

Relatório Anual e de Sustentabilidade GPA 2019

Sumário

1 Propósito do Relatório Anual e de Sustentabilidade

2 Mensagem do Conselho de Administração

3 Mensagem da Diretoria Executiva

4 O GPA

- Sobre a Companhia
- Nosso Modelo de Negócio
- Nossa Estratégia de Sustentabilidade
- Nossa Governança

5 Destaques

- Gestão Estratégica do Portfólio de Negócios
- Liderando a Transformação Digital do Varejo
- Operação na América do Sul
- Sustentabilidade

6 Qualidade e Responsabilidade na Cadeia de Valor

7 Valorização da Nossa Gente

8 Gestão e Mudanças do Clima

9 Relacionamento com a Sociedade

10 Anexos

- Compromissos voluntários
- Participação em associações
- Prêmios e reconhecimentos
- Indicadores de desempenho 2019
- Índice de Conteúdo GRI
- Carta de asseguuração

11 Créditos

Propósito do Relatório Anual e de Sustentabilidade

O Relatório Anual e de Sustentabilidade 2019 é uma oportunidade de compartilharmos e darmos transparência aos principais resultados das iniciativas que realizamos durante o ano.

No GPA a sustentabilidade está integrada ao modelo de negócio a partir de **seis eixos prioritários**:

VALORIZAÇÃO DA NOSSA GENTE

ENGAJAMENTO COM A SOCIEDADE

CONSUMO E OFERTA CONSCIENTE

GESTÃO DO IMPACTO AMBIENTAL

GESTÃO INTEGRADA E TRANSPARÊNCIA

TRANSFORMAÇÃO NA CADEIA DE VALOR

Colaboradora atende a uma cliente na loja Pão de Açúcar



Nossos valores e compromissos com a sustentabilidade são comuns e transversais para o Grupo, mas com prioridades e estratégias específicas de acordo com o modelo de negócio, mantendo uma visão alinhada de médio e longo prazos e que dê abrangência a toda a cadeia de valor.

Os resultados de 2019 são frutos das iniciativas desenhadas nos últimos anos que foram implementadas buscando a inovação contínua e novos jeitos transformadores de fazer negócio. A partir dos nossos aprendizados, evoluímos e reforçamos o compromisso com a construção de um futuro mais sustentável e o fortalecimento de redes que geram valor compartilhado com todos os nossos públicos de relacionamento.

Desejamos a todos(as) uma boa leitura!



Fale conosco

Para o **esclarecimento de dúvidas, envio de sugestões e de comentários** sobre o **Relatório Anual e de Sustentabilidade 2019** envie e-mail para comunicacao.corporativa@gpabr.com **102-53**

Acesse aqui o Relatório Anual e de Sustentabilidade de anos anteriores. **102-51 102-52**

Mensagem do Conselho de Administração

O ano de 2019 foi um período de **realizações importantes** para o GPA, marcado pela **consistência e assertividade** na execução do planejamento estratégico da Companhia, em favor de uma entrega de produtos e serviços cada vez mais qualificados aos clientes.

Demos um importante passo para **simplificar a estrutura societária** do Grupo Casino, com a conclusão, em novembro de 2019, da aquisição de 96,57% do capital social do Grupo Éxito por parte do GPA. A operação, conduzida sob os mais rígidos padrões de governança corporativa, propicia diversos benefícios aos negócios envolvidos, entre os quais destaco a **criação de valor** para os acionistas, o **fortalecimento dos processos de governança** das empresas e a possibilidade de **ampliação das sinergias** entre os negócios do Grupo na região. Esse processo culminou com a migração do GPA para o **Novo Mercado**, segmento que reúne as empre-

sas com maior nível de governança corporativa da bolsa de valores brasileira.

Com a conclusão da operação de aquisição do Éxito, o GPA tornou-se a **maior Companhia de varejo alimentar na América do Sul**, com uma posição de liderança e protagonismo em todos os países onde possui operações.

