) encontram informações sobre como atender pessoas com deficiências visuais, auditivas, físicas, com Transtorno do Espectro do Autismo, Síndrome de Down e a terceira idade.

Em 2021, o projeto terá continuidade com a possibilidade de agendamento e avaliação do atendimento por meio da plataforma da Inclue e a expectativa é que o projeto seja desdobrado para outras unidades do Pão de Açúcar.

"A Inclue nasceu com o objetivo de inovar a experiência de consumo das pessoas com deficiência e dos(as) idosos(as). Juntos, vamos oferecer o que tem de melhor em atendimento inclusivo. Com isso, essas pessoas vão poder fazer suas compras com muito mais autonomia e independência."

Sonny Pólito e Rodrigo Piris
Fundadores da *startup* Inclue

EQUIDADE DE GÊNEROS

Em 2020, demos continuidade às iniciativas e aos programas para promover os compromissos expressos em nosso Manifesto pela Equidade de Gêneros, firmado em 2018. Confira os pilares dele:

- **Desenvolvimento e Sucessão:** fortalecer e acelerar as ações para o aumento de mulheres em cargos de liderança nas áreas corporativas e operacionais.
- **Ambiente de trabalho:** promover campanhas e ações educativas para as questões de gênero, com o objetivo de erradicar comportamentos não aceitáveis e reforçar nosso repúdio a qualquer tipo de discriminação.

Colaboradoras do Assaí

GPA pela Equidade de Gêneros

- **Salário:** evoluir políticas e processos para garantir a equidade salarial entre gêneros de mesmas performances e responsabilidades.
- **Atração e seleção:** revisar processos para reduzir os vieses inconscientes que incidam nas atividades de atratividade e seleção, assim como o investimento na formação da liderança e dos times envolvidos.
- **Maternidade e Paternidade:** implementar e evoluir políticas e benefícios relacionados às licenças-maternidade e paternidade, além de ações de conscientização e promoção da paternidade ativa.

Nosso trabalho nessas frentes é acompanhado pelo Comitê de Equidade de Gêneros, que supervisiona e propõe ações para promover o tema.

Ao longo do ano, realizamos iniciativas de conscientização, diálogo e desenvolvimento de carreira. Conheça algumas delas:

» Em 2020, demos continuidade às atividades do **Grupo de Sororidade de Diretoras da Corporação do GPA**. Foram realizados encontros para as executivas do Grupo (neste ano, em formato de *workshop online*) para diálogos e trocas qualificadas, envolvendo a conscientização sobre vieses inconscientes e crenças sociais que cercam a mulher no ambiente de trabalho e na sociedade. O objetivo é criar senso de pertencimento e apoio mútuo e consolidar a identidade da Liderança Feminina do GPA. Neste ano, realizamos três encontros focados nas temáticas de machismo, sororidade, criação de alianças e liderança transformadora com 11 mulheres participantes.

Programa de Desenvolvimento da LIDERANÇA FEMININA

» A segunda edição do **Programa de Desenvolvimento da Liderança Feminina do GPA** contou com 261 profissionais do Multivarejo e GPA Corporação – entre Coordenadoras, Consultoras, Chefes de Operação e Seção e Secretárias – abordando temas, como liderança inclusiva, autoconhecimento, forças pessoais e valores, estereótipos de gêneros, liderança e influência estratégica. Assim, buscamos apoiar a garantia de disponibilidade de mulheres líderes com prontidão para alimentar nosso plano sucessório e ampliar a representatividade feminina na Alta Liderança.

"Conheci o Programa de Liderança Feminina pela comunicação interna, solicitei a inscrição e fui favorecida quando as aulas se tornaram online, *já que presencial não teria como participar pela distância entre São Paulo e Macaé, no Rio de Janeiro. O Programa superou a minha expectativa, as pílulas de conhecimento e o material enviado geraram momentos de discussão, aprofundamento e reflexão em temas importantes no dia a dia das gestoras nos encontros. Com o Programa, comecei a ouvir mais meus(minhas) colaboradores(as), identificar e desenvolver neles(as) suas habilidades. Também me reconheci como líder e o importante papel que tenho na equipe, buscando os melhores resultados sempre visando o bem-estar de todos(as). Sou grata por ter participado do Programa de Liderança Feminina, por fazer parte de uma empresa que está disposta a desenvolver e capacitar seus(suas) colaboradores(as)."*

Cibele Manetti Mesko
Líder na Drogaria Extra

- Lançamos, no Portal da Diversidade (Universidade do Varejo GPA), a **Cartilha do Dia Internacional da Mulher**, além de vídeos de *microlearning* sobre o tema. Também divulgamos uma série de conteúdos sobre violência doméstica.

- No Assaí, realizamos a **2ª Semana da Mulher** para todos(as) os(as) colaboradores(as), com palestras e ações de engajamento e desenvolvimento sobre o tema, com mais de 470 participantes. Entre os(as) convidados(as), tivemos Guilherme Valadares, do Instituto Papo de Homem, que falou sobre o tema "Equidade de gêneros: o que isso tem a ver com a vida e carreira dos homens e das mulheres?"; Luana Génot, fundadora do ID_BR (Instituto Identidades do Brasil) com a performance teatral e palestra "Todas?", destacando a equidade de gêneros para mulheres negras; Mafoane Odara, psicóloga e ativista dos direitos humanos, abordando o tema "Violência contra mulher, um diálogo para derrubar muros e construir pontes"; e a atriz Mônica Martelli com a palestra de encerramento "Mulheres que Inspiram", que tratou sobre a realidade de ser mulher, mãe, profissional, filha e amiga.

2ª Semana da Mulher no Assaí (foto tirada antes da pandemia)

Cartilha do Dia Internacional da Mulher no Multivarejo e GPA Corporação

- No GPA, promovemos a **palestra "Movimentos Humanos"** sobre transição de valores e crenças da sociedade e a interferência nas identidades feminina e masculina contemporâneas, em comemoração ao Dia Internacional da Mulher e como parte da campanha "Lugar de mulher é onde ela quiser".

- Para celebrar o **Dia das Mães**, organizamos uma *live* nas redes sociais do Assaí com a participação de Mafoane Odara para falar sobre o papel das mães na sociedade. A *live* contou com intérprete de Libras e foi a primeira aberta ao público externo, possibilitando ampliar o diálogo com nossos(as) clientes e seguidores(as).

- Também no Assaí, realizamos a **Serenata Virtual**, com vídeo *pocket* e áudios para nossos(as) colaboradores(as) e clientes, celebrando e homenageando aqueles(as) que ocupam o lugar do maternar, seja irmão, irmã, mãe, tia, tio, avó etc.

- No Dia das Mães, realizamos uma **homenagem para as colaboradoras mães do Multivarejo e GPA Corporação** compartilhando registros enviados por elas junto a seus(uas) filhos(as), mostrando os desafios do isolamento social e do *home office* aliados à maternidade e a reinvenção delas como mães nesse período com o mote "Ser mãe é ter o poder de se reinventar sempre!".

- Já no Dia dos Pais, tivemos a **palestra "O poder transformador de um pai no cenário atual"**, com a participação do escritor Marcos Piangers, que abordou as descobertas do homem como pai e a paternidade ativa.

- No Assaí, no mês de novembro, promovemos a palestra "Um raio-x dos homens; uma conversa sincera sobre masculinidade" com o Papo de Homem, para ir além dos cuidados com a saúde masculina, contribuindo para um **debate sobre a evolução do papel do homem na sociedade**, colocando holofote sobre temas que ainda são vistos como tabus.

- Uma de nossas metas na equidade de gêneros é o **acolhimento às nossas colaboradoras mães**. O nosso papel é ser uma empresa que apoia, cada vez mais, a questão da maternidade e que cria possibilidade para que as mães possam conciliar a vida profissional com a pessoal e acompanhar o desenvolvimento de seus(suas) filhos(as).

Entre nossas iniciativas estão a licença-maternidade de seis meses; a entrega de kit enxoval, com itens essenciais para o(a) bebê recém-nascido(a); e a isenção da coparticipação do convênio para as consultas e exames do pré-natal e da criança no primeiro ano de vida. Outro benefício é o Cartão da Mamãe, crédito mensal para a compra de itens de alimentação e higiene das crianças com idade abaixo de cinco anos, oferecido às colaboradoras que estejam dentro da faixa salarial elegível. Também estamos atualizando o nosso Guia da Mamãe, voltado tanto para as colaboradoras, como para os(as) gestores(as), com o objetivo de orientar sobre os benefícios e direitos durante este período, que vai desde a gestação ou adoção até a volta ao trabalho após a licença-maternidade.

REMUNERAÇÃO

Com o compromisso pela equidade de gêneros, realizamos, mensalmente, um acompanhamento contínuo para monitorar se há possíveis riscos e discrepâncias entre salários pagos aos(as) colaboradores(as) com gêneros diferentes que exercem as mesmas funções.

Essa análise também leva em consideração faixas salariais, tempo de casa e cargos. Em 2020, no Multivarejo, os colaboradores homens tiveram uma remuneração média 2,2% maior do que as colaboradoras mulheres. Essas análises são feitas para verificar possíveis problemas estruturantes ou pontuais e nos quais são identificados planos de ação.

Atualizamos nossa Política de Remuneração, que estabeleceu como procedimento a não movimentação, por mérito ou promoção, de colaboradores(as) que durante o ciclo de avaliação anual tenham avaliações negativas. Com isso, buscamos reforçar o incentivo e, ao mesmo tempo, legitimar as avaliações e os processos com mais transparência dentro do GPA, auxiliando na retenção de talentos e diminuição de *turnover*.

Movimento #IsoladasSimSozinhasNão

Você pode cuidar da sua vida. E da sua vizinha também.

COALIZÃO EMPRESARIAL PELO FIM DA VIOLÊNCIA CONTRA MULHERES E MENINAS

Em 2020, apoiamos a campanha #IsoladasSimSozinhasNão (Programa Você Não Está Sozinha) da Coalizão Empresarial pelo Fim da Violência contra Mulheres e Meninas, liderada pelo Instituto Avon, da qual o GPA faz parte.

Foram implementados ***banners*** especiais nos aplicativos e sites do Pão de Açúcar Mais, Clube Extra e Assaí e no site do Compre Bem que redirecionam para uma página com perguntas e respostas sobre violência doméstica.

Além disso, nessas páginas, a usuária encontra a possibilidade de iniciar uma conversa em tempo real com uma assistente virtual via *WhatsApp*, que ajuda as mulheres a entenderem se estão passando por violência doméstica e informa os serviços públicos disponíveis na rede de proteção e quais recursos podem ser acessados.
Os *banners* já totalizaram mais de 460 mil acessos.

Ainda, em apoio ao Programa, o Instituto GPA doou 2 mil cestas básicas para apoiar abrigos que recebem mulheres em situação de violência doméstica.

"No contexto da pandemia, é preciso criar soluções inovadoras para enfrentar os desafios que temos em relação à violência doméstica. A dificuldade de conseguir sair de casa para pedir ajuda ou o medo de denunciar o parceiro são alguns dos obstáculos adicionais da vítima de violência no contexto do isolamento social. Nesse sentido, criar ambientes online *para chegar a mais mulheres e facilitar o pedido de ajuda é fundamental para a contenção do agravamento da violência sobre a vida delas."*

Daniela Grelin
Diretora Executiva do Instituto Avon

Assista ao vídeo
Visite o site da Campanha

EQUIDADE RACIAL

A equidade racial é um de nossos temas prioritários. Com o apoio do GPA Madiba, grupo de afinidade voltado para Multivarejo e GPA Corporação criado em 2018, que atua na atração, retenção, desenvolvimento, engajamento, conscientização e sensibilização de nossos(as) colaboradores(as) sobre equidade racial, conduzimos uma agenda com uma série de ações educativas e de sensibilização:

» Para tratar do racismo estrutural, lançamos uma série de vídeos que demonstram situações reais de racismo e preconceito vivenciadas por pessoas negras no dia a dia, o **Manual Antirracista**, destinado ao Multivarejo e GPA Corporação. A iniciativa buscou promover a reflexão entre nossos(as) colaboradores(as) e fomentar ações que ajudem na promoção da equidade de raça dentro e fora da Companhia.

» Para o mesmo público, realizamos diversas ações educativas e de sensibilização, como **palestras com representantes da luta pela equidade racial**, com a participação Raphael Vicente, Mafoane Odara e Handemba Mutana sobre os temas ascensão profissional, "encarreiramento" e desigualdade racial; violência doméstica com recorte racial; e políticas de cotas, respectivamente. Em novembro, no mês da Consciência Negra, em parceria com o Instituto Identidades do Brasil (ID_BR), fizemos a palestra "Reconhecer-se" com o objetivo de elucidar sobre o papel de cada um(a) na pauta racial.

» No Assaí, em novembro, realizamos a **1ª Semana da Consciência Negra**, também com a palestra "Reconhecer-se", da qual participaram 120 colaboradores(as). Na Universidade Assaí, intensificamos o **treinamento ABC da Raça**, com mais de 3.500 colaboradores(as) impactados(as). E, no mesmo mês, lançamos a **Campanha de Valorização da Raça e de Autodeclaração**, buscando favorecer a identificação e a autodeclaração de raça em alinhamento ao fenótipo de cor de pele, elevando os indicadores de colaboradores(as) que declaram sua raça e proporcionando uma visão consistente de representatividade no Assaí.

"A experiência dentro do GPA Madiba nos ajuda a conhecer, expor, difundir e a lutar contra a discriminação racial no ambiente corporativo e social."

Maurício Ribeiro
Colaborador do GPA Corporação e integrante do GPA Madiba

Entendemos que, para promover a equidade racial, devemos ampliar o acesso de pessoas negras ao mercado de trabalho, assim como seu desenvolvimento e ascensão em cargos de liderança. Por isso, estamos trabalhando com o time de Recrutamento e Seleção do RH na criação de estratégias de novas ações afirmativas e inclusivas para incentivar a contratação e o crescimento profissional de pessoas negras em todas as áreas da Companhia.

Na edição 2020 do Programa de Estágio do Multivarejo e GPA Corporação, nosso propósito era manter o crescimento da contratação de negros(as) do ano anterior, que registrou 47% das vagas preenchidas por esses(as) candidatos(as). Conseguimos cumprir nossa meta e contratamos 51% de estagiários(as) negros(as).

MOVIMENTO AR

MOVIMENTO AR
VIDAS NEGRAS IMPORTAM

Em 2020, aderimos ao Movimento AR, uma mobilização voluntária, liderado pela Universidade Zumbi dos Palmares e pela ONG Afrobras, com o propósito de realizar mudanças concretas para vidas negras e transformações sociais por meio de ações efetivas de combate ao racismo, ao preconceito e à discriminação racial contra negros(as).

"O GPA é um dos mais antigos membros signatários da Iniciativa Empresarial pela Igualdade Racial, opera uma estrutura colossal e tem um alcance e uma representação muito significativa na sociedade brasileira, podendo ser um importante vetor de mudança. A participação do GPA na Iniciativa e da Iniciativa no GPA, acredito, tem sido um fator de rápida transformação de ambos. O GPA vem dando um exemplo importante e ousado quanto a compreensão, investigação e proposição de ações firmes no combate ao racismo. Esse é o papel de um(a) líder, apontar o caminho correto, ainda que tenha que romper com todos os paradigmas vigentes."

Dr. Raphael Vicente
Coordenador Geral da Iniciativa Empresarial pela Igualdade Racial

Colaboradores(as) do GPA reunidos(as) na entrada da sede em São Paulo (foto tirada antes da pandemia)

RESPEITO AOS DIREITOS LGBTQIA+

Contamos com o Orgulho LGBTQIA+ GPA, grupo de afinidade criado em 2018 para o Multivarejo e GPA Corporação, que estimula iniciativas para atrair, reter e desenvolver talentos e promover a conscientização dos(as) colaboradores(as) e da sociedade pelo respeito à comunidade LGBTQIA+, com o apoio da área de Diversidade.

O principal avanço no tema no ano foi nosso novo compromisso com a ***Partnership for Global LGBTI Equality***. Também oficializamos nosso apoio aos Padrões de Conduta da Organização das Nações Unidas (ONU) para Empresas – Enfrentando a discriminação contra Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Pessoas Trans & Intersexo.

Em sinergia com os compromissos assumidos, em 2020, organizamos palestras e ações educativas para contribuir com a pauta:

- Em maio, reforçando a importância do Dia Internacional de Luta Contra a LGBTIfobia, promovemos uma ***live* com a Comissão de Diversidade da Ordem dos Advogados do Brasil de São Paulo (OAB-SP)**, para falar sobre os direitos LGBTQIA+;
- Para celebrar o **mês do Orgulho LGBTQIA+**, em junho, realizamos *lives* sobre os desafios do tema para nossos(as) colaboradores(as);
- No mesmo mês, criamos a **campanha "Mostre seu Orgulho"** convidando nossos(as) colaboradores(as) LGTBQIA+ das lojas, sede, escritórios corporativos e Centrais de Distribuição do Multivarejo e GPA Corporação para contar o que é o Orgulho para eles(as). A iniciativa contou com a participação de mais de 80 colaboradores(as) e foi apresentada em um vídeo comemorativo.

Assista ao vídeo da Campanha "Mostre seu Orgulho"

"Antes mesmo do vídeo eu já me sentia muito à vontade, tinha muito apoio em relação a minha opção sexual entre os meus amigos, meus colegas de trabalho, minha chefe, minha gerente, sempre tive muito apoio em relação a isso, não é à toa que eu digo que eles(as) são a minha família, eles(as) fazem por mim o que, infelizmente, a minha família não faz. E depois do vídeo teve uma repercussão muito abrangente e eu me senti muito mais apoiada, decidida e incentivada a ser e melhorar quem eu sou, tanto na minha vida pessoal como também no trabalho. Eu tenho orgulho de dizer como venho crescendo na carreira, porque quando você tem o apoio dos(as) colaboradores(as), dos(as) seus(suas) colegas de trabalho, você consegue ser uma pessoa melhor e lidar com isso muito bem. Então, a minha felicidade hoje é saber que eu trabalho em uma empresa que me apoia emocionalmente, na minha opção sexual e na minha vida. Isso é muito bom, muito prazeroso e dinheiro nenhum paga."

Eugênia Felix dos Santos França
Colaboradora do Pão de Açúcar

FOMOS UM DOS VENCEDORES DO PRÊMIO EXCELÊNCIA EMPRESARIAL DO FÓRUM *OUT & EQUAL* LGBTQI+ BRASIL 2020, REALIZADO NOS DIAS 02 E 03 DE DEZEMBRO.

O *Out & Equal* é uma organização que trabalha exclusivamente para promover a equidade LGBTQI+ no ambiente de trabalho e reconhece empresas, indivíduos e grupos de afinidade que fizeram um progresso significativo ao longo do ano na defesa da diversidade e inclusão de pessoas LGBTQI+.

Os progressos reconhecidos pelo *Out & Equal* esse ano foram:

- Atuação do grupo de afinidade Orgulho LGBTQIA+ GPA e o Programa EmbaixadorEs da Diversidade nas lojas;
- A publicação da Política de Diversidade, Inclusão e Direitos Humanos do GPA;
- O trabalho em conjunto com a Ouvidoria para garantir o respeito e a não discriminação no ambiente de trabalho;
- A agenda de treinamentos para todos(as) os(as) colaboradores(as).

Além disso, demos continuidade a parceria com a Transempregos, plataforma que conecta profissionais trans e travestis a empresas que querem investir em diversidade.

"Minha trajetória começou quando minha mãe, também funcionária da empresa, me indicou para uma entrevista. O Assaí é a primeira empresa que eu tenho orgulho em pertencer e que é compromissada com a causa LGBTQIA+. Essa oportunidade profissional tem uma grande importância na minha vida, porque, além de garantir o salário, trouxe reconhecimento. Ao falar de inclusão, falamos de direito à dignidade também. Essa representatividade nos permite não só acreditar em um mundo melhor, mas construí-lo com as próprias mãos e vê-lo ser construído, também, pelos nossos iguais. Minha rotina é dinâmica, com várias atribuições e com uma equipe sensacional que eu posso sempre contar. Para quem ainda têm dificuldades em aceitar a diversidade, é só lembrar que precisamos ter em mente que o respeito é um dever e direito de todos os indivíduos. No caso das pessoas trans, esse respeito ainda salva vidas."

Flávia Rodrigues
Colaboradora do Assaí

DIVERSIDADE ETÁRIA

No GPA, valorizamos os diferenciais de cada geração e acreditamos que a combinação dos diferentes perfis etários colabora com nossa inovação e excelência.

Nossos programas de contratação se baseiam exclusivamente em competências e no perfil técnico, não considerando idade (e nenhum outro atributo, como gênero ou etnia).

Em 2020, tivemos 2.957 jovens aprendizes, com idades entre 18 e 22 anos, e 8.047 colaboradores(as) com mais de 50 anos.

"Tem sido muito gratificante para mim, trabalhar aqui, porque desde o início eu recebi todo o suporte e apoio de toda a equipe do setor que tem me ajudado bastante no meu desenvolvimento. Aqui eu tenho aprendido, além da experiência de trabalho, que é a minha primeira, lições para a minha vida pessoal, como atendimento ao(à) cliente, comportamentos e afins."

Raquel Mikaelly da Conceição Ferreira
Jovem Aprendiz no Extra

Integração da turma de estagiários(as)
(foto tirada antes da pandemia)

JOVENS TALENTOS - GPA

Nossos(as) estagiários(as) e jovens aprendizes contam com avaliação de desempenho anual, acompanhada pela área de Gestão de Talentos, estimulando o desenvolvimento e a oportunidade de carreira dentro do Multivarejo e GPA Corporação.

Aos(Às) aprendizes são oferecidas aulas com instituições parceiras e foram 1.356 aprendizes contratados(as) em 2020.

Nossos (as) estagiários(as) foram selecionados em um processo que englobou "CV às cegas", ou seja, sem a indicação da universidade em que estudam, *fit* cultural, dinâmica em grupo e entrevista com os(as) gestores(as). Os(As) aprovados(as) passam por um programa de capacitação de um ano com trilhas de conhecimentos técnicos e comportamentais sobre o segmento em que atuam.

Em 2020, tivemos mais de 2.400 inscritos(as) e 29 estagiários(as) contratados(as) no Multivarejo e GPA Corporação.

Em virtude da pandemia da Covid-19 em 2020, tomamos iniciativas para garantir a manutenção do emprego dos(as) aprendizes e a formação teórica e prática prevista no Programa, como aulas *online*, férias antecipadas, afastamento de aprendizes do grupo de risco e prorrogação dos contratos de trabalho.

ASSAÍ

Na bandeira de atacarejo, o tema foi trabalhado de forma interseccional na Semana da Diversidade. A *live* "O privilégio e os desafios das diferentes gerações no ambiente de trabalho", com Viviane Mosé, poetisa, filósofa, psicóloga e psicanalista, contou com mais de 220 participantes. Também disponibilizamos na Universidade Assaí o acesso ao Guia Inclusivo sobre Gerações.

ENGAJAMENTO

Em 2020, realizamos a 4ª edição da **Semana da Diversidade**, tanto no Multivarejo e GPA Corporação, como no Assaí, pela primeira vez em formato 100% virtual, com uma programação robusta para sensibilizar os(as) colaboradores(as) sobre os nossos temas prioritários. Ao longo das duas Semanas, mais de 9.400 colaboradores(as) assistiram a palestras, *workshops* e treinamentos.

De forma inédita, adotamos uma abordagem interseccional nas palestras, discutindo temas como paternidade de pessoas trans, os desafios enfrentados pelas mulheres negras, autoestima da mulher com deficiência, entre outros.

semana da diversidade

Na programação, realizamos:

- ***Workshop*** com os times de Comunicação e Marketing e suas agências sobre **comunicação inclusiva**, em parceria com a Aliança Sem Estereótipo da ONU Mulheres, priorizando a abordagem interseccional dos temas;
- ***Live*** **"Equidade de gêneros, uma relação de ganha-ganha nos negócios e na vida"**, com Adriana Carvalho, líder na ONU sobre o tema, com o objetivo de apresentar os principais indicadores e ações realizadas na promoção da equidade de gêneros e a importância de avançarmos na pauta para promover a transformação na sociedade;
- ***Podcasts*** **na Universidade Assaí** com conteúdos sobre gerações, raça, LGBTQIA+, gêneros e deficiência com especialistas, como Adriana Barbosa e Danielle Almeida, do Instituto Feira Preta; Ricardo Sales, da consultoria Mais Diversidade; Adriana Carvalho, da ONU Mulheres; e Fernando Fernandes, atleta paraolímpico. Os episódios tiveram como objetivo ampliar o conhecimento, a conscientização e a promoção da diversidade.

Ao longo do ano, também realizamos campanhas de engajamento sobre diversidade e inúmeros treinamentos com foco nos times que têm maior potencial de impacto positivo nessa promoção, como RH das sedes e lojas, Comunicação e Marketing, além de nossos(as) fornecedores(as).

Captura de vídeo da 4ª Semana da Diversidade do Assaí

No Assaí, lançamos **o Vídeo Manifesto de Diversidade e Guias de Relacionamentos** sobre raça/etnia, pessoas com deficiência, LGBTQIA+, gerações e gêneros, promovendo a conscientização, o respeito e a valorização da diversidade.

Na Universidade Assaí, também disponibilizamos os vídeos das *lives* e palestras com temas de Diversidade realizadas no ano, com recursos de acessibilidade com intérprete de Libras e legenda, que podem ser acessados via *bot* de Diversidade (canal de treinamento via *WhatsApp* sobre o tema).

E, ainda em 2020, a Universidade Assaí realizou, junto com a área de Diversidade e Inclusão, o treinamento de Gerentes Regionais e de Lojas, Subgerentes, Chefes de Operações e de Seção e Encarregados(as) em Liderança Inclusiva. Foram mais de 670 colaboradores(as) treinados(as) em todo o Brasil.

EMBAIXADORES DA DIVERSIDADE

No Multivarejo, nosso Programa EmbaixadorEs da Diversidade promove a disseminação da diversidade e inclusão em nossas lojas e conta com a participação voluntária de nossos(as) colaboradores(as), que exercem o papel de multiplicadores(as) desses temas.

Em 2020, iniciamos, na Semana da Diversidade, um programa de formação para apoiar nossos(as) embaixadores(as) nessa jornada. Ao todo, foram realizadas quatro palestras exclusivas, em formato *live*, abordando o papel deles(as) e nossos temas prioritários em diversidade e inclusão.

"Ser Embaixadora da Diversidade é motivo de orgulho, a importância desse tema na nossa bandeira mostrou como foi positivo o nosso resultado. Combatemos bastante o preconceito e promovemos a aceitação da diversidade no nosso meio. Acredito que, com mais visibilidade e mais ações de inclusão, podemos garantir a convivência na sociedade com menos preconceito, ajudando e evitando que as pessoas sejam vítimas da discriminação. Dando foco nesse assunto, com o passar do tempo, conseguimos mudar muito algumas opiniões, afinal somos compostos por pessoas de diferentes histórias, crenças, raças, orientação sexual, gênero, entre outros."

Fabíola Cavalcante Santos
Colaboradora e Embaixadora da Diversidade no Extra

No Assaí, em 2020, lançamos o Grupo de Diversidade, responsável pelas ações que promoverão o tema nos próximos anos. O Grupo possui dois representantes de cada diretoria, é constituído por líderes formadores(as) de opinião e influenciadores(as) e tem representantes de todos os pilares prioritários de diversidade (gerações, gêneros, raças, pessoas com deficiência e LGBTQIA+).

DIVERSIDADE NA ATRAÇÃO E SELEÇÃO

Alinhado ao nosso compromisso de promover a diversidade e a inclusão na Companhia, criamos um Banco de Talentos no *LinkedIn* destinado às vagas de ações afirmativas para grupos minoritários, como pretos(as), pardos(as), indígenas, lésbicas, gays e bissexuais, refugiados(as), entre outros. Os(as) candidatos(as) podem ocupar diferentes cargos, em diversos níveis, tanto no GPA Corporação, como em nossas lojas do Multivarejo. As candidaturas são acompanhadas pela área de Recrutamento e Seleção, que entra em contato assim que uma posição é aberta. Tivemos 65 contratações oriundas desse cadastro.

CULTURA E ENGAJAMENTO

Como um dos maiores empregadores do varejo no Brasil, temos uma gestão ativa do alinhamento e engajamento dos(as) nossos(as) colaboradores(as) com nossa cultura corporativa.

Fale na Boa!

E, a cada dois anos, realizamos a Pesquisa Fale na Boa com o objetivo de medir essa favorabilidade.

ASSAÍ Pensando em Você

PESQUISA DE ENGAJAMENTO ASSAÍ

Em 2020, foi a vez do Assaí aplicar a sua pesquisa, por meio de um questionário *online* disponibilizado para, aproximadamente, 23 mil colaboradores(as). Obtivemos uma adesão de 100%, valor 6 p.p. acima do último ano, 2018. O índice de engajamento passou de 79% para 88%, em 2020, registrando um aumento de 9 p.p.

Participação na pesquisa (%)

Índice de engajamento

PROGRAMA ASSAÍ PENSANDO EM VOCÊ

O Programa Assaí Pensando em Você é sinônimo de reconhecimento na rede, pois reúne todas as iniciativas de valorização dos(as) colaboradores(as). Em 2020, foram:

- **Dia da Mulher:**
  + de 23.000 colaboradoras reconhecidas e homenageadas.
- **Dia das Mães:**
  + de 12.000 colaboradoras mães homenageadas.
- **Dia dos Pais:**
  + de 11.000 colaboradores pais homenageados.
- **Dia das Crianças:**
  + de 27.000 brinquedos entregues para os(as) filhos(as), de até 12 anos, de todos(as) os(as) colaboradores(as).
- **Destaques do Mês**:
  + de 9.600 colaboradores(as) reconhecidos(as).
- **Promovidos(as):**
  + de 1.200 colaboradores(as) reconhecidos(as).

MOTIVOS PARA SORRIR

Colaboradora em loja do Pão de Açúcar

PESQUISA DE ENGAJAMENTO MULTIVAREJO E GPA CORPORAÇÃO

A pesquisa de engajamento do Multivarejo e GPA Corporação, realizada em 2019, teve 90% de adesão e apresentou um índice de engajamento de 73%, valor 7 p.p. acima da pesquisa anterior.

Como forma de retorno aos(às) colaboradores(as), em 2020, nosso foco foi promover o reconhecimento, a colaboração, a infraestrutura de apoio e a cultura e implantamos diversas ações, como novas iniciativas em desenvolvimento da liderança; melhorias na gestão de acessos, essencial para a adoção do *home office*; reforço das ações de comunicação interna; e projeto de reformulação da cultura que será colocado em prática em 2021, ano em que faremos nova edição da pesquisa.

Decorrente da Pesquisa de Engajamento, lançamos o Programa Motivos para Sorrir, iniciativa que reúne todas as ações, reconhecimentos, programas e oportunidades do Multivarejo e GPA Corporação, a fim de criar um ambiente de trabalho feliz, saudável, inclusivo e diverso.

Diálogo Social

A construção de políticas de Recursos Humanos baseia-se no diálogo regular com colaboradores(as) e parceiros(as) sociais. **O Grupo realiza muitas ações em prol do diálogo social e mantém relações com 290 sindicatos no Multivarejo e 98 no Assaí, cobrindo 100% do nosso quadro de colaboradores(as)**. Em 2020, negociamos as convenções e acordos coletivos com os sindicatos para adequação com as novas legislações trabalhistas e necessidades do negócio.

CULTURA SER ASSAÍ É ASSIM

2020 foi o ano de fortalecer a cultura "Ser Assaí é Assim" com ações de treinamento, disseminação e alinhamento de processos.

Lançamos o novo cordão de crachá com os valores, permitindo aos(às) colaboradores(as) "vesti-los(as)" diariamente.

Lançamos a trilha digital de treinamento do Programa de Cultura para o conhecimento do manifesto de cultura e os comportamentos esperados dentro de cada valor.

Revisitamos o modelo de competências Assaí, adequando o processo de avaliação de desempenho às habilidades que mais conversam com a cultura e o momento do negócio. As seis novas competências são:

- liderança;
- responsabilidade com o(a) cliente;
- comprometimento com o negócio;
- orientação para resultados;
- colaboração;
- integridade e confiança.

Campanha Interna Cuidando de Um(a), Cuidamos de Todos(as)!

Em 2020, para engajar e envolver os(as) mais de 48 mil colaboradores(as) do Assaí com as iniciativas do pilar "Cuidado com a Nossa Gente", e em prol da segurança de todos(as) em meio ao cenário da pandemia, lançamos a campanha interna Cuidando de Um(a), Cuidamos de Todos(as), em todas as unidades da bandeira pelo Brasil, com diversas iniciativas para garantir a segurança das pessoas que se mantiveram trabalhando.

Ao todo, foram mais de 1 mil conteúdos desenvolvidos para o tema, em todos os canais de comunicação interna, como a TV Assaí, mural, Intranet e *e-mail*, além da criação de novos canais, como o Ritual de Comunicação Interna para as lojas, o *WhatsApp* com a Liderança e um aplicativo focado nas atualizações de processos que aconteceram no início da pandemia. Também foram promovidas *lives* de cuidado com a saúde corporal e mental para os(as) colaboradores(as) dos escritórios, além da presença em formatos inovadores, como o *Tik Tok* e o *Spotify*.

Novo ambulatório Assaí: CD de Cajamar

Para reforçar o cuidado com a saúde de nossos(as) colaboradores(as), inauguramos um ambulatório na Central de Distribuição do Assaí em Cajamar (SP). A unidade conta com especialidades, como Clínica Geral, Cardiologia, Ortopedia, Ginecologia e Endocrinologia e, desde a inauguração, em agosto de 2020, já realizou mais de 4 mil atendimentos. Contamos ainda com ambulatórios nas sedes do Assaí e do GPA Corporação.