Com habilidade de se adaptar ao complexo contexto macroeconômico do Brasil, o GPA aplicou seus esforços nos seguintes **pilares prioritários** no ano: **expansão dos negócios de maior retorno** e constante **revisão, otimização e ajustes do portfólio de lojas**, além de investimentos em **iniciativas de transformação digital**. A posição de protagonismo no varejo alimentar seguiu impulsionada, especialmente, pela **expansão do atacarejo**, representado, no Brasil, pela bandeira Assaí.

A **otimização de portfólio** permitiu o reposicionamento da bandeira Pão de Açúcar, com o modelo de lojas Geração 7, que já colhe frutos resultantes da assertividade da iniciativa, além das conversões dos Supermercados Extra para duas novas bandeiras, Mercado Extra e Compre Bem. Os negócios de Proximidade e a estratégia de renovação das **Marcas Exclusivas** do Grupo também foram destaque no período.

O GPA também seguiu evoluindo nas frentes de **transformação digital**, reafirmando, em mais um ano, sua liderança no *e-commerce* alimentar no país, e promovendo a manutenção do seu papel de líder em iniciativas importantes como a aquisição e expansão das *startups James e Cheftime*, e o lançamento da **Stix Fidelidade**, maior programa de coalização do varejo nacional, em sociedade com a Raia Drogasil, fortalecendo e ampliando, ainda mais, o poder de escolha dos seus clientes.

A **sustentabilidade**, pilar sempre estratégico para o Grupo, está cada vez mais inserida em nossos modelos de negócios, trazendo transformações na rastreabilidade da cadeia de valor, na estratégia de portfólio oferecido aos nossos clientes, na transparência com nossos *stakeholders* e nas iniciativas de inclusão e promoção da diversidade.

O ano de 2020 verá a **execução contínua** do planejamento estratégico do Grupo, que permitirá nos mantermos no centro do processo de transformação do setor varejista na América Latina.

A **confiança** na atual gestão traz otimismo e forte convicção de que será um ano com avanços ainda mais consistentes para nossos negócios e nossa atuação com a sociedade, conduzindo a excelentes oportunidades e ganhos.

Seguimos confiantes em nossa habilidade de lidar com os desafios que se colocam à frente. Respaldados pelo Conselho de Administração, a Diretoria Executiva e todo o time do GPA estarão empenhados em promover benefícios a todos os clientes, com uma atuação alinhada à diretriz de responsabilidade social e ambiental que sempre norteou a atuação de todo o Grupo Casino.

Jean-Charles Naouri

Presidente do Conselho de Administração



Mensagem da Diretoria Executiva

No ano de 2019 **fortalecemos a nossa presença** no mercado brasileiro como uma companhia **multinegócios, multiformato e multirregião**, como consequência da **gestão estratégica do portfólio**, do posicionamento e adequação da proposta de valor das bandeiras e da oferta de produtos e serviços adequados às necessidades dos(as) nossos(as) clientes.

Com a conclusão do processo de alienação da totalidade da participação acionária na Via Varejo, em junho, concentramos 100% da nossa operação no varejo alimentar e demos um passo importante no processo de **simplificação da estrutura** do Grupo Casino, nosso controlador, **na América Latina**. A aquisição de 96,57% do capital social do Grupo Éxito, que agora se junta ao portfólio do GPA, ampliou nossa atuação para outros países e foi realizada sob um alto nível de transparência, permitindo a geração de mais valor aos nossos *stakeholders*. O GPA se estabelece como a **maior companhia**

de varejo alimentar da América do Sul, incorporando o **Grupo Éxito**, que é líder do mercado varejista na Colômbia e com operações também no Uruguai e na Argentina. Nesse contexto, recebemos com satisfação a aprovação do Conselho de Administração e de nossos(as) acionistas para o processo de migração do GPA ao **Novo Mercado**, segmento especial de listagem da B3, concluído em março de 2020.

Registramos **importantes avanços**, mesmo em um **cenário econômico desafiador** e de consumo fortemente impactado pelos altos índices de desemprego: o faturamento bruto no Brasil teve um incremento de 10,2% em relação ao ano anterior, fechando 2019 em R\$ 59,1 bilhões. O faturamento consolidado do Grupo, considerando os resultados do Éxito no mês de dezembro, atingiu R\$ 61,5 bilhões no ano. Também registramos 7,9% de crescimento do EBITDA, totalizando R\$ 4,0 bilhões, e R\$ 790 milhões de lucro líquido.