Colaboradores(as) do Assaí durante treinamento da Campanha Cuidando de Um(a), Cuidamos de Todos(as)

Comunicação da Campanha encaminhada às equipes da Rede

CARREIRA E DESENVOLVIMENTO

ATRAÇÃO E SELEÇÃO

Estamos empenhados em encontrar e reter os melhores talentos, conscientes de que são as pessoas que têm o poder de realizar e liderar as mudanças que sustentam nosso crescimento e a realização do nosso propósito.

Recrutamento Digital

Em linha com a estratégia de transformação digital, desde 2019, passamos a contar no GPA Corporação e Multivarejo com um processo seletivo 100% *online*, permitindo que os(as) candidatos(as) façam o cadastro e acompanhem todas as fases de forma remota. Com isso, damos agilidade aos processos e ainda garantimos amplo acesso às vagas disponíveis, em tempo real, pelo RH e os(as) gestores(as).

O Assaí, em 2020, também transformou seu modelo de seleção, admissão e treinamento para o formato 100% digital, mantendo o ritmo forte de contratações pelas plataformas digitais, principalmente para atender à expansão do negócio.

A seleção foi realizada à distância com a captação de candidatos(as), testes e entrevistas *online*, e a admissão seguiu o mesmo formato, em que o(a) próprio(a) candidato(a) envia seus documentos, sem precisar sair de casa com agilidade e segurança. De forma inovadora, o guia com orientações para o início do trabalho e o treinamento institucional também foram transformados em *links* para acesso enviados por *e-mail* e SMS. Tivemos adesão de 97% ao novo modelo e mais de 4.500 admissões nesse formato.

Para conhecer as nossas vagas, os(as) candidatos(as) podem acessar os sites corporativos na aba Trabalhe Conosco (Assaí / Multivarejo e GPA Corporação) ou os perfis na rede social *LinkedIn* (Assaí / Multivarejo e GPA Corporação).

Colaboradora do Extra

Oportunidades Internas

Valorizamos nossos talentos internos e possibilitamos transições de carreira, por isso, contamos com programas estruturados de recrutamento interno que disponibilizam as vagas abertas ao nosso time. Em 2020, selecionamos mais de 1.200 colaboradores(as) por meio do Processo de Seleção Interno (Prosin).

EXPANSÃO ASSAÍ

A expansão Assaí continuou a todo vapor, em um momento tão complicado da economia, pudemos gerar 4.470 novos postos de trabalho com a abertura de 19 novas lojas.

TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO

No GPA, a capacitação e o treinamento de nossos(as) colaboradores(as) são fundamentais para garantirmos o crescimento sustentável do nosso negócio.

Por conta da pandemia, em 2020, tivemos que reestruturar todos os nossos treinamentos, que antes eram predominantemente presenciais (95%), para a realização 100% *online*, por meio das plataformas digitais da Universidade do Varejo GPA e da Universidade Assaí.

Tela inicial da Universidade do Varejo GPA

Universidade do Varejo·GPA

UNIVERSIDADE DO VAREJO GPA

A Universidade do Varejo GPA tem como missão promover o desenvolvimento permanente dos(as) colaboradores(as), alinhando sua formação às estratégias de negócio do varejo alimentar. Capacitamos o maior número possível de colaboradores(as) do Multivarejo e GPA Corporação, utilizando metodologias inovadoras e técnicas de aprendizagem que melhorem os nossos resultados.

Oferecemos uma experiência completa de aprendizagem, alinhada ao papel exercido na Trilha de Carreira, com diversos programas, trilhas e ações para atender a todos(as).

Em nossa plataforma *online* de treinamentos, a Universidade do Varejo GPA oferece mais de 4.500 objetos de aprendizagem.

Em 2020, atualizamos o *layout* da plataforma de treinamentos *online* para deixar a interface e a navegação mais simples e intuitivas, facilitar o acesso aos cursos disponíveis, além de estimular e apoiar os(as) colaboradores(as) na transformação digital. Ao todo, tivemos mais de 433.230 conexões, um crescimento de mais de 188% comparado a 2019.

Conheça, a seguir, os principais programas e canais de treinamentos ofertados no ano.

Universidade em Casa

A Universidade em Casa é um canal de *Edutainment* que foi criado para apoiar os(as) colaboradores(as) a compreenderem os novos hábitos de trabalho no *home office* (muitos(as) deles(as) pela primeira vez) e lidar com temas comuns a todos(as) durante a pandemia, como equilíbrio emocional, resiliência, gestão de equipes remotas, uso das redes sociais em tempos de crise, sugestões para organização de tarefas e melhorias na comunicação. O intuito é promover engajamento e ações de desenvolvimento via *microlearnings* de maneira leve e descontraída.

Foram mais de 40 vídeos produzidos e filmados por profissionais da Companhia em suas casas e essa ação registrou mais de 45 mil visualizações.

O Projeto Universidade em Casa também foi destaque e referência em duas matérias de meios de comunicação relevantes no Brasil (Valor Econômico e Você RH), além de receber o Prêmio de Destaque de Gestão de Pessoas 2020 da Associação Brasileira de Treinamento e Desenvolvimento (ABTD), sendo reconhecido como *benchmarking* e tornando-se referência no mercado de T&D.

Canal de Finanças Pessoais

Em 2020, lançamos o Finanças Pessoais, canal promovido em parceria com a Cooperativa GPAtiva, que oferece conteúdo exclusivo da Nathalia Arcuri, especialista em finanças, apresentadora e jornalista, e de outros(as) especialistas, para apoiar nossos(as) colaboradores(as) em suas finanças pessoais.

Canal de Inovação

Disponível na plataforma *online* da Universidade, o canal traz conteúdos sobre inovação, com materiais exclusivos das *startups* que atuam no GPA para transformar o varejo alimentar no Brasil. A ferramenta é aberta a todos(as) os(as) colaboradores(as) do Grupo.

Canal Lidera

Esse canal de aprendizagem possui treinamentos e cursos que abordam temas técnicos e comportamentais com foco em liderança, para o trabalho em conjunto com as estratégias da Companhia e para proporcionar experiências, soluções, consultas e ações de aprendizagem *online*.

Em 2020, lançamos uma trilha exclusiva para os(as) colaboradores(as) que estão exercendo a liderança pela primeira vez: A Jornada da Primeira Liderança.

Formação Técnica no Multivarejo

Em 2020, formamos 703 pessoas nas funções de açougueiro(a), confeiteiro(a), padeiro(a), peixeiro(a) e operador(a), além de chefe de operações, gestor(a) e liderança de loja. Essa formação tem como objetivo proporcionar o desenvolvimento da carreira e possibilitar a promoção de cargo.

Programa na Função

Oferece treinamento aos(às) colaboradores(as) da bandeira Extra Hiper com foco no desenvolvimento comportamental e no aprimoramento técnico. Em 2020, participaram 130 colaboradores(as).

Treinamento Técnico NRs

A Universidade faz a gestão dos treinamentos obrigatórios referente às Normas Regulamentadoras (NRs), exigidas pela legislação brasileira para determinadas funções e operações. Todo ano, são ofertados de dez a 15 treinamentos temáticos relacionados às NRs. Em 2020, tivemos 14.693 participantes.

Nova Escola de Eiros

A Escola de Eiros tem como objetivo ter um banco de talentos de profissionais especialistas, que serão formados(as) para contribuir na reposição do quadro de colaboradores(as). O foco é a formação em açougue e padaria. Participaram do piloto da iniciativa 15 colaboradores(as) em 2020.

DIA DO DESENVOLVIMENTO GPA

Todo mês, no Dia do Desenvolvimento, oferecemos treinamentos a todos(as) os(as) colaboradores(as) relacionados ao varejo. Em 2020, tivemos edições virtuais no período da pandemia. Foram mais de 29 ações de treinamento, para mais de 1 mil participantes, sobre protagonismo, gestão de conflitos, colaboração, autoconhecimento, resiliência, intraempreendedorismo, criatividade, entre outros. Também iniciamos as formações dedicadas exclusivamente aos(às) colaboradores(as) de nossos escritórios regionais e de operação de loja.

4ª EDIÇÃO DA SEMANA DO DESENVOLVIMENTO

Realizamos a 4ª edição da Semana do Desenvolvimento da Universidade do Varejo GPA para todos(as) os(as) nossos(as) colaboradores(as) de sede, lojas, Centrais de Distribuição e regionais. O evento, realizado pela primeira vez 100% *online*, é mais uma oportunidade que oferecemos para nosso time aprender e se desenvolver.

A abertura foi realizada pelo Leandro Karnal, historiador e professor da Unicamp, que conversou com os(as) participantes sobre *Lifelong Learning*, destacando a ruptura de paradigmas, a importância da reinvenção constante, os hábitos e o protagonismo em um mundo de transformações rápidas.

Ao longo da Semana, os(as) colaboradores(as) conheceram mais sobre empatia, intraempreendedorismo, psicologia positiva, cultura de aprendizagem, entre outros temas, em 20 ações de treinamento e desenvolvimento. O evento contou com a participação voluntária de 4.153 colaboradores(as) da operação e do GPA Corporação, um crescimento de 119% comparado ao ano anterior.

A Semana do Desenvolvimento GPA foi encerrada com a palestra da jornalista Gloria Maria, que contou ao nosso time sobre sua trajetória pessoal e profissional, abordando a superação como chave para o desenvolvimento. Temos como foco promover o aprendizado constante daqueles(as) que atuam conosco diariamente, garantindo que o GPA continue sendo um lugar de gente que aprende e cresce.

"Em meio a tantos desafios profissionais que estou passando no GPA, sempre procuro reservar um tempo para o Dia do Desenvolvimento, entre reuniões, resoluções, e-mails e definições, não menos importantes são esses dias. Esse momento de parar e se desenvolver é de grande importância, abrindo a mente para novos hábitos, mudanças de comportamento e até mesmo mudança nas tratativas com colegas e clientes. Foram muitas as palestras que acompanhei nesses últimos anos e, além de absorver muita coisa, coloquei muito do que aprendi em prática, temas como comunicação não violenta e qualidade de vida e felicidade no trabalho, por exemplo. Sou uma verdadeira fã desse programa de desenvolvimento criado pelo GPA que nos abre novas perspectivas não só para a vida profissional, como para a vida pessoal e é sempre um prazer enorme participar disso".

Carla Regina
Colaboradora do GPA Malls

Colaboradores(as) participantes da Semana do Desenvolvimento

* Em 2020, ampliamos a participação para os(as) colaboradores(as) da operação. Em 2018 e 2019, apenas colaboradores(as) do GPA Corporação participaram.

PROGRAMA DE DESENVOLVIMENTO DA LIDERANÇA GPA

Preparar as nossas lideranças é garantir a perpetuidade da nossa cultura e capacitar nossos(as) gestores(as) para os desafios do negócio.

Realizamos o Programa de Desenvolvimento da Liderança, destinado aos(às) líderes, coordenadores(as) e gerentes.

Os conteúdos são segmentados em competências comportamentais e técnicas de liderança, a fim de promover o autodesenvolvimento para que eles(as) sigam engajando suas equipes. Em 2020, tivemos a participação de 727 líderes.

PROGRAMAS DE SUCESSÃO

Nossos Programas de Sucessão têm como objetivo formar e desenvolver colaboradores(as) com potencial e perfil alinhado à estratégia do negócio e à Trilha de Desenvolvimento da Universidade do Varejo GPA, proporcionando oportunidade de carreira e sucessão.

Identificamos os(as) profissionais com potencial para suprir as demandas de cargos de liderança e oferecemos formação direcionada para apoiar a transição e o desempenho nas novas funções.

Programa de Desenvolvimento de LIDERANÇA

Em 2020, reformulamos nosso Programa de Sucessão para a modalidade *blended learning*, com conteúdos e encontros virtuais realizados para os nove programas das bandeiras Extra, Pão de Açúcar, Negócios Especializados (Minuto Pão de Açúcar, Mini Extra, postos e drogarias) e GPA Cartões.

Os treinamentos abordam temas, como inteligência emocional, apresentação e oratória, gestão de conflitos, carreira e protagonismo. Em 2020, em uma parceria da área de Diversidade com os times de Ouvidoria e *Compliance*, promovemos uma série de treinamentos *online* para o Programa de Sucessão. Ao todo, foram dez turmas formadas por 518 colaboradores(as), que somaram 30.392 horas de treinamento.

UNIVERSIDADE ASSAÍ

A Universidade Assaí visa garantir que o time da bandeira esteja cada vez mais preparado e capacitado para o crescimento e expansão do negócio. Ela conta com cinco escolas de formação – atacado, liderança, comercial, operações e desenvolvimento técnico comportamental – e disponibiliza diversos cursos com participação de profissionais do setor, ministrados nas próprias lojas da rede ou em formato *online*.

Ao todo, são mais de 60 programas com 3.600 cursos de capacitações para todos os níveis de liderança e equipes, Programa de *Trainee*, cursos para conclusão do Ensino Fundamental e Médio e formação técnica para as lojas.

Esse ano, aceleramos a transformação digital na Universidade Assaí, para seguir alcançando os(as) colaboradores(as) mesmo no cenário de pandemia e distanciamento social.

Tivemos uma estratégia de treinamento multicanal, em que nossos times pudessem acessar os conteúdos da Universidade por diversas plataformas.

+ de 1,5 milhão
de horas de treinamento

+ de 171 mil
participações em treinamento

41.846
colaboradores(as) impactados(as)

Tela inicial da Universidade Assaí

ZapUA
Lançamos o ZapUA, um *chatbot* de treinamento voltado para disponibilizar via *WhatsApp* conteúdos em vídeo e *cards*, de forma ágil, para nosso pessoal de base e seus(uas) familiares no Programa Aprendendo a Cuidar (saiba mais na página seguinte).

Aplicativo Universidade Assaí
Além disso, lançamos o WebAPP da Universidade Assaí, para que na versão *mobile* nossos(as) colaboradores(as) pudessem acessar os treinamentos (saiba mais na página seguinte).

Totem Assaí Pensando em Você

Implementamos, em cada uma de nossas lojas, o totem Assaí Pensando em Você, uma estação de trabalho dedicada a viabilizar o acesso dos(as) colaboradores(as) aos diversos sistemas de RH da rede: ADP, GPAtiva, Prosins via *Gupy, Intranet, Avance* e Universidade Assaí.

"Já fiz dois cursos pelo Totem e a experiência foi incrível: muito didático, explicativo e dinâmico, nunca imaginei que seria tão fácil me especializar em meu setor e ainda ter o acesso imediato ao certificado após a conclusão. É muito gratificante poder estar cada vez mais capacitado para exercer com a mais alta qualidade nossas funções. Eu só tenho a agradecer ao Assaí por nos proporcionar essa experiência por meio do Totem Assaí Pensando em Você!"

Maurício Cruz
Colaborador de loja do Assaí

Revitalização da Plataforma de *Learning Management System* (LMS)

Revitalizamos nossa plataforma com ferramentas e tecnologia avançada – funcionando em formato *mobile* e com lista de presença digital –, didática moderna, com gamificação, conteúdos em formato de *webséries* e indicações de filmes, livros e *apps* para o autodesenvolvimento. Vencemos a limitação de alcance anterior, em que eram feitos treinamentos presenciais, e democratizamos o acesso.

Além disso, disponibilizamos novos conteúdos *online*:

Novo Modelo Seja Bem-Vindo(a)

Novo modelo de integração para colaboradores(as) recém-admitidos(as) em que, ainda na finalização do processo seletivo 100% *online*, junto com o processo admissional, eles(as) recebem um *link* para acesso à Universidade Assaí, na plataforma da Qranio, e lá realizam uma trilha de treinamento com conteúdos em formato de vídeos, *cards*, textos curtos, infográficos e *quiz* para adquirirem e testarem seus conhecimentos sobre o Assaí. Alcançamos 97% de adesão ao novo modelo utilizando a técnica de *learning fun*.

Programa Aprendendo a Cuidar

Para disseminar novos hábitos e os protocolos de segurança para a prevenção à Covid-19, lançamos, em 2020, o Programa Aprendendo a Cuidar em formato *online* para todos(as) os(as) colaboradores(as) de lojas, Centrais de Distribuição e escritórios, terceiros(as), temporários(as), prestadores(as) de serviços, familiares e amigos(as).

Colaboradores(as) do Assaí reunidos(as) para a inauguração do Totem Assaí Pensando em Você

Colaborador utilizando o equipamento

Espaço do Conhecimento

Reúne dicas de filmes, livros, artigos, sites e *links* diversos que proporcionam conhecimento sobre temas importantes do nosso dia a dia, como liderança, equilíbrio emocional, gestão de processos, resultados, ética e *compliance*.

Logo da UAFlix

UAFLIX
Em formato de *websérie*, vários cursos são disponibilizados para todos(as) os(as) colaboradores(as) para que sejam protagonistas do seu desenvolvimento.

Estante Virtual do Saber
Em parceria com diversas instituições no Brasil, como SapiênCia, UOLTech, FGV e FIA, trazemos diversos vídeos e cursos *online* com professores(as) nacionalmente reconhecidos(as), como Clóvis de Barros e Mário Sérgio Cortella.

A Universidade Assaí ainda oferece os cursos básicos e necessários para garantir a boa operação de nossas lojas.

Excelência Operacional
A Universidade Assaí vem apoiando cada vez mais o negócio no registro e disseminação do conhecimento sobre o atacado de autosserviço e o seu modelo de operação. Em 2020, chegamos à marca de 16 *books* operacionais construídos, permitindo o mapeamento dos principais fluxos e padrões operacionais das seções.

Eles são utilizados na implementação das novas lojas e treinamento das equipes.

Game Segurança Alimentar
Em 2020, lançamos o *game* para os(as) colaboradores(as) de loja das seções de frutas, legumes e verduras, perecíveis, refeitório e cafeteria e para os(as) colaboradores(as) no cargo de Auxiliar de Controle de Qualidade. Ao todo, foram mais de 6.700 participantes.

Passaí - Formação Técnica e Comportamental
Para capacitar nosso time de produtos e serviços financeiros, lançamos, em 2020, uma trilha *online* de formação técnica, um *checklist* para acompanhamento de novos(as) colaboradores(as) na função e ações para promover as melhores práticas de atendimento.

Treinamento Técnico NRs — Assaí
Ao longo do ano de 2020, tivemos mais de 800 turmas em treinamentos obrigatórios referentes às Normas Regulamentadoras (NRs), superando 12.500 participações.

Entre as formações presenciais e *online*, tivemos mais de 143 mil horas em capacitações normativas e obrigatórias.

Aprende Mais Idiomas
Em parceria com escolas e com o objetivo de aumentar a proficiência em inglês para negócios, lançamos novas modalidades do nosso Programa de Idiomas. Com salas de aula *online* e plataforma para aprendizado no formato digital, ele é voltado para todo o time das áreas de negócio e *backoffice*.

Colaboradores(as) participam do Game Segurança Alimentar

Diálogos com a Liderança

Em meio à pandemia, lançamos o Programa Diálogos com a Liderança, para todos(as) os(as) líderes dos escritórios da sede e regionais. Ele prevê um encontro mensal das lideranças de todo o Brasil com grandes especialistas e pensadores(as) do mundo moderno, a fim de trazer *insights* sobre gestão, liderança, estratégia, cultura e planejamento para nossos(as) líderes. Em 2020, realizamos quatro encontros em que falamos sobre ética e cultura com o professor Clóvis de Barros; liderança em tempos de crise com o especialista em *coaching* integrado Randhy Di Stephano; economia durante e pós-pandemia com o economista Ricardo Amorim; e equilíbrio emocional com o especialista em gestão emocional Paulo Alvarenga.

Programas de *Trainee*

Os programas de *Trainee* do Assaí são um sucesso, sendo porta de crescimento de carreira para os(as) colaboradores(as).

Trainee Comercial

O Programa *Trainee* Comercial é voltado para os(as) colaboradores(as) que desejam migrar suas carreiras para a área comercial.

Para isso, eles(as) participam de um processo seletivo interno e, ao serem aprovados(as), deixam suas funções para entrar no programa de formação, que tem duração de 24 meses. Ao final, os(as) candidatos(as) são alocados(as) em posições de Assistente Comercial III ou Comprador(a) Jr. Em 2020, tivemos 19 *trainees* em desenvolvimento.

Trainee de Operações

Ele é voltado para os(as) Chefes de Seção e Encarregados(as) de Centrais de Distribuição que desejam se preparar para assumir o cargo de Subgerente de Loja.

Em 2020, chegamos à 10ª turma do Programa com 616 inscritos(as) no processo seletivo e 60 aprovados(as).

LIDERANÇA INCLUSIVA NO ASSAÍ

Realizadas em formato digital para as lideranças de todas as unidades, as oito *lives* buscaram gerar entendimento do papel da liderança frente à promoção da inclusão, do respeito e da valorização da diversidade.

Além disso, lançamos uma série com cinco vídeos sobre Liderança Inclusiva a fim de orientá-los(as) a disseminar o tema dentro da rede. Os vídeos estão disponíveis na Universidade Assaí e podem ser assistidos a qualquer momento.

Tela do Programa Diálogos com a Liderança

Engajamento com a sociedade

ODS

Temas Materiais

Eixos Estratégicos

Cliente e criança entregam doações em loja do Mercado Extra

INSTITUTO GPA

Há 22 anos, nosso investimento social é gerido e orientado pelo Instituto GPA, organização sem fins lucrativos, que tem como objetivo contribuir com a redução das desigualdades sociais, por meio da mobilização de recursos e parceiros(as) para apoio às pessoas em situações de vulnerabilidade.

Comunicação incentivando a doação para o Natal Solidário

Vilma de Oliveira, integrante do Mulheres do GAU e participante do Programa Empreendedoras Periféricas

Frentes de atuação

Para realizar nosso objetivo, atuamos em três frentes. Em 2020, diante dos desafios da pandemia da Covid-19, também promovemos ações de apoio.

Despertar o trabalho por vocação

Oferecemos meios para que pessoas se desenvolvam, descubram seus talentos individuais e sigam suas vocações.

Incentivar ações mobilizadoras

Queremos colaboradores(as), clientes, fornecedores(as), organizações sociais e GPA atuando em conjunto como agentes de transformação.

Apoiar o desenvolvimento de jovens

Criamos e apoiamos projetos que contribuem para o desenvolvimento de jovens na música e na educação.

Conheça nas páginas a seguir os principais projetos desenvolvidos no ano.

Ações de apoio durante a pandemia

Em 2020, direcionamos recursos do Instituto GPA para apoio à rede de solidariedade com ações para enfrentamento à pandemia.

ENFRENTAMENTO À PANDEMIA

O Instituto GPA desenvolveu uma série de ações para contribuir com a rede de solidariedade, que se formou para apoiar as instituições sociais que tiveram suas atividades impactadas nesse período, e comunidades em situação de vulnerabilidade social. Essas ações envolveram doação de nossas marcas e, também, a mobilização de clientes e parceiros(as).

No infográfico a seguir, trazemos um resumo das nossas ações, que são descritas em detalhes nas três frentes de atuação do Instituto GPA.

Investimento social para enfrentamento da Covid-19

Atuação em três frentes

DOAÇÕES DIRETAS

Realizamos doações de alimentos e itens de higiene e limpeza para apoiar instituições sociais e comunidades do entorno de nossas lojas para darem continuidade às suas atividades durante a pandemia.

Saiba mais na **página 144.**

MOBILIZAÇÕES DE CLIENTES

Desde o final de março, nossas lojas foram pontos de arrecadação de doações de alimentos e produtos de higiene e limpeza para instituições sociais parceiras em todo o Brasil. Além disso, nossos *apps* e sites também incentivaram a doação de nossos(as) clientes.

CAMPANHA DE SOLIDARIEDADE

nas lojas Pão de Açúcar, Extra, Mercado Extra, Assaí e Compre Bem, destinadas a **mais de 350 instituições parceiras**

+

Troca de pontos Stix nos *apps* Pão de Açúcar Mais e Clube Extra para 8 instituições parceiras

+

Doações *online* no site PãodeAçúcar.com

Saiba mais na **página 144.**

APOIO A FUNDOS EMERGENCIAIS

Nossas marcas destinaram recursos financeiros para apoiar fundos emergenciais de auxílio a pequenos negócios e empreendedores(as) comunitários(as) e de grupos minorizados que tiveram suas iniciativas e negócios impactados pela pandemia.

Saiba mais nas **páginas 135, 140 e 143.**

Apoio a
4 fundos emergenciais

+

+ de 2,7 mil empreendedores (as)
e pequenos negócios beneficiados

5,9 mil toneladas
de itens alimentares, de higiene e limpeza que beneficiaram

640 mil famílias
de 21 Estados e Distrito Federal

R$ 12 milhões investidos na rede de solidariedade mobilizada por conta da pandemia.

+ Você também pode assistir aos vídeos das doações realizadas e saber mais sobre cada uma das frentes em **nosso site**.

Além das ações do Instituto GPA, na Colômbia, o Grupo Éxito doou, a partir da Fundação Éxito, mais de 213 mil cestas básicas em 190 cidades e 1,2 milhão de máscaras, além de oferecer mais de 600 mil itens a preço de custo para campanhas de solidariedade, apoiando o enfrentamento à pandemia.

Além disso, criou uma linha telefônica de atendimento prioritário aos pedidos de profissionais de saúde, com entrega grátis.

Também apoiou financeiramente mil pequenos(as) e médios(as) fornecedores(as), na manutenção de 37 mil empregos, e contratou a produção de 13 milhões de máscaras para doação, contribuindo com a saúde da sociedade e também com a economia dos(as) fornecedores(as). Saiba mais sobre os projetos realizados pelo Grupo Éxito:

DESPERTAR O TRABALHO POR VOCAÇÃO

DESENVOLVIMENTO DA CADEIA PRODUTIVA DA ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL E SUSTENTÁVEL

Desde 2018, o Pão de Açúcar, por meio do Instituto GPA, apoia o Instituto Conexões Sustentáveis – Conexsus, uma organização sem fins lucrativos que trabalha para ativar o ecossistema de negócios comunitários rurais e florestais, para aumentar a renda dos(as) pequenos(as) produtores(as) e fortalecer a conservação dos ecossistemas naturais.

Em 2020, apoiamos, por meio do Instituto GPA, o Fundo Emergencial criado pela Conexsus, que destinou R$ 1,5 milhão em crédito socioambiental para beneficiar 450 pequenos negócios comunitários.

Além do apoio financeiro, o Fundo criou ações em rede para viabilizar soluções conjuntas de logística e vendas e garantiu assessoria aos negócios para um bom uso do recurso, orientando sobre boas práticas de gestão administrativa e financeira, habilitação ao crédito rural e outras políticas públicas.

Os(as) clientes do *app* Pão de Açúcar Mais também puderam colaborar com o Fundo, revertendo seus pontos acumulados no programa de fidelidade por doação.

Saiba mais sobre o Fundo Emergencial Conexus.

COMBATE À DESNUTRIÇÃO

Por meio da Fundação Éxito, na Colômbia, atuamos no combate à desnutrição infantil crônica, com o objetivo de, até 2030, alcançar a primeira geração com zero casos de desnutrição, que hoje afetam 500 mil crianças no país.

Alunos(as) do NATA reunidos(as) (foto tirada antes da pandemia)

extra

INSTITUTO GPA

FORMAÇÃO TÉCNICA

NATA

NÚCLEO AVANÇADO EM TECNOLOGIA DE ALIMENTOS

Desde 2009, o Extra, por meio do Instituto GPA, criou o Núcleo Avançado em Tecnologia de Alimentos (NATA), em parceria com a Secretaria de Estado de Educação do Rio de Janeiro (SEEDUC) e a Secretaria de Agricultura, em São Gonçalo (RJ), que oferece cursos de Panificação & Confeitaria e Leites & Derivados, formando técnicos(as) especializados(as) para as indústrias, as redes de varejo e o comércio.

Em 2020, devido à pandemia, as atividades presenciais foram suspensas e toda a grade curricular foi transferida para atividades remotas.

PROCESSO DE FORMAÇÃO

- Atividades práticas nas usinas piloto
- Monitoria
- Estágio interno e externo obrigatório de 120 horas
- Trabalhos de iniciação científica
- Participação dos(as) alunos(as) em feiras e congressos do setor

BENEFICIADOS(AS)

342 alunos(as) em 2020

52 formandos(as) em Panificação & Confeitaria

56 formandos(as) em Leites & Derivados

+ de 3 mil horas de capacitação durante os 3 anos de duração do curso

"Sempre tive dentro de mim o desejo de ensinar. No final de 2015, tive a oportunidade de realizar esse sonho quando fui selecionada para ocupar a vaga de professora de confeitaria no NATA. No ensino presencial, o foco era a parte prática da confeitaria que ocorria na usina da escola, onde os(as) alunos(as) tinham a oportunidade de assistir demonstrações de preparos e, durante a aula, colocar em prática o que foi ensinado. Como a pandemia impossibilitou as aulas práticas, encontrei no ensino remoto uma grande oportunidade de compartilhar com os(as) alunos(as) conhecimentos específicos que de fato irão ajudá-los(as) a compreender melhor os ingredientes e processos, os(as) preparando para terem autonomia na vivência prática."

Christiane Silva de Souza
Professora de confeitaria no NATA desde 2015

Produção dos(as) alunos(as) do Programa Mãos na Massa

MÃOS NA MASSA

O Programa, criado em 2018 pelo Extra, por meio do Instituto GPA, oferece cursos de Panificação e Confeitaria às pessoas em situação de vulnerabilidade social do entorno das lojas, estimulando a descoberta de uma vocação e a oportunidade de iniciar uma carreira.

No último ano, por conta das restrições sanitárias, não foram realizadas novas turmas. Além disso, as instituições parceiras do projeto dedicaram suas ações ao enfrentamento da pandemia, apoiando seus(suas) beneficiários(as) com doações de alimentos e produtos de higiene e limpeza. O Extra, por meio do Instituto GPA, foi uma das empresas doadoras. O Mãos na Massa deve ser retomado no próximo ano, seguindo os protocolos e definições dos órgãos competentes.

Sueli Conceição, empreendedora da Iyá Omi

EMPREENDEDORAS PERIFÉRICAS

EMPREENDEDORAS PERIFÉRICAS

Em setembro de 2020, o Extra, por meio do Instituto GPA, criou o Empreendedoras Periféricas, em parceria com a Fundação Tide Setubal, oferecendo apoio técnico e financeiro para 17 micro e pequenas empreendedoras negras de cinco Estados brasileiros: Bahia, Minas Gerais, Pará, São Paulo e Rio de Janeiro.

O objetivo é que, por meio do acesso à capacitação e de um aporte financeiro entre R$ 4,5 e 9 mil durante três meses, pudéssemos apoiar a sustentabilidade dos seus negócios no período de pandemia, fortalecendo o empreendedorismo, a inclusão socioeconômica feminina e o potencial de transformação que esses empreendimentos e essas mulheres têm na vida de outras mulheres, em seus territórios, comunidades e em toda a sociedade.

FORMAÇÃO

30 horas de consultoria e formação, em 13 encontros virtuais nos módulos:
ESTRUTURAÇÃO DE NEGÓCIOS,
GESTÃO E FINANÇAS, COMUNICAÇÃO
E EQUILÍBRIO EMOCIONAL

+

APORTE FINANCEIRO

De R$ 4,5 a 9 mil, divididos entre os negócios e pagos ao longo de 3 meses

BENEFICIADAS

17 empreeendedoras de negócios bem articulados com a comunidade e que desenvolvessem a cadeia produtiva local como fornecedoras e clientes, em segmentos variados, como bem-estar e saúde, arte, cultura e educação, beleza, alimentação, comércio, construção civil, comunicação, tecnologia da informação, meio ambiente e rede de empreendedorismo.

"Participar do Empreendedoras Periféricas é uma oportunidade única! Minha expectativa é de criar boas relações, um vínculo forte e uma conexão com essas outras mulheres empreendedoras e que estão lutando pelos seus negócios."

Luciene Andrade
Cofundadora da Webba Desenvolvimento de Sistemas

"O processo de cocriação e execução do Empreendedoras Periféricas foi uma experiência desafiadora para as duas instituições, pois foi necessária muita sinergia e flexibilidade das equipes envolvidas para que fosse possível iniciar o apoio e a potencialização das empreendedoras, em pouco mais de dois meses de preparação da chamada de projetos. É sempre uma satisfação ver que, apesar dos desafios, vale a pena construir colaborativamente e o resultado disso é mais robusto. No fim, as duas equipes deram saltos importantes em termos de conhecimento e maturidade para a intervenção social. A complexidade das desigualdades em nosso País exige esse esforço de filantropia colaborativa, e viver essa experiência com o Extra, em meio à pandemia, foi ótimo para reafirmar que esse caminho é possível e potente."

Wagner Silva
Coordenador de Fomento da Fundação Tide Setubal

Casa Preta Hub

CASA PRETAHUB

O Extra, por meio do Instituto GPA, apoiou a Casa PretaHub, espaço criado em 2020 pela PretaHub — *hub* de criatividade, inventividade e tendências pretas — para impulsionar a transformação digital de afroempreendedores(as).

Com o apoio do Extra, foi financiada a construção de dois dos espaços da Casa: uma sala de aulas e apresentações e uma cozinha.

A Casa PretaHub funciona em um modelo de negócio *freemium* (mistura de gratuito com *premium*), oferecendo gratuitamente os espaços, e também serviços pagos para quem quiser utilizá-los por mais horas ou dispor do auxílio de um(a) técnico(a) de som, um(a) produtor(a) ou outros serviços, com mão de obra oferecida 100% por empreendedores(as) negros(as) alocados(as) no espaço. O objetivo é que o projeto se torne uma franquia social e possa ser replicado em outros Estados.