Mantivemos a forte aceleração da **bandeira Assaí**, com incremento superior a R\$ 5 bilhões em vendas, com continuidade de avanço no fluxo de clientes, ganhos de *market share*, mesmo com uma alta base de comparação, e evolução da rentabilidade. Com recorde de aberturas em um único ano, as 22 novas lojas inauguradas confirmam a assertividade da estratégia de expansão do modelo, já totalmente inserido à rotina do(a) consumidor(a) brasileiro(a).

No **Multivarejo** demos um grande passo na construção de um portfólio mais aderente às necessidades dos(as) clientes, além de fortalecer o poder de escolha dos(as) consumidores(as), garantindo uma melhor oferta de produtos e serviços. Ao todo, foram 122 lojas reformadas, convertidas ou inauguradas no ano que nos deixam mais confiantes para 2020.

Nosso foco na melhoria da experiência de compra dos(as) clientes se materializou com o processo de **renovação do Pão de Açúcar** sob o conceito da última geração de lojas, apresentando um espaço multicanal, multissensorial e multissoluções. Ao fim de 2019, as 46 unidades revitalizadas já representavam 40% da receita da bandeira, com um desempenho bastante diferenciado dentro da unidade de negócio em termos de venda e rentabilidade.

Destacamos também o processo de conversão das lojas de supermercado Extra nas bandeiras **Compre Bem** e **Mercado Extra**, alcançando 70% do portfólio do negócio, com significativa evolução de vendas, volume e clientes. Os negócios de **Proximidade** seguem de vento em popa, com uma proposta de valor bastante assertiva, evidenciada pelo contínuo aumento de vendas, atingindo sete trimestres consecutivos de crescimento, e ganhos de rentabilidade ao longo de todo o ano.

Nossas **Marcas Exclusivas**, importante pilar de fidelização e rentabilidade do nosso negócio, tiveram o portfólio completamente reformulado, com mais de 1,5 mil produtos disponíveis aos(às) clientes e entrada em novas categorias, com aumento de participação em

vendas e uma estratégia mais integrada aos diferentes negócios do Grupo.

Continuamos a fortalecer o ecossistema do GPA e progredir em nossa estratégia de **transformação digital**, em um processo contínuo de evolução integrada de soluções *on* e *offline*, reafirmando nossa liderança no segmento de *e-commerce* alimentar, com um crescimento superior a 40% no ano.

Com a inovação presente em nosso DNA, após um ano de parceria comercial com a *startup* **Cheftime**, fizemos a aquisição da *foodtech* em novembro de 2019 e aceleramos seu desenvolvimento; ampliamos a operação do **James** para 19 cidades; criamos o primeiro programa de coalizão do varejo brasileiro, a **Stix Fidelidade**, em parceria com a Raia Drogasil, líder no mercado brasileiro de drogarias.

Como um **agente transformador na sociedade**, temos como diretrizes de sustentabilidade da Companhia promover o consumo e a oferta consciente; minimizar nosso impacto ambiental; contribuir com transformações de toda a nossa cadeia de valor; valorizar a nossa gente, pro-

movendo a inclusão e a diversidade; e fortalecer nossas relações e engajamento com a sociedade da qual fazemos parte. A condução dessas frentes de atuação é feita por meio de uma gestão transparente, que tem como fundamento **integrar a sustentabilidade à estratégia e ao modelo de negócio** do Grupo, visando resultados econômicos, sociais e ambientais sustentáveis.

Com a convicção de que podemos e devemos gerar impactos positivos, entre os quais, contribuir para uma **sociedade mais inclusiva e representativa**, perseguimos nossos compromissos de aumento do número de colaboradores(as) com deficiência, de pessoas acima de 60 anos, jovens, mulheres e negros(as) em posições de liderança. Também como parte da evolução da nossa **agenda de diversidade**, reforçamos as pautas de enfrentamento e combate à discriminação racial e a promoção dos direitos LGBTQIA+. Com o objetivo de avançar na equidade de gêneros, implementamos o nosso Programa para Desenvolvimento de Liderança Feminina, atingindo mais de 200 gerentes mulheres e, com muito orgulho, recebemos em 2019 o Prêmio Mulheres na Liderança – *Valor Econômico* na categoria varejo e o Prêmio WEPs (Women's Empowerment Principles) – ONU Mulheres na categoria bronze.