Sala de aula na Casa PretaHub

"Acredito que esse seja um importante passo para o ecossistema. Pensamos a Casa PretaHub com uma ideia de bioma e queremos formar uma grande comunidade de empreendedores(as) que se apoiam mutuamente dentro desse espaço de compartilhamento de infraestrutura e saberes. O plano é conseguir levar o conceito para outros Estados, como em Cachoeira na região do Recôncavo, na Bahia, ampliando cada vez mais essa rede."

Adriana Barbosa
CEO da PretaHub e presidente da Feira Preta

MATCHFUNDING
ENFRENTE

***MATCHFUNDING* ENFRENTE**

O Extra, por meio do Instituto GPA, foi um dos parceiros que aportou recursos no *Matchfunding* Enfrente, iniciativa da Fundação Tide Setubal, em parceria com a consultoria de financiamento coletivo Benfeitoria, que apoiou iniciativas emergenciais de combate aos efeitos da pandemia da Covid-19 nas periferias urbanas brasileiras.

O *Matchfunding* Enfrente é uma plataforma para o financiamento colaborativo. Projetos de até R$ 30 mil foram selecionados, divulgados na plataforma para captarem recursos e, ao receberem o apoio financeiro, o valor era triplicado pelo Fundo, por isso o nome *Matchfunding*.

Dessa forma, se o projeto arrecadava R$ 10 mil, o Fundo triplicava o valor, doando mais R$ 20 mil, totalizando R$ 30 mil.

Convidamos também nossos(as) clientes a realizarem doações diretamente para a iniciativa, convertendo seus pontos acumulados nos *apps* Pão de Açúcar Mais e Clube Extra.

Ao todo, foram 265 projetos apoiados, voltados à promoção da sustentabilidade de micro e pequenos empreendimentos, com a distribuição de donativos, realização de campanhas de conscientização e cuidados com a saúde física e emocional, sendo 54,7% das iniciativas inscritas por mulheres e 79% por pretos(as) e pardos(as).

Esses projetos atenderam diretamente mais de 210 mil pessoas, equivalente a mais de 63 mil famílias beneficiadas.

"A participação no Matchfunding *Enfrente nos impulsionou na mobilização da campanha, nos deu esperança de viver, saber que melhores dias virão e na geração de renda local para beneficiar as famílias e pessoas que necessitam."*

Telma Silva
Souza (BA)

ASSAÍ ATACADISTA / INSTITUTO GPA

APOIO A MICROEMPREENDEDORES(AS)

ACADEMIA ASSAÍ BONS NEGÓCIOS

ACADEMIA ASSAÍ BONS NEGÓCIOS

Criada em 2017, a Academia Assaí promove o empreendedorismo no setor de alimentos em todo o País, por meio de quatro eixos de atuação, apresentados a seguir:

Informação

Em 2020, reformulamos o portal da Academia Assaí Bons Negócios, tornando-o um *hub* de informação que oferece ainda mais conteúdo para apoiar os(as) empreendedores(as).

Além de um calendário de eventos e um portal com as notícias relevantes ao setor e publicações diárias sobre empreendedorismo, finanças, negociação e vendas, gestão do tempo e legislações aplicáveis, nesse novo formato o(a) empreendedor(a) encontra modelos de planilhas e fichas técnicas para *download*.

Em 2020, entre as principais novidades esteve o lançamento do *podcast* semanal "Negócio em Dia", com 28 episódios, que traz discussões sobre temas atuais na área de alimentação. Ele contou com mais de 2.570 acessos.

Reginaldo Adenor Elias, finalista do Prêmio Academia Assaí Bons Negócios

Ao final de 2020, a Academia Assaí somava 1,5 milhão de acessos ao portal.

Formação

Oferecemos aos(às) participantes conteúdo gratuito de qualidade, com linguagem clara, acessibilidade e informações personalizadas para os diferentes tipos de negócio.

Em 2020, não aconteceram os encontros presenciais, mas foi lançado um novo curso "Superando Desafios", que aborda os principais cuidados e adaptações necessários aos negócios frente à pandemia. As demais seis trilhas de conhecimento continuaram disponíveis no novo portal da Academia Assaí Bons Negócios, com diversas videoaulas e atividades.

Foram mais de 28.900 empreendedores(as) cadastrados(as) e 2.161 certificados emitidos em 2020.

Acessos à plataforma *online*

Certificados emitidos

Empreendedores(as) cadastrados(as)

Premiação

Pelo terceiro ano consecutivo, reconhecemos empreendedores(as) com cases inspiradores no Prêmio Academia Assaí Bons Negócios.

Neste ano de 2020, aumentamos em dez vezes o número de premiados(as), apoiando 150 micros e pequenos(as) empreendedores(as) de alimentação de todo o Brasil – formalizados(as) ou não - para auxiliar a sustentação desses negócios no momento desafiador da pandemia.

Foram mais de 12 mil inscritos(as), 72% a mais que no ano anterior, e 150 premiados(as) em diversas etapas. Eles(as) receberam uma semana de capacitação *online* com *lives* de diferentes especialistas em temas importantes para apoiar o enfrentamento a crises e um apoio financeiro de R$ 3 mil por três meses, além de vale-compras e outros prêmios.

Dentre os(as) inscritos(as), foram selecionados(as) 30 vencedores(as) de cada uma das cinco regiões do Brasil, sendo dez de cada categoria (ambulante, ponto fixo e vendas por encomenda). Desses, 15 se destacaram e foram para a etapa de voto popular, onde tivemos como grande vencedora no voto popular a Malta *Street Burguer*, do Rio de Janeiro.

"A pandemia acabou com todos os planos que tínhamos para esse ano. Nosso faturamento caiu mais de 70%, já que nosso atendimento era muito local. Com o Prêmio, colocamos a parte financeira em ordem, investimos no nosso local de trabalho e conseguimos ter um bom estoque para trabalhar. Resolvemos investir em estudos também e, com isso, comecei a faculdade de Gestão Financeira para conseguir entender melhor como investir e melhorar nosso trabalho. O prêmio não foi só o dinheiro, mas também as aulas e assessorias, nos dando fôlego para conseguir superar esse ano de pandemia que, infelizmente, ainda estamos vivendo."

Tatiany Flor Borges

Proprietária do Malta *Street Burger*, vencedora do Voto Popular do Prêmio Academia Assaí Bons Negócios 2020

Colaboração

Apoiamos instituições que trabalham com microempreendedorismo. Uma delas, a **Feira Preta**, maior evento de cultura e empreendedorismo negro da América Latina. Em 2020, renovamos nosso apoio à Feira, realizada em sua 19ª edição, totalmente *online*, com o tema "Existe um futuro preto!".

Preparamos uma programação especial para os(as) empreendedores(as) da área de alimentos no evento: o "*Workshop* de Precificação: Entenda o preço do seu produto!", apresentando as melhores técnicas de venda do mercado.

Apoio aos(às) micro e pequenos(as) empreendedores(as)

Além da Feira Preta, também apoiamos organizações sociais financeiramente – de forma individual e separada da atuação da Academia Assaí. São sete iniciativas de instituições e organizações sociais que atuam com o fomento e a capacitação de micro e pequenos(as) empreendedores(as) em Minas Gerais, Rio de Janeiro, São Paulo, Pará e Bahia.

Fundos emergenciais

Em 2020, o Assaí apoiou dois fundos emergenciais, voltados a oferecer crédito para suporte a micro e pequenos(as) empreendedores(as) na superação dos desafios da crise gerada pela pandemia, o **Fundo Periferia Empreendedora**, operacionalizado pela Firgun e EmpreendeAí e co-gerido pelo *Impact Hub*, e o **Fundo Emergências Econômicas**, da Coalizão Éditodos, criada por diversas organizações que apoiam o empreendedorismo negro e da periferia. O valor aportado por meio da Academia Assaí Bons Negócios foi destinado para empreendedores(as) do setor de alimentos.

Encontro virtual durante a Feira Preta *online*

Em 2020, em parceria com a **Vale do Dendê**, centro de inovação para as periferias de Salvador, lançamos, pelo segundo ano consecutivo, o programa de aceleração para apoiar pequenos negócios alimentícios de base periférica a alavancarem seu potencial de gestão e a sustentabilidade do negócio.

Foram 47 inscritos(as) e 28 pré-selecionados(as) que participaram de uma imersão de oito horas de aprendizado e apresentaram seus empreendimentos para, então, escolhermos os dez que seriam acelerados(as).

O Programa priorizou o público de afroempreendedoras e diversidade em geral, considerando raça e gênero, e que estivesse alinhado aos temas de inovação, com novos produtos, processos ou serviços, além de autenticidade e legitimidade.

Os(as) selecionados(as) receberam consultoria e mentoria com foco em inovação e tecnologia e suporte tecnológico da Qintess, uma das principais fornecedoras de soluções de tecnologia do Brasil, aprimorando seus conhecimentos em marketing, gestão e redes sociais, entre outras áreas vitais para o setor.

ATITUDES TRANSFORMADORAS

AGENDA SOLIDÁRIA

Temos um calendário de campanhas de solidariedade, com ações de arrecadação em nossas lojas junto aos(às) clientes, colaboradores(as) e fornecedores(as), que beneficiam mais de 350 instituições sociais parceiras do Instituto GPA.

Em 2020, frente ao desafiador cenário da Covid-19, focamos os esforços das campanhas de solidariedade em arrecadações para a doação às instituições como apoio ao enfrentamento da pandemia.

Promovemos a doação de alimentos e produtos de higiene e limpeza para apoiar famílias de todo o Brasil em situação de vulnerabilidade a superarem os desafios da pandemia.

Além das doações das marcas, por meio do Instituto GPA, nossas lojas também funcionaram como pontos de arrecadação de doações de clientes e conexão com organizações sociais. Também foi possível doar via *e-commerce* (**https://www.paodeacucar.com/**) e pelos aplicativos Pão de Açúcar Mais e Clube Extra, por meio da troca de pontos Stix.

Ao todo, foram mais de 5,9 mil toneladas de alimentos e produtos de higiene e limpeza doados para mais de 640 mil famílias beneficiadas por essa rede de solidariedade.

"A Voz das Comunidades se uniu com o Coletivo Papo Reto e o Mulheres no Alemão em ação para criar o Gabinete de Crise para que os(as) moradores(as) do Complexo do Alemão fossem beneficiados(as) com doações de cestas básicas, de alimentos não perecíveis em geral, durante esse momento de pandemia que a gente está vivendo."

Renê Silva
Representante da Instituição Voz das Comunidades, apoiada pelo Extra, por meio do Instituto GPA

NATAL SOLIDÁRIO

Em dezembro, aprimoramos o Dia de Solidariedade, realizado desde 2013, e fizemos um mês inteiro de arrecadações em nossas lojas e drogarias, o Natal Solidário.

Além da doação de alimentos e produtos diversos fisicamente, os(as) clientes podiam também fazer doações via ***Picpay*** ou trocar seus pontos Stix nos ***apps*** Pão de Açúcar Mais e Clube Extra por doações.

Nos três primeiros sábados de dezembro, contamos com a participação de alguns(algumas) voluntários(as) das instituições em loja, atendendo a todos os protocolos sanitários, para incentivar a doação.

Ao todo, foram arrecadadas 993 toneladas de alimentos, doadas para mais de 170 instituições parceiras em todo o Brasil.

Acesse o site para conhecer todas as instituições apoiadas e assista a nossa série de vídeos que mostram as campanhas de doações ao longo do ano para enfrentamento à pandemia.

Apresentação da Orquestra
Instituto GPA

APOIO AO DESENVOLVIMENTO DE JOVENS

EDUCAÇÃO MUSICAL

Há 21 anos, em 1999, criamos o Programa de Educação Musical, que busca despertar vocações e estimular talentos musicais por meio do Curso de Música e da Orquestra Instituto GPA, que formam jovens musicistas e contribuem com a democratização do acesso à música erudita, com apresentações e encontros didáticos em escolas públicas de Ensino Fundamental e Médio, aproximando crianças, adolescentes e professores(as) ao universo da música.

Curso de Música

No Curso de Música, oferecemos aulas gratuitas de violino, viola, contrabaixo e violoncelo, para alunos(as) de dez a 18 anos sem experiência musical, por meio do Método Jaffé de Ensino Coletivo de Cordas.

Em 2020, com aulas *online* no período da pandemia, recebemos 45 novos(as) alunos(as), somando 193 participantes no ano. Desde o início do Programa, mais de 16 mil alunos(as) já participaram do Curso.

Orquestra Instituto GPA

O Programa de Música tem continuidade com a Orquestra Instituto GPA, que reúne alunos(as) que se destacam no Curso, até completarem 21 anos, aprendendo e se especializando com o maestro Daniel Misiuk e a professora e diretora artística Renata Jaffé.

A Orquestra se apresenta gratuitamente ao público. Em janeiro de 2020, foram realizadas duas apresentações presenciais e duas formações de plateia. Devido à pandemia, as apresentações ficaram pausadas durante alguns meses, voltando no final do ano com cinco apresentações em novembro e 12 apresentações em dezembro, todas *online*, transmitidas pelo *YouTube*, além de vídeos com alunos(as) tocando simultaneamente.

Além disso, foram realizadas também mais quatro formações de plateia *online* para alunos(as) de escolas públicas de Santos e Osasco e região. Ao todo, foram mais de 15 mil telespectadores(as).

"Faço o Curso de Música há dois anos no Instituto GPA, em Osasco. Todos(as) nós estamos passando por esse período atípico, que nos forçou a ficar em casa. Assim, tivemos que nos reinventar em todos os aspectos! Começamos a ter aulas online *do Curso, nas quais, no início foi bem difícil a adaptação, mas com o tempo eu consegui evoluir bem e aprender bastante coisa. Mesmo assim, não se compara com as aulas presenciais, que estou com muita saudade de frequentar. Não vejo a hora de todos(as) estarem juntos(as) tocando novamente."*

Maria Fernanda Rocha Ramos
Aluna de violino do Curso de Música do Instituto GPA

Estudantes do Programa Prosperar (foto tirada antes da pandemia)

"O GPA foi fundamental para eu conseguir me manter na GV e conseguir garantir estar ali (FGV). Eu tenho uma amiga que tem uma música que fala: "eu quero viver e, não só, sobreviver", sabe? E eu acho que é isso, não se trata mais de eu sobreviver, se trata de eu ter as possibilidades de viver! Viver o mundo para além da remuneração alta, para além dessas coisas... Só de entender que eu posso ter uma vida saudável, fazer as coisas que quero e posso, quando eu puder e quiser fazer."

Fabiana Maria Valério
Aluna do curso de Administração de Empresas na FGV e beneficiária no Prosperar

PROSPERAR

Criado em 2014, o Programa Prosperar oferece bolsas-auxílio para promover o acesso de jovens com alto potencial de desempenho ao Ensino Superior de excelência nos cursos de graduação em Administração de Empresas ou Administração Pública na Fundação Getúlio Vargas (FGV).

Além da mensalidade, as bolsas podem incluir material didático, refeições, transporte e auxílio-moradia para residentes de fora do município de São Paulo.

Em 2020, por conta da pandemia, realizamos alguns encontros *online* com os(as) alunos(as) para conversar sobre carreira e futuro.

Também subsidiamos uma turma do cursinho preparatório para o vestibular da FGV, com 30 alunos(as) por ano, apoiando o acesso às oportunidades.

43 alunos(as) selecionados(as) para bolsas-auxílio na FGV em 2020

50% negros

50% mulheres

30 alunos(as) subsidiados(as) no Cursinho Popular

24 bolsistas formados(as) desde o início do Programa, em 2014

Anexos

- **PRÊMIOS E RECONHECIMENTOS**
- **METAS**
- **INDICADORES DE DESEMPENHO**
  GPA – MULTIVAREJO, ASSAÍ E GPA CORPORAÇÃO
- **INDICADORES DE DESEMPENHO**
  GRUPO ÉXITO
- **FERRAMENTAS DE LEITURA**
  ÍNDICE DE CONTEÚDO GRI
- **MAPA DE ODS**
- **PARECER DA AUDITORIA**
- **CRÉDITOS**

Colaborador do Pão de Açúcar repõe gôndola de sucos e frutas

PRÊMIOS E RECONHECIMENTOS

6ª Edição do *Ranking* Melhores Serviços 2020
Nossos *e-commerces* e o James foram vencedores da 6ª edição do *ranking* Melhores Serviços 2020. O PãodeAçúcar.com e o ClubeExtra.com.br foram o primeiro e segundo colocados, respectivamente, na categoria Super e Hipermercados – Lojas *Online* e o James ficou com a primeira posição na categoria *App* de Entregas. O *ranking*, realizado pelo Estadão em parceria com a *Blend New Research*, empresa de pesquisa de mercado, indica as três melhores marcas de acordo com os pilares de satisfação, performance e eficiência.

100 *Open Corps* 2020
Fomos líderes em inovação aberta no varejo pelo ranking 100 *Open Corps* 2020. A premiação, promovida pela 100 *Open Startups*, reconheceu as organizações que mais investem em inovação aberta no Brasil. O GPA se destacou como uma das 100 empresas e foi líder na vertical de varejo.

BRANDZ
O Assaí Atacadista apareceu pela primeira vez no *ranking* das 25 marcas mais valiosas do Brasil no *ranking* Brandz, alcançando a 23ª posição com um valor da marca de US$ 559 milhões.

***Brazil Wine Challenge* – Club des Sommeliers**
Cinco rótulos de Club des Sommeliers, nossa Marca Exclusiva de vinhos, foram premiados no concurso internacional *Brazil Wine Challenge*, promovido pela Associação Brasileira de Enologia e credenciado pela Organização Internacional da Uva e do Vinho. Os rótulos vencedores da medalha de ouro foram três clássicos portugueses, Douro Selection, Alentejano Reserva e Douro Reserva; e dois argentinos, Chardonnay Roble e Cabernet Sauvignon Roble. No concurso, foram mais de 774 rótulos inscritos de 16 países, selecionados em degustações às cegas pelo júri.

Empresas Mais – Estadão
O Assai aparece em três categorias: Empresas mais Eficientes da categoria Varejo (primeiro lugar); Empresa de Maior Destaque Econômico (segundo lugar); e Destaque da Região Sudeste (segundo lugar). O índice é resultado do cruzamento de informações relativas ao porte e ao desempenho financeiro de cada empresa em seu respectivo setor.

Interbrand – Marcas Brasileiras Mais Valiosas – Assaí
O Assaí Atacadista ficou entre as 25 Marcas Brasileiras Mais Valiosas de 2020. A 20ª edição do *ranking* da Interbrand, consultoria global de marcas. Foi a terceira vez consecutiva que a bandeira de atacado figurou na listagem e, em 2020, a rede ocupou a 19ª posição e com a avaliação da marca em 580 milhões.

Marcas de Confiança – Extra
O Extra foi o vencedor da 19ª edição do Prêmio Marcas de Confiança 2020 na categoria Supermercado/Hipermercado. A premiação, realizada pela Revista Seleções, adota como critério a pesquisa, em parceria com o Instituto Datafolha, com a população brasileira para determinar as marcas mais confiáveis no País. A bandeira ganhou o prêmio *Platinum* por ser considerada a marca de confiança nessa categoria há 13 anos.

Melhores do Agronegócio – Revista Globo Rural
Fomos vencedores do Prêmio Melhores do Agronegócio na categoria Atacado e Varejo pela 11ª vez. A premiação, promovida pela Revista Globo Rural em parceria com a Serasa Experian, reconheceu empresas de 21 setores que se destacaram em 2020, com base nos dados contábeis e também nas iniciativas de responsabilidade socioambiental.

Melhores e Maiores – Revista Exame – Assaí
O Assaí Atacadista foi o vencedor da categoria Empresa mais Admirada do Ano no Prêmio Melhores e Maiores, realizado pela revista Exame. A premiação é um dos mais respeitados *rankings* de negócios no Brasil e a categoria, lançada em 2020, foi escolhida pelo voto popular, em uma lista com mais de 1.500 companhias e recebeu mais de 64.000 votos no total.

Pesquisa do Datafolha – Mini Extra
O Mini Extra foi a marca mais lembrada no segmento de minimercado em pesquisa do Datafolha, realizada em julho. Os(as) consumidores(as) apontaram as marcas mais presentes na nova realidade de hábitos e consumo em mais de 20 categorias.

Prêmio BBM Logística 2020
Fomos reconhecidos pelo Prêmio BBM Logística 2020 com o terceiro lugar na categoria Melhoria Operacional. O Modelo Multivarejo de Excelência Operacional (MMEO) foi destacado entre 400 projetos inscritos no total e nessa categoria, os projetos promovem melhoria nas operações logísticas em transformação cultural, eliminação de desperdícios, redução de custos, otimizações, entre outros.

Prêmio *Benchmark* em CSC 2020
Nossa área de Serviços Compartilhados ficou em primeiro lugar na categoria *Benchmark* em CSC. A premiação, realizada pelo Instituto de Engenharia de Gestão (IEG), analisa a produtividade e o nível de serviços de CSC das principais empresas do País.

Prêmio Destaque Gestão de Pessoas 2020 – ABTD
Fomos vencedores do Prêmio Destaque Gestão de Pessoas 2020 da Associação Brasileira de Treinamento e Desenvolvimento (ABTD) com o case da Universidade em Casa. A premiação reconheceu as empresas que se destacaram na gestão de pessoas neste ano, e fazem a diferença no mercado.

Prêmio Ebit Nielsen 2020 – Clube Extra
O ClubeExtra.com.br foi eleito o favorito dos(as) clientes na categoria Alimentos e Bebidas no Prêmio Ebit Nielsen 2020. A votação foi realizada de maneira popular.

Prêmio Excelência Empresarial do Fórum *Out & Equal* LGBTQI+ Brasil 2020
Fomos vencedores do Prêmio Excelência Empresarial do Fórum *Out & Equal* LGBTQI+ Brasil 2020. A organização *Out & Equal* trabalha exclusivamente com a equidade LGBTQI+ no ambiente de trabalho e por meio dos Prêmios de Excelência reconhece empresas, indivíduos, e grupos de afinidade que fizeram um progresso significativo na defesa da diversidade e inclusão de pessoas LGBTQI+ no ambiente de trabalho.

Prêmio iBest 2020 – Pão de Açúcar
Fomos vencedores do Prêmio iBest 2020 na categoria Supermercados com a bandeira Pão de Açúcar. A premiação destacou as melhores iniciativas considerando a presença unificada nas diversas plataformas que compõem o universo digital, como sites, aplicativos e redes sociais. A rede foi escolhida pelos membros da academia especializada do prêmio como a melhor marca de supermercados digital do Brasil.

Prêmio O Melhor de São Paulo 2020
Três de nossas marcas foram vencedoras do prêmio "O Melhor de São Paulo 2020". O Pão de Açúcar foi o destaque, pelo segundo ano consecutivo, entre os supermercados *online*; o Mini Extra ganhou na categoria Minimercado pela terceira vez seguida; e o Assaí foi o vitorioso, pela quinta vez consecutiva, entre os atacadistas. A premiação é realizada pelo instituto de pesquisa Datafolha e reconheceu as marcas mais lembradas pelos(as) paulistanos(as) em 43 categorias de serviços.

Prêmio Reclame Aqui 2020

Fomos vencedores em duas categorias do Prêmio Reclame Aqui 2020. O Clube Extra foi o destaque na categoria Clube de Compras e o Assaí ganhou em Supermercados e Atacados pelo segundo ano consecutivo. A premiação, realizada por meio de votação popular, reconhece as empresas que promovem um atendimento de qualidade para seus(uas) clientes.

Prêmio Respeito – Empresas que Mais Respeitam o Consumidor 2020

Fomos vencedores do Prêmio Respeito - Empresas que Mais Respeitam o Consumidor 2020. Fomos reconhecidos na categoria Super e Hipermercado, e também na de Atacado, com o Assaí. O estudo trouxe as empresas que se destacaram no ano pela relação de confiança com os(as) seus(suas) consumidores(as), mostrando empatia e sintonia com as suas demandas. A pesquisa, conduzida pelo Centro de Inteligência Padrão (CIP) do Grupo Padrão, pela SKS CX e pelo *Opinion Box*, foi realizada com base nas percepções dos(as) consumidores(as) em relação às empresas com as quais mantiveram contato nos meses anteriores ao estudo.

***Ranking* 2020 IBEVAR-FIA**

O Assaí foi a marca vencedora na categoria Atacado no *Ranking* de Imagem do Instituto Brasileiro de Executivos de Varejo e Mercado de Consumo (IBEVAR). A pesquisa analisa as maiores empresas do varejo nacional em três dimensões – imagem, faturamento e eficiência. O ranking de imagem engloba as empresas mais admiradas pelos(as) consumidores(as), apontadas a partir de levantamento nas redes sociais.

***Top of Mind* – Extra**

O Extra foi a marca mais lembrada pelos(as) consumidores(as) na categoria Supermercados e Hipermercados no Prêmio *Top of Mind* do jornal Folha de São Paulo. A bandeira foi a vencedora nessa categoria em todas as edições da premiação. Em 2020, foram reconhecidas 78 categorias de produtos e serviços mais citados por 7.584 consumidores(as) brasileiros(as).

***Top of Mind* – Pão de Açúcar**

O Pão de Açúcar foi eleito *Top of Mind* na categoria Alimentos e Bebidas, em pesquisa realizada pelo Ebit, da Nielsen. Foram reconhecidas as marcas mais lembradas em diferentes segmentos de *e-commerce* no terceiro trimestre de 2020.

XX Prêmio ABT

O Assaí Atacadista foi premiado na categoria Campanhas de Comunicação do Prêmio ABT, a maior premiação em relacionamento com o cliente do Brasil, com a campanha de resposta à Covid-19 - Orgulho de trabalhar por você e Cuidando de um, cuidamos de todos (Classificação - Bronze).

METAS

EIXOS ESTRATÉGICOS	TEMAS MATERIAIS	METAS	Data de atingimento
GESTÃO DO IMPACTO AMBIENTAL Saiba mais nos capítulos das páginas 3, 11, 46, 54 e 84.	Combate às mudanças climáticas	Redução de 30% das emissões de Escopo 1 e 2 (ano base 2015)	2025
		94% do consumo de energia das lojas Extra Hiper, Mercado Extra, Pão de Açúcar e Compre Bem com matriz elétrica oriunda do Mercado Livre	2024
	Combate ao desperdício de alimentos	Participação de 100% das lojas Extra Hiper, Mercado Extra, Pão de Açúcar e Compre Bem no Programa Parceria Contra o Desperdício	2023
		Redução de 20% das emissões de GEE relacionadas a geração de resíduos (ano base 2015)	2025
CONSUMO E OFERTA CONSCIENTE Saiba mais nos capítulos das páginas 3, 11, 46, 54 e 84.	Oferta de produtos saudáveis, sustentáveis e seguros	Definição da estratégia de redução de embalagens para Marcas Exclusivas	2021
VALORIZAÇÃO DA NOSSA GENTE Saiba mais nos capítulos das páginas 3, 46 e 97.	Bom ambiente de trabalho com oportunidades de desenvolvimento	37,4% de mulheres em cargos de liderança (gerência e acima)	2021
		Lançamento do Programa de Desenvolvimento para Liderança Negra	2021
	Diversidade, inclusão e combate à discriminação	100% das denúncias de discriminação tratadas e concluídas	Todos os anos
		100% dos(as) fornecedores(as) prestadores(as) de serviços treinados(as) em Diversidade	Todos os anos

EIXOS ESTRATÉGICOS	TEMAS MATERIAIS	METAS	Data de atingimento
TRANSFORMAÇÃO NA CADEIA DE VALOR Saiba mais nos capítulos das páginas 3, 11, 46 e 54.	Desenvolvimento de práticas sustentáveis na cadeia de fornecimento garantindo respeito ao meio ambiente e ao bem-estar animal	100% dos ovos de Marcas Exclusivas vendidos provenientes de criação de galinhas livres de gaiolas	2025
		100% dos ovos vendidos no Extra, Pão de Açúcar e Compre Bem provenientes de criação de galinhas livres de gaiolas	2028
		100% da carne suína disponibilizada em nossas lojas Pão de Açúcar, Extra e Compre Bem proveniente de fornecedores(as) que contemplam o bem-estar animal	2028
		100% dos(as) fornecedores(as) de carne bovina do Pão de Açúcar comprometidos(as) publicamente com a Política referente ao bem-estar animal	2025
		100% dos produtos de frangos de corte de Marcas Exclusivas atendendo às tendências globais de bem-estar animal	2028
		100% do óleo de palma com origem identificada nos produtos de Marcas Exclusivas	2021
		100% do óleo de palma de origem internacional certificada nos produtos de Marcas Exclusivas	2021
	Promoção dos Direitos Humanos e atendimento à regulamentações trabalhistas na cadeia de fornecimento	100% das fábricas internacionais auditadas na metodologia ICS	Todos os anos
		100% das fábricas têxteis auditadas pela ABVTEX	Todos os anos
		100% das fábricas de Marcas Exclusivas auditadas na metodologia ICS	2022
ENGAJAMENTO COM A SOCIEDADE Saiba mais nos capítulos das páginas 3, 11, 46, 54, 84, 97 e 131.	Relacionamento com a sociedade	Arrecadação de 6.224 toneladas de alimentos na Agenda Solidária	2021
		3.000 beneficiados(as) na Academia Assaí Bons Negócios	2021
GESTÃO INTEGRADA E TRANSPARÊNCIA Saiba mais nos capítulos das páginas 3, 11, 46, 54 e 84.	Segurança da informação e privacidade	100% dos(as) colaboradores(as) treinados(as) em Segurança da Informação e Privacidade	Todos os anos

INDICADORES DE DESEMPENHO

GPA — MULTIVAREJO, ASSAÍ E GPA CORPORAÇÃO

Esses indicadores seguem as premissas da Metodologia Casino.

INDICADOR	Indicador Auditado	UNIDADE	GPA			Multivarejo			Assaí			GPA CORPORAÇÃO		
			2018	2019	2020	2018	2019[1]	2020[2]	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Área de venda das unidades próprias[3]	X	m²	1.632.754	1.682.839	1.714.241	1.170.377	1.140.665	1.071.007	462.377	542.174	643.234	-	-	-
NOSSA GENTE[4]		**UNIDADE**	**GPA**			**Multivarejo**			**Assaí**			**GPA Corporação**		
Headcount em 31/12/N - Ativos(as) e afastados(as)	X	Número	102.562	109.613	104.816	64.981	65.330	55.750	36.703	43.391	48.885	878	892	181
Headcount do gênero feminino em 31/12/N	X	Número	52.163	55.766	53.093	34.301	34.622	29.564	17.359	20.607	23.417	503	537	112
Headcount do gênero masculino em 31/12/N	X	Número	50.399	53.847	51.723	30.680	30.708	26.186	19.344	22.784	25.468	375	355	69
Headcount com idade < 30 anos em 31/12/N	0	Número	45.140	48.013	44.850	27.154	27.252	21.861	17.728	20.509	22.953	258	252	36
Headcount com idade entre 30 e 50 anos em 31/12/N	0	Número	48.975	52.788	51.919	31.427	31.787	28.331	16.982	20.413	23.456	566	588	132
Headcount com idade > 50 anos em 31/12/N	0	Número	8.441	8.812	8.047	6.400	6.291	5.558	1.993	2.469	2.476	48	52	13
Headcount em tempo integral	X	%	91	89	91	88	85	87	96	96	96	99	99	100
Headcount por raça/etnia — Negros + Negras[5]	X	Número	37.307	45.731	54.392	28.172	30.826	27.331	8.907	14.670	27.031	228	235	30
Headcount por raça/etnia — Brancos + Brancas	X	Número	18.132	22.916	27.379	15.414	17.149	15.654	2.347	5.313	11.605	371	454	120
Headcount por raça/etnia — Outras etnias	X	Número	47.123	40.966	23.045	21.395	17.355	12.765	25.449	23.408	10.249	279	203	31
Headcount por raça/etnia — Negros + Negras	X	%	36	42	52	43	47	49	24	34	55	26	26	17
Headcount por raça/etnia — Brancos + Brancas	X	%	18	21	26	24	26	28	6	12	24	42	51	66
Headcount por raça/etnia — Outras	X	%	46	37	22	33	27	23	69	54	21	32	23	17

[1] Os dados do Multivarejo passaram a incluir informações da bandeira Compre Bem a partir de 2019.
[2] Os dados do Multivarejo de 2020 passam a incluir informações do GPA Malls e Compre Bem.
[3] Com a aplicação da metodologia Casino.
[4] Os dados do eixo "Nossa gente" consideram as premissas da metodologia definida pelo Grupo Casino.
[5] O *headcount* considera pretos(as) e pardos(as).