Para o ano de 2020, seguiremos com as inúmeras frentes de trabalho e a operacionalização do planejamento estratégico dos negócios. Daremos grande foco ao **formato de hipermercados**, com o projeto de readequação do portfólio de lojas. Manteremos em pleno vapor o **plano de expansão do Assaí**, com novas lojas orgâ-

nicas e conversões de hipermercados, e voltaremos a investir no **crescimento orgânico do Pão de Açúcar**, que se somará às reformas de novas lojas sob o último conceito, e do **Minuto Pão de Açúcar**.

Todas as frentes de **transformação digital** seguirão sendo realizadas em um processo ainda mais integrado com os negócios, tendo como diretriz o alinhamento a quatro **pilares fundamentais**: rentabilidade, escalabilidade, redução de custos e melhoria da experiência do(a) consumidor(a).

Para executar esse plano, contamos com um **time altamente engajado**, de mais de 110 mil colaboradores(as), o apoio de nossos(as) acionistas, a parceria com nossos(as) fornecedores(as) e a confiança de nossos(as) clientes. As relações que estabelecemos se fortalecem com o nosso **compromisso de servir nossos(as) clientes e contribuir com a sociedade**, fomentando iniciativas que geram maior impacto e crescendo de forma sustentável para a prosperidade de todos(as).

Boa leitura!

Peter Estermann

Diretor-Presidente





ODS

EIXOS DE SUSTENTABILIDADE

12 17



Colaboradora atende a cliente na frente de caixa da loja Compre Bem

Logo do GPA na entrada da
sede, em São Paulo

Sobre a Companhia

Desde 1948, nós nos dedicamos diariamente ao propósito de respeitar o poder de escolha de nossos(as) clientes e garantir que eles(as) tenham a melhor experiência de compra. Somos o maior grupo de varejo alimentar da América do Sul e fazemos parte do Grupo Casino. Com sede em São Paulo, estamos presentes em todas as regiões do Brasil com mais de mil lojas, além de concentrarmos, desde novembro de 2019, a operação do Grupo Éxito, por meio das bandeiras Éxito na Colômbia, Disco e Devoto no Uruguai e Libertad na Argentina.

Somos também a maior empregadora do varejo no Brasil, com nossos(as) 110.834 colaboradores(as)*. Nossa estrutura é dividida em quatro Unidades de Negócio, com uma operação multiformato e multicanal. **102-1 102-2 102-3 102-4 102-6 102-7**

* Número inclui ativos(as) e afastados(as) e contratos suspensos em dezembro de 2019.



Há mais de 70 anos na vida dos(as) brasileiros(as)

102-7



Presença em todas as regiões do Brasil, em

20 estados e DF



1.076 lojas



Mais de

49,5 milhões de clientes por mês



110.834 colaboradores(as)

102-8

* Número inclui ativos(as) e afastados(as) e contratos suspensos em dezembro de 2019.



maior empregadora

privada do Brasil em seu segmento de atuação



24 centrais de distribuição

e entrepostos localizados em todas as regiões brasileiras

Nossa história

1948

GPA é criado com a inauguração da Doceira Pão de Açúcar.

1959

Pão de Açúcar inaugura o primeiro supermercado.

1971

GPA inaugura o primeiro hipermercado, o Supermercado Jumbo, no ABC paulista.

1976

Criação do segmento eletro, com a compra da Eletrobraz, e da rede Bartira.

1980

Aquisição das redes Superbom, Peg-Pag, Mercantil, de lojas do Bazar 13 e da rede Morita.

1989

Bandeira Extra inicia suas operações.

2001

As primeiras Estações de Reciclagem Pão de Açúcar Unilever são disponibilizadas nas lojas.

2000

Pão de Açúcar Mais, primeiro programa de fidelidade do varejo brasileiro, é lançado.

1999

Grupo Casino adquire participação de 25% do capital social do GPA.

1998

Instituto GPA é criado para provocar transformações na sociedade e fortalecer a vocação social das marcas do GPA.