INDICADOR	Indicador Auditado	UNIDADE	GPA			Multivarejo			Assaí			GPA CORPORAÇÃO		
			2018	2019	2020	2018	2019[1]	2020[2]	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Headcount em cargos de gerência e acima em 31/12/N	X	Número	1.546	1.567	1.547	1.212	1.179	1.168	258	306	343	76	82	36
Sendo negros e negras	X	%	37	36	37	39	37	37	33	36	41	14	13	8
Sendo mulheres	X	%	33	33	33	35	36	36	20	21	23	34	39	50
Sendo mulheres negras	X	%	12	12	12	15	14	14	3	5	7	4	5	3
Headcount na Alta Administração em 31/12/N	0	Número	78	86	80	40	43	44	20	23	24	18	20	12
Sendo negros e negras	0	%	6	2	6	8	2	7	10	9	8	0	0	0
Sendo mulheres	0	%	15	22	21	15	12	11	20	30	29	28	35	42
Sendo mulheres negras	0	%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total de colaboradores(as) com deficiência na empresa em 31/12/N	X	Número	3.719	4.457	4.767	1.723	2.130	2.192	1.944	2.308	2.574	52	19	1
Colaboradores(as) com deficiência	X	%	3,6	4,1	4,5	2,7	3,3	3,9	5,3	5,3	5,3	5,9	2,1	0,6
Número de aprendizes em 31/12/N	X	Número	3.666	3.978	2.957	2.635	2.615	1.457	1.018	1.356	1.500	13	7	-
Turnover	0	%	32,8	28,4	31,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Turnover voluntário	0	%	11,1	11,7	10,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Saúde e Segurança Ocupacional														
Número de acidentes de trabalho com licença superior a 1 dia	X	Número	1.499	1.341	810	976	818	351	523	523	459	-	-	-
Número de dias de licença decorrente de acidente de trabalho	X	Dias	67.320	75.780	68.638	50.021	60.133	39.695	17.299	15.647	28.943	-	-	-
Número total de horas ausentes devido a acidente de trabalho, doença ordinária e doenças profissionais	X	Horas	13.314.374	10.375.909	12.340.421	7.513.411	5.521.639	5.454.423	5.765.935	4.830.819	6.883.681	35.028	23.452	2.317
Taxa de frequência dos acidentes com afastamento de, pelo menos, 1 dia — sobre o total de horas trabalhadas	X	%	6	5	3	6	5	2	6	6	4	-	-	-
Taxa de absenteísmo por acidente de trabalho ou doença	X	%	-	4	4	4	3,3	3,45	5	4,48	5,67	1	1	0,45
Taxa total de lesões registráveis (TRIR)	0	%	-	-	0,61	-	-	0,46	-	-	0,80	-	-	-
Treinamentos														
Número total de horas de treinamento de colaboradores(as)	X	Horas	1.885.720	3.120.460	1.775.202	574.469	1.041.243	285.126	1.309.116	2.070.713	1.487.394	2.135	8.504	2.682
Número de horas de treinamento por colaborador(a)	X	Horas	19	30	17	9	16	5	40	54	32	2	10	14
Valor total investido pela Companhia em treinamentos	0	BRL	20.270.707,07	27.372.441	27.185.247	8.333.100	9.481.085	8.529.408	11.377.233,87	17.167.624,78	17.953.139,15	560.373	723.732	702.699,11
Valor médio gasto em treinamentos por colaborador(a) em tempo integral	0	BRL	202,84	256	264	132	150	157	314,51	401,3	372,18	805	1.032	3.882
Taxa de aderência aos treinamentos de diversidade e direitos humanos	X	%	-	-	-	-	-	93	-	-	-	-	-	52

INDICADOR	Indicador Auditado	UNIDADE	GPA			Multivarejo			Assaí			GPA CORPORAÇÃO		
			2018	2019	2020	2018	2019[1]	2020[2]	2018	2019	2020	2018	2019	2020
NOSSOS PRODUTOS														
Número total de produtos de Marca Exclusiva	X	Número	3.113	15.822	15.120	3.081	15.772	15.069	32	50	51	-	-	-
Número de produtos orgânicos — (Marcas Exclusivas e Outras Marcas)	X	Número	1.532	1.737	1.859	1.510	1.629	1.746	22	108	113	-	-	-
Faturamento de venda de ovos de categorias *cage free* em relação ao total de ovos de Marca Exclusiva	X	%	-	-	-	20	25	31	-	-	-	-	-	-
Faturamento de venda de ovos categorias *cage free* em relação ao total de ovos de outras marcas	0	%	-	-	-	27	30	27	-	-	2	-	-	-
Fornecedores(as) de carne bovina engajados(as) a respeito dos requerimentos de compromisso do GPA	X	%	-	-	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Auditorias sociais em fábricas de fornecedores(as) localizadas em países de risco[6]	X	Número	182	173	276	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Auditorias sociais em fábricas de fornecedores(as) localizadas em países de risco, realizadas pelo *Casino Global Sourcing* (CGS)	0	Número	-	89	80	-	-	-	-	-	-	-	-	-
GESTÃO DO IMPACTO AMBIENTAL														
Fontes energéticas														
Total da energia consumida	X	MWh	1.173.384	1.116.103	1.138.171	872.001	776.095	740.521	294.948	332.946	392.160	6.435	7.062	5.490
Consumo de energia/m² — lojas	X	KWh/m²	693	697	664	727	734	691	638	627	610	-	-	-
Consumo de energia de outras fontes renováveis (Mercado livre)	X	MWh	564.490	553.206	632.438	539.058	509.646	516.168	19.821	37.614	111.428	5.611	5.947	4.842
Proporção de outras fontes renováveis (Mercado Livre)	X	%	48	50	56	62	66	70	7	11	28	87	84	88
Consumo de gás natural	0	MWh PCI	17.355	20.026	21.524	17.101	19.698	21.160	215	328	364	39	-	-
Consumo de Gás Liquefeito de Petróleo (GLP)	0	MWh PCI	42.293	54.848	45.192	29.799	40.231	28.737	12.494	14.617	16.455	-	-	-

[6] Valor reportado em GPA Consolidado já contempla auditorias realizadas em MV Assaí (auditorias internacionais e nacionais realizadas pelo GPA).

INDICADOR	Indicador Auditado	UNIDADE	GPA			Multivarejo			Assaí			GPA CORPORAÇÃO		
			2018	2019	2020	2018	2019[1]	2020[2]	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Consumo de óleo diesel	X	Litros (L)	5.926.702	8.766.950	8.102.736	1.402.140	2.026.162	1.155.185	4.522.011	6.737.788	6.944.551	2.551	3.000	3.000
Fluidos refrigerantes - frio alimentar														
R404A	X	Kg	9.470	19.047	18.686	8.526	15.830	15.494	944	3.216	3.191	-	-	-
R134A	X	Kg	1.187	2.547	4.533	260	532	1.410	927	2.015	3.123	-	-	-
R22	X	Kg	150.329	203.064	228.272	119.774	166.235	192.818	30.555	36.829	35.454	-	-	-
R410A	X	Kg	-	918	656	-	11	360	-	907	295	-	-	-
R449A	X	Kg	-	5.220	6.492	-	5.220	6.492	-	0	0	-	-	-
Outros fluidos	X	Kg	3.848	3.239	5.035	1.717	3.117	4.916	2.131	122	119	-	-	-
Fluidos refrigerantes - ar condicionado														
R404A	X	Kg	237	342	261	182	87	182	55	255	55	-	-	25
R134A	X	Kg	1.703	437	1.528	1.050	179	1.050	476	258	476	176	136	2
R22	X	Kg	11.991	6.795	11.991	10.752	6.360	10.752	722	435	722	517	544	517
R410A	X	Kg	3.528	2.063	3.483	2.656	827	2.678	804	1.236	804	68	91	-
Outros fluidos	X	Kg	565	325	1.587	367	132	1.389	198	193	198	-	136	-
Resíduos da operação														
Papelão (reciclagem)	X	Toneladas	48.050	43.789	56.946	28.468	19.200	23.979	19.538	24.551	32.907	44	38	60
Plástico (reciclagem)	X	Toneladas	6.434	5.673	6.874	3.123	1.541	1.995	3.305	4.127	4.865	6	6	14
Sucatas e Metais (reciclagem)	X	Toneladas	111	151	567	1	-	0	110	151	567	-	-	-
Resíduos orgânicos (compostagem)	X	Toneladas	3.375	2.789	3.430	2.862	1.889	2.328	513	900	1.102	-	-	-
Outros para reciclagem	X	Toneladas	65	18	578	5	18	204	60	0	375	-	-	-
Rejeitos (aterro)	X	Toneladas	162.648	121.769	140.306	117.543	67.702	77.949	44.909	53.905	62.245	196	163	113
Resíduos reciclados e /ou compostados	X	%	26	30	33	23	25	27	34	36	39	20	21	40
Resíduos perigosos da operação														
Total de resíduos perigosos da operação	0	Toneladas	-	-	2	-	-	2,1	-	-	-	-	-	-
Resíduos de clientes														
Resíduos de clientes (coletados nos pontos de entrega voluntária nas lojas)	0	Toneladas	6.547	6.733	3.998	5.615	5.862	3.536	932	871	462	-	-	-

[7] Os dados ambientais do Assaí contemplam o escritório administrativo quando aplicável.

INDICADOR	Indicador Auditado	UNIDADE	GPA			Multivarejo			Assaí			GPA CORPORAÇÃO		
			2018	2019	2020	2018	2019[1]	2020[2]	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Água														
Total de água potável do sistema	X	m^3	2.476.628	2.275.038	1.933.271	1.718.741	1.478.172	999.403	735.744	770.112	912.036	22.143	26.754	21.832
Consumo de água por m^3/m^2 loja	0	m^3/m^2	2,0	2,4	2,1	2,21	2,3	2,0	2	2,3	2,2	-	-	-
Emissões de Gases Efeito Estufa (GEE)														
Emissões em carbono - Escopo 01	0	ton Co^2	376.048	600.326	612.378	286.009	481.211	500.278	89.684	119.083	111.067	354	33	1.033
Emissões em carbono - Escopo 02	0	ton Co^2	89.040	96.437	82.258	63.741	64.646	51.153	24.828	30.289	30.869	471	502	236
Emissões em carbono - Escopo 03	0	ton Co^2	188.526	181.582	162.692	135.173	125.420	101.397	53.201	52.935	60.622	152	3.228	674
ENGAJAMENTO DA SOCIEDADE														
Lojas que realizaram doação de alimentos ao menos 1x no ano	X	Número	337	512	519	247	412	419	90	100	100	-	-	-
Beneficiários(as) das ações das fundações ou das parcerias solidárias	0	Número	-	6.326	2.517	-	4.631	2.341	-	1.695	176	-	-	-
Doações de alimentos (Programa Parceria contra o Desperdício)	0	toneladas	3.341	4.303	5.751	2.074	2.901	3.601	1.267	1.402	2.150	-	-	-
Total de doações em dinheiro por meio de parcerias culturais e esportivas	0	BRL	-	5.623.745	8.897.240	-	1.200.000	3.150.000	-	4.423.745	5.747.239	-	-	-
Investimento por meio das leis de incentivo	0	BRL	1.971.556	1.200.000	7.199.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Patrocínios	0	BRL	-	-	13.119.699	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Contribuições a Associações de Classe	0	BRL	-	-	1.200.407	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ISC (Índice de Satisfação de Clientes)	0	%	-	-	-	-	-	71,3	-	-	-	-	-	-

INDICADORES DE DESEMPENHO
GRUPO ÉXITO

Esses indicadores seguem as premissas da Metodologia Casino.

INDICADOR	UNIDADE	2018	2019	2020
Área de venda de unidades próprias	m^2	839.552	853.464	834.751
NOSSA GENTE				
Headcount em 31/12/N - Ativos(as) e afastados(as)	Número	37.206	36.237	34.374
Headcount do gênero feminino em 31/12/N	Número	18.405	17.967	17.046
Headcount do gênero masculino em 31/12/N	Número	18.801	18.270	173.28
Headcount com idade < 30 anos em 31/12/N	Número	15.660	14.998	13.606
Headcount com idade entre 30 e 50 anos em 31/12/N	Número	18.280	17.898	17.550
Headcount com idade > 50 anos em 31/12/N	Número	3.266	3.341	3.218
Headcount em tempo integral	%	90	89	92
Headcount por raça/etnia – Negros + Negras	Número	-	-	-
Headcount por raça/etnia – Brancos + Brancas	Número	-	-	-
Headcount por raça/etnia – Outras etnias	Número	-	-	-
Headcount por raça/etnia – Negros + Negras	%	-	-	-
Headcount por raça/etnia – Brancos + Brancas	%	-	-	-
Headcount por raça/etnia – Outras	%	-	-	-
Headcount em cargos de gerência e acima em 31/12/N	Número	707	699	642
Sendo negras e negros	%	-	-	-
Sendo mulheres	%	32	32	32
Sendo mulheres negras	%	-	-	-
Headcount na alta administração em 31/12/N	Número	33	29	26
Sendo negras e negros	%	-	-	-
Sendo mulheres	%	27	31	31
Sendo mulheres negras	%	-	-	-
Total de colaboradores(as) com deficiência na empresa em 31/12/N	Número	408	398	409

INDICADOR	UNIDADE	2018	2019	2020
Colaboradores(as) com deficiência	%	1	1	1
Aprendizes em 31/12/N	Número	2.111	1.916	1.901
Saúde e Segurança Ocupacional				
Acidentes de trabalho com licença superior a 1 dia	Número	2.034	1.552	1.289
Dias de licença decorrente de acidente de trabalho	Dias	15.716	12.901	11.102
Total de horas ausentes devido a acidente de trabalho, doença ordinária e doenças profissionais	Horas	1.231.786	1.009.943	84.564
Horas reais trabalhadas	Horas	-	-	-
Taxa de frequência dos acidentes com afastamento de, pelo menos, 1 dia – sobre o total de horas trabalhadas	%	20	15	13
Taxa de absenteísmo por acidente de trabalho ou doença	%	1,2	0,99	0,09
Treinamentos				
Total de horas de treinamento de colaboradores(as)	Horas	2.157.669	2.086.901	1.557.689
Horas de treinamento por colaborador(a)	Horas	57,7	57	44,2
NOSSOS PRODUTOS				
Total de produtos de Marca Exclusiva	Número	3.255	188.755	188.263
Produtos Orgânicos – (Marcas Exclusivas e Outras Marcas)	Número	194	269	418
Faturamento de venda de ovos de categorias *cage free* em relação ao total de ovos de Marca Exclusiva	%	100	100	100
Faturamento de venda de ovos categorias *cage free* em relação ao total de ovos de outras marcas	%	11	12	12
Auditorias sociais em fábricas de fornecedores(as) localizadas em países de risco	Número	3	1	8
GESTÃO DO IMPACTO AMBIENTAL				
Fontes Energéticas				
Total de energia consumida	MWh	395.252	375.136	330.628
Consumo de energia/m² — lojas	KWh/m²	471	440	396
Consumo de energia de outras fontes renováveis	MWh	3.993	458	229
Proporção de outras fontes renováveis no consumo total de energia	%	1	0	0
Consumo de gás natural	MWh PCI	70.503	27.491	21.323

INDICADOR	UNIDADE	2018	2019	2020
Consumo de Gás Liquefeito de Petróleo (GLP)	MWh PCI	189	1467	447
Consumo de óleo diesel	Litros (L)	342.345	416.998	333.890
Fluidos refrigerantes - frio alimentar				
R404A	Kg	12.774	11.541	8.720
R134A	Kg	2.054	2.168	1.396
R22	Kg	82.934	83.390	64.417
R410A	Kg	1.511	200	559
R449A	Kg	-	-	-
Outros fluidos	Kg	4.479	4.287	3.740
Fluidos refrigerantes - ar-condicionado				
R404A	Kg	66	153	10,91
R134A	Kg	547	136	531,82
R22	Kg	3.034	1.194	1229,28
R410A	Kg	1.152	1.063	966,36
Outros fluidos	Kg	45	-	-
Resíduos da Operação				
Papelão (reciclagem)	Toneladas	15.268	15.329	15.246
Plástico (reciclagem)	Toneladas	960	971	1.004
Sucatas e Metais (reciclagem)	Toneladas	1.002	1.580	899
Resíduos orgânicos (compostagem)	Toneladas	12.705	11.935	10.775
Outros para reciclagem	Toneladas	2.112	1.887	1.510
Rejeitos (aterro)	Toneladas	26.307	32.616	26.205
Resíduos reciclados e /ou compostados	%	55	49	53
Resíduos perigosos da operação				
Total de resíduos perigosos da operação	Toneladas	68	61	32
Resíduos de clientes				
Resíduos de clientes (coletados nos pontos de entrega voluntária nas lojas)	Toneladas	25	46	177

INDICADOR	UNIDADE	2018	2019	2020
Água				
Total de água potável do sistema	m^3	1.846.208	2.163.265	1.984.987
Consumo de água por m^3/m^2 loja	m^3/m^2	2.255,48	2.594	2.529,3
Emissões de Gases Efeito Estufa (GEE)				
Emissões de carbono - Escopo 01	ton Co^2	237.170,822	43.762,321	191.167,765
Emissões de carbono - Escopo 02	ton Co^2	246.258,656	69.281,04	76.152,606
Emissões de carbono - Escopo 03	ton Co^2	-	-	-
ENGAJAMENTO DA SOCIEDADE				
Beneficiários(as) das ações das fundações ou das parcerias solidárias	Número	63.487	64.602	129.920

Ferramentas de leitura

ÍNDICE DE CONTEÚDO GRI

102-55

Disclosures Gerais		
Perfil Organizacional		
GRI *Standard*	**Descrição**	**Página/URL**
102-1	Nome da organização	11
102-2	Principais atividades, marcas, produtos e/ou serviços	18 e 21
102-4	Número de países em que a organização opera	15
102-6	Mercados atendidos	15, 16, 17 e 18
102-7	Porte da organização	16, 17 e 33
102-8	Perfil de empregados e outros trabalhadores	99
102-9	Descrição da cadeia de fornecedores da Companhia	54
102-11	Explicação de se e como a organização aplica o princípio de precaução	35, 36 e 37
102-12	Cartas, princípios ou outras iniciativas desenvolvidas externamente de caráter econômico, ambiental e social, que a organização subscreve ou endossa	51
102-13	Principais participações em associações e/ou organismos nacionais/internacionais de defesa	65, 69 e 98
Governança		
102-22	Composição do mais alto órgão de governança e dos seus comitês	34
102-23	Presidente do mais alto órgão de governança	34
102-26	Papel do mais alto órgão de governança e executivos no desenvolvimento, aprovação e atualização do propósito, declaração de missão, visão e valores, e definição de estratégias, políticas e metas relacionadas a tópicos econômicos, ambientais e sociais da organização	8

GRI *Standard*	Descrição	Página/URL
Engajamento de *Stakeholder*		
102-40	Lista de *stakeholders* engajados pela organização	47
102-42	Identificação e seleção de *stakeholders*	47
102-43	Abordagem para engajamento de *stakeholders*	47
102-44	Principais tópicos levantados durante o engajamento de *stakeholders* e medidas adotadas pela Companhia para abordá-los	11
Práticas de Reporte		
102-46	Processo para definição do conteúdo e limite do relatório	5
102-47	Lista de aspectos materiais identificados no processo de definição do conteúdo	47
102-50	Período coberto pelo relatório	4
102-51	Data do relatório anterior mais recente	2019
102-52	Ciclo de emissão dos relatórios	4
102-53	Dados para contato sobre dúvidas em relação ao relatório	4 e 166
102-54	Premissas de relato de acordo com os *Standards* GRI	5
102-55	Sumário de Conteúdo GRI	162
102-56	Verificação externa	164

Mapa de ODS

GRI 102-56

Páginas 46 e 131

Páginas 46, 54, 84 e 131

Páginas 46 e 97

Páginas 46, 97 e 131

Páginas 46, 97 e 131

Páginas 46 e 84

Páginas 46, 54, 97 e 131

Páginas 46 e 54

Páginas 46, 97 e 131

Páginas 46, 54 e 84

Páginas 46, 54 e 84

Páginas 46 e 84

Páginas 46 e 54

Páginas 46 e 54

Páginas 46 e 97

Páginas 46, 54, 84, 97 e 131

Parecer da auditoria

GRI 102-56

KPMG Auditores Independentes
Rua Arquiteto Olavo Redig de Campos, 105, 6º andar - Torre A
04711-904 - São Paulo/SP - Brasil
Caixa Postal 79518 - CEP 04707-970 - São Paulo/SP - Brasil

Telefone +55 (11) 3940-1500
kpmg.com.br

KPMG

Relatório de asseguração limitada dos auditores independentes

Ao Conselho de Administração, Acionistas e Demais Partes Interessadas
GPA
São Paulo - SP

Introdução

Fomos contratados pela Companhia Brasileira de Distribuição ("GPA" ou "Companhia") com o objetivo de aplicar procedimentos de asseguração limitada sobre as informações de sustentabilidade divulgadas no Relatório Anual e de Sustentabilidade 2020 do GPA ("Relatório") acompanhadas a este relatório, relativas ao exercício findo em 31 de dezembro de 2020.

Responsabilidades da administração do GPA

A administração do GPA é responsável pela elaboração e apresentação de forma adequada das informações de sustentabilidade divulgadas no Relatório Anual e de Sustentabilidade 2020 de acordo com a metodologia do Grupo Casino e com os controles internos que ela determinou como necessários para permitir a elaboração dessas informações livres de distorção relevante, independentemente se causada por fraude ou erro.

Responsabilidade dos auditores independentes

Nossa responsabilidade é expressar conclusão sobre as informações divulgadas no Relatório, com base no trabalho de asseguração limitada conduzido de acordo com o Comunicado Técnico (CT) 07/2012, aprovado pelo Conselho Federal de Contabilidade e elaborado tomando por base a NBC TO 3000 (Trabalhos de Asseguração Diferente de Auditoria e Revisão), emitida pelo Conselho Federal de Contabilidade - CFC, que é equivalente à norma internacional ISAE 3000, emitida pela Federação Internacional de Contadores, aplicáveis às informações não financeiras históricas. Essas normas requerem o cumprimento de exigências éticas, incluindo requisitos de independência e que o trabalho seja executado com o objetivo de obter segurança limitada de que as informações divulgadas no Relatório, tomadas em conjunto, estão livres de distorções relevantes.

Um trabalho de asseguração limitada conduzido de acordo com a NBC TO 3000 (ISAE 3000) consiste principalmente de indagações à administração do GPA e outros profissionais da Companhia que estão envolvidos na elaboração das informações constantes no Relatório, assim como pela aplicação de procedimentos analíticos para obter evidências que nos possibilitem concluir na forma de asseguração limitada sobre as informações tomadas em conjunto. Um trabalho de asseguração limitada requer, também, a execução de procedimentos adicionais, quando o auditor independente toma conhecimento de assuntos que o levem a acreditar que as informações divulgadas no Relatório, tomadas em conjunto, podem apresentar distorções relevantes.

Os procedimentos selecionados basearam-se na nossa compreensão dos aspectos relativos à compilação, materialidade e apresentação das informações constantes no Relatório e de outras circunstâncias do trabalho e da nossa consideração sobre áreas e sobre os processos associados às informações materiais de sustentabilidade divulgadas no Relatório, em que distorções relevantes poderiam existir. Os procedimentos compreenderam:

(a) planejamento dos trabalhos: consideração da materialidade dos aspectos para as atividades do GPA, da relevância das informações divulgadas, do volume de informações quantitativas e qualitativas e dos sistemas operacionais e de controles internos que serviram de base para a elaboração do Relatório. Esta análise definiu os indicadores a serem testados em detalhe;

(b) análise dos processos para a elaboração das informações constantes no Relatório e da sua estrutura e conteúdo, com base nos critérios definidos pelo GPA;

KPMG Financial Risk & Actuarial Services Ltda., uma sociedade simples brasileira, de responsabilidade limitada, e firma-membro da rede KPMG de firmas-membro independentes e afiliadas à KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça.

KPMG Financial Risk & Actuarial Services Ltda., a Brazilian limited liability company and a member firm of the KPMG network of independent member firms affiliated with KPMG International Cooperative ("KPMG International"), a Swiss entity.

KPMG Auditores Independentes
Rua Arquiteto Olavo Redig de Campos, 105, 6º andar - Torre A
04711-904 - São Paulo/SP - Brasil
Caixa Postal 79518 - CEP 04707-970 - São Paulo/SP - Brasil

Telefone +55 (11) 3940-1500
kpmg.com.br

KPMG

(c) verificação dos seguintes indicadores amostrados:

— Área de venda das unidades próprias;
— Nossa Gente – Headcount em 31/12/N – Ativos e Afastados;
— Headcount do gênero feminino em 31/12/N;
— Headcount do gênero masculino em 31/12/N;
— % headcounts em tempo integral;
— Headcount por raça/etnia negros + negras;
— Headcount por raça/etnia brancos + brancas;
— Headcount por raça/etnia outras etnias;
— % do heandcount por raça/etnia negros + negras;
— % do heandcount por raça/etnia brancos + brancas;
— % do heandcount por raça/etnia outras etnias;
— Headcount em cargos de gerência e acima em 31/12/N, sendo (negros e negras, mulheres, mulheres negras);
— Total de colaboradores(as) com deficiência na empresa em 31/12/N;
— % de colaboradores(as) com deficiência;
— Número de aprendizes em 31/12/N.
— Saúde e Segurança Ocupacional – Número de acidentes de trabalho com licença superior a 1 dia;
— Número de dias de licença decorrente de acidente do trabalho;
— Número total de horas ausentes devido a acidente de trabalho, doença ordinária e doenças profissionais;
— Taxa de frequência dos acidentes com afastamento de pelo menos 1 dia sobre o total de horas trabalhadas (%);
— Taxa de absenteísmo por acidente, trabalho ou doença (%);
— Treinamentos – Número total de horas de treinamento de colaboradores(as);
— Número de horas de treinamentos por colaborador(a);
— Taxa de aderência aos treinamentos de diversidade e direitos humanos;
— Nossos Produtos – Número total de produtos de Marca Exclusiva;
— Número de produtos orgânicos (Marcas Exclusivas e Outras Marcas);
— % de faturamento de venda de ovos de categorias cage free em relação ao total de ovos de Marca Exclusiva;
— % dos(as) fornecedores(as) de carne bovina engajados(as)a respeito dos requerimentos de compromisso do GPA;
— Auditorias sociais em fábricas de fornecedores(as) localizados em países de risco;
— Gestão do Impacto Ambiental – Fontes energéticas:
— Total de energia consumida;
— Consumo de energia/m² lojas;
— Consumo de energia de outras fontes (mercado livre);
— Proporção de outras fontes renováveis (mercado livre);
— Consumo de óleo diesel;
— Fluídos refrigerantes (frio alimentar): R404A, R134A, R22, R410A, R449A e Outros fluídos;
— Fluídos refrigerantes (ar condicionado): R404A, R134A, R22, R410A e Outros fluídos.
— Resíduos da operação – papelão (reciclagem);
— Plástico (reciclagem);
— Sucatas e metais (reciclagem);
— Resíduos orgânicos (compostagem);
— Outros para reciclagem;
— Rejeitos (aterro);
— % de resíduos reciclados e/ou compostados.
— Água – Total de água portável do sistema.
— Engajamento da sociedade – Número de lojas que realizam a doação de alimentos ao menos 1x no ano;

KPMG Financial Risk & Actuarial Services Ltda., uma sociedade simples brasileira, de responsabilidade limitada, e firma-membro da rede KPMG de firmas-membro independentes e afiliadas à KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça.

KPMG Financial Risk & Actuarial Services Ltda., a Brazilian limited liability company and a member firm of the KPMG network of independent member firms affiliated with KPMG International Cooperative ("KPMG International"), a Swiss entity.

KPMG Auditores Independentes
Rua Arquiteto Olavo Redig de Campos, 105, 6º andar - Torre A
04711-904 - São Paulo/SP - Brasil
Caixa Postal 79518 - CEP 04707-970 - São Paulo/SP - Brasil

Telefone +55 (11) 3940-1500
kpmg.com.br

KPMG

- entendimento da metodologia de cálculos e dos procedimentos para a compilação dos indicadores por meio de entrevistas com os gestores responsáveis pela elaboração das informações;
- aplicação de procedimentos analíticos sobre as informações quantitativas e indagações sobre as informações qualitativas e sua correlação com os indicadores divulgados no Relatório;
- análise de evidências que suportam as informações divulgadas;
- Realização de entrevistas remotamente para aplicação destes procedimentos, assim como do item (b).

Acreditamos que as informações, as evidências e os resultados obtidos em nosso trabalho são suficientes e apropriados para fundamentar nossa conclusão na forma limitada.

Alcance e limitações

Os procedimentos aplicados em um trabalho de asseguração limitada são substancialmente menos extensos do que aqueles aplicados em um trabalho de asseguração razoável. Consequentemente, não nos possibilitam obter segurança de que tomamos conhecimento de todos os assuntos que seriam identificados em um trabalho de asseguração razoável, que tem por objetivo emitir uma opinião. Caso tivéssemos executado um trabalho de asseguração razoável, poderíamos ter identificado outros assuntos e eventuais distorções que podem existir nas informações constantes no Relatório.

Os dados não financeiros estão sujeitos a mais limitações inerentes do que os dados financeiros, dada a natureza e a diversidade dos métodos utilizados para determinar, calcular ou estimar esses dados. Interpretações qualitativas de materialidade, relevância e precisão dos dados estão sujeitos a pressupostos individuais e a julgamentos. Adicionalmente, não realizamos qualquer trabalho em dados informados para os períodos anteriores, para a avaliação da adequação das suas políticas, práticas e desempenho em sustentabilidade, nem em relação a projeções futuras.

Conclusão

Com base nos procedimentos realizados, descritos neste relatório, nada chegou ao nosso conhecimento que nos leve a acreditar que as informações constantes no Relatório Anual e de Sustentabilidade 2020 do GPA, não foram compiladas, em todos os aspectos relevantes, de acordo com a metodologia do Grupo Casino e com os registros e arquivos que serviram de base para a sua preparação.

São Paulo, 10 de junho de 2021

KPMG Auditores Independentes.

KPMG Auditores Independentes.
CRC 2SP014428/O-6

Sebastian Yoshizado Soares
Contador CRC 1SP257710/O-4

KPMG Financial Risk & Actuarial Services Ltda., uma sociedade simples brasileira, de responsabilidade limitada, e firma-membro da rede KPMG de firmas-membro independentes e afiliadas à KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça.

KPMG Financial Risk & Actuarial Services Ltda., a Brazilian limited liability company and a member firm of the KPMG network of independent member firms affiliated with KPMG International Cooperative ("KPMG International"), a Swiss entity.

Créditos

GRI 102-53

COORDENAÇÃO GERAL

Diretoria de Comunicação Corporativa
Diretoria de Relações com Investidores
Diretoria de Sustentabilidade e *Compliance*

CONSULTORIA GRI, COORDENAÇÃO EDITORIAL E DESIGN

Ricca Sustentabilidade

FOTOGRAFIA

Ricardo Teles
Banco de imagens do GPA e do Instituto GPA

CONTATOS

COMUNICAÇÃO CORPORATIVA
comunicacao.corporativa@gpabr.com

RELAÇÕES COM INVESTIDORES
gpa.ri@gpabr.com

SUSTENTABILIDADE
sustentabilidade@gpabr.com

OUVIDORIA

Assaí
ouvidoria@assai.com.br • 08000 777 3377

GPA (Corporação, Multivarejo e Compre Bem):
ouvidoria@gpabr.com • 08000 55 57 11

GPA Malls:
ouvidoria@gpamalls.com • 08000 55 57 11

Grupo Éxito:
etica@grupo-exito.com • 01 8000 522 526

CASA DO CLIENTE

Assaí: 0800 773 23 22
Compre Bem: 0800 027 10 10
Extra: 0800 11 50 60
Extra *Delivery*: 4003 7266
Marcas Exclusivas Qualitá e Taeq: 0800 15 21 34
Pão de Açúcar: 0800 773 27
Pão de Açúcar *Delivery*: 3055 6767 (São Paulo Capital e região metropolitana) 4004 6070 (demais localidades)

SITES E REDES SOCIAIS

Assaí
Site: www.assai.com.br
Facebook: /assaiatacadistaoficial
Instagram: @assaiatacadistaoficial
Twitter: @assaioficial
LinkedIn: @assaiatacadista

Casino
Site: www.groupe-casino.fr/en/
Facebook: /brasilcasino
Instagram: @casinobrasil_oficial

Cheftime
Site: www.cheftime.com.br
Facebook: /cheftime
Youtube: cheftimebr
Instagram: @cheftime

Club des Sommeliers
Facebook: /clubdessommeliers
Instagram: @clubdessommeliers

Compre Bem
Site: www.comprebem.com.br
Facebook: /comprebemoficial
Instagram: @comprebemoficial
Twitter: @comprebem

Extra
Site: www.clubeextra.com.br
Facebook: /familiaextra
Instagram: @extra_oficial
Twitter: @familiaextra

Fábrica 1959
Instagram: @fabrica_1959

Finlandek
Site: www.finlandek.com.br
Facebook: /finlandek
Instagram: @finlandek_oficial

GPA
Site: www.gpabr.com
LinkedIn: @GPA

GPA Labs
Site: www.gpalabs.com.br
Instagram: @gpalabs

Grupo Éxito:
Site: www.grupoexito.com.co
LinkedIn: @Grupo Éxito
Facebook: /GrupoExitoColombia
Instagram: @grupoexito
Twitter: @grupo_exito

Instituto GPA
Site: www.institutogpa.org.br
Facebook: /institutogpa
Instagram: @instituto_gpa
YouTube: Instituto GPA

James
Site: www.jamesdelivery.com.br
Facebook: /JamesDeliveryBR
Instagram: @jamesdelivery
Twitter: @jamesdeliveryBR

Nous
Instagram: @nous.oficial

Pão de Açúcar
Site: www.paodeacucar.com
Facebook: /paodeacucar
Instagram: @paodeacucar
Twitter: @paodeacucar

Pão de Açúcar Adega
Site: www.paodeacucar.com/adega
Instagram: @paodeacucaradega

Qualitá
Site: www.casapraticaqualita.com.br
Facebook: /CasaPraticaQualita
Youtube: QualitaOficial
Instagram: @qualita_oficial

Taeq
Site: www.conquistesuavida.com.br
Facebook: /taeqoficial
Instagram: @taeq