1995

GPA entra no mercado de capitais com a oferta pública inicial de ações (IPO, sigla em inglês).

1993

A primeira ouvidoria do varejo brasileiro é criada pelo GPA.

2002

Drogaria Extra inaugura suas primeiras lojas.

2004

Posto Extra é lançado.

2007

Assaí Atacadista integra a operação do GPA.

2011

Mini Extra é inaugurado e amplia o portfólio do GPA com o formato Proximidade.

2014

Criação do Minuto Pão de Açúcar e do programa de fidelidade Clube Extra.

2017

Meu Desconto é lançado nos apps de fidelidade Pão de Açúcar Mais e Clube Extra.

2018

GPA lança as marcas Compre Bem, Mercado Extra e Pão de Açúcar Adega. No *e-commerce*, faz a aquisição do James e cria a funcionalidade Meus Prêmios nos apps de fidelidade.

Nosso propósito

Para o GPA, poder escolher é sempre a melhor escolha. Do alimento à tecnologia, do varejo ao atacado, do mini ao hipermercado, do *e-commerce* à loja física.

Nossos(as) clientes podem comprar o que quiserem, onde e quando quiserem.

Nossos(as) fornecedores(as) contam com negociações e práticas justas e transparentes.

Nossos(as) investidores(as) têm oportunidades para diversificar seus investimentos.

E nossa gente tem inúmeras oportunidades para exercer seu talento.

Conscientes do nosso papel como agente transformador, buscamos contribuir para a construção de uma sociedade responsável e inclusiva. Escolhemos evoluir e inovar, criando tendências, aprimorando formatos de negócios e construindo oportunidades e experiência de acordo com a necessidade e o perfil do(a) consumidor(a).



Atendimento aos(as) clientes

O trabalho da Casa do Cliente contribui para melhorar a experiência de compra dos(as) consumidores(as).

74.841

interações pelo
Fale Conosco

11.134

retornos por redes
sociais

688.182

contatos
telefônicos

Nossos Negócios e Marcas



Colômbia

Carulla

Super INTER

MAYORISTA

SURTI MAX

viva

Argentina

Libertad

Paseo LIBERTAD

Uruguai

Disco

Géant

Devoto

Pão de Açúcar

extra

MERCADO extra

minuto Pão de Açúcar

mini extra

COMPRE BEM SUPERMERCADOS

Pão de Açúcar adega

Pão de Açúcar drogaria

Pão de Açúcar posto

drogaria extra

posto extra

mini mercado

James

Qualitá

taeq

cheftime

FABRICA 1959

finlandek

finlandek select

CLUB DE SOMMELIERS

Casino

COST

Confraria Chill

Confraria GOURMET

Pro Viter

MARCAS EXCLUSIVAS



Nossos negócios e marcas



Gosto muito da loja, a rede dá vários recursos que me permitem economizar. Acesso sempre o aplicativo para ativar os descontos e a relação qualidade-preço vale muito a pena. Após a reforma, a loja ficou muito legal, especialmente com as soluções de pagamento, como o self-checkout e o pré-scanning que agilizam as compras. Também aproveito para resgatar os produtos das campanhas dos selinhos e dos Meus Prêmios do aplicativo. Outra iniciativa bacana é a Corrida Pão de Açúcar Kids. Minhas filhas já participaram e adoram!



Carla Luzzati, cliente do Pão de Açúcar.



Eu moro no bairro há mais de 40 anos e frequento a loja há bastante tempo. Dependendo das ofertas que são anunciadas na televisão, eu vou de duas a três vezes na semana, e também aproveito os preços da Quarta Extra e sempre compro alho, cebola e batata. Eu consumo os produtos de Qualitá e Taeq e são marcas boas, experimento os itens principalmente quando estão em oferta. Sou bem recebida e bem atendida na loja.



Dayse Martins, cliente do Extra.



A loja melhorou bastante com a reforma, a disposição dos produtos, é um espaço de fácil circulação, o pessoal é bem atencioso e utilizo todos os serviços, como o corte de frios e o açougue. Vou a loja em média quatro vezes ao mês e ativo as ofertas do Clube Extra no caminho. Utilizo bastante os produtos Qualitá, desde os alimentícios até os itens de higiene, desde sempre eu compro. Gosto dos produtos cerealistas e da qualidade dos itens de higiene e do coador de café da marca.



Joyce Silva Carvalho, cliente do Mercado Extra e consumidora de Marcas Exclusivas.



Nossos negócios e marcas

minuto
Pão de Açúcar



A loja fica a dois quarteirões da minha casa e eu a frequento praticamente todos os dias. Sempre passo por lá para pegar algo fresco para o almoço ou para o jantar. A funcionária Rose me apresentou o aplicativo Pão de Açúcar Mais, explicou como se utiliza e mostrou os Meus Prêmios, que é um benefício que eu utilizo frequentemente.



Renata Perosa,
cliente do Minuto Pão de Açúcar.



Frequento a loja há aproximadamente dois anos e é uma experiência bem agradável. Ela fica próxima ao condomínio em que eu resido e vou com frequência, de duas a três vezes por semana. Ela é bem prática e tem tudo o que eu preciso para manter o estoque da minha casa. O atendimento é superbom, desde o segurança até os atendentes dos caixas. E uso o aplicativo do Clube Extra para garantir as ofertas dos produtos.



Luiz Dalton Gomes Junior, cliente do Mini Extra.



mini
extra

COMPRE BEM
SUPERMERCADOS



Frequentamos a loja há anos e, desde que se tornou Compre Bem, é limpa, organizada e o que você precisa, encontra lá. A padaria e o açougue são ótimos, e o hortifrúti tem frutas e verduras de qualidade. As atendentes do caixa são simpáticas e educadas, e o gerente, muito prestativo. O preço é muito bom e não perdemos os dias de oferta, porque são excelentes.



Vânia Alves e Valéria Alves,
irmãs e clientes do Compre Bem.



Nossos negócios e marcas

James



Costumo pedir minhas compras para o local onde eu trabalho e é mais fácil comprar pelo James. É rápido, a compra vem certinha e poupa tempo. As promoções também são um fator importante, geralmente aproveito os cupons e acaba compensando.



Flávio Tanaka, cliente do James.



Nossos negócios e marcas



Para nós é uma alegria muito grande e era uma esperança para essa região aqui. Eu trabalho com um pequeno comércio varejista e, também para nós, é uma oportunidade de compra. Haja vista que antes, para termos produtos diferenciados, tínhamos que comprar de fora, de São Paulo, Minas Gerais. E hoje nós temos o produto na nossa porta. É uma satisfação, uma alegria! Os preços são satisfatórios, com certeza. A opção de ter mais variedade e preço.



Laercio Caldeira, cliente do Assaí Atacadista (Santarém - PA).



Estou muito feliz pelo Assaí estar na minha cidade! Foi um privilégio para gente aqui, porque vai ajudar muito na mesa do povo serrinhense. As promoções são maravilhosas e vão caber no nosso bolso! Eu já conhecia o Assaí de outros estados e outras cidades, mas não imaginava que o Assaí iria estar em Serrinha, para nos ajudar.



Gilnar da Silva, cliente do Assaí Atacadista (Serrinha - BA).

Loja da última geração
do Pão de Açúcar



Prioridades estratégicas

Nossos eixos prioritários dos próximos anos têm quatro principais pilares:

Otimização do portfólio

Investimentos em revitalização, expansão orgânica e conversão de lojas, com foco na maior aderência às necessidades de nossos(as) clientes e no aumento da presença no Brasil, além da ampliação dos produtos e serviços financeiros.

Marcas Exclusivas

Incremento da participação nas vendas de alimentos do Multivarejo – com meta de 20% até o fim de 2021 – com ganho de *market share*; entrada em novas categorias; e maior integração com fornecedores(as) para reforçar seus diferenciais.

Transformação digital

Promover o crescimento da nossa base de clientes fidelizados(as) e do número de *downloads* ativos; dar continuidade ao crescimento do *e-commerce* alimentar e manter a nossa liderança no setor; fortalecer os modelos de entrega *Express* e *Clique e Retire*; prosseguir com a expansão do *James*; consolidar a *Stix Fidelidade* e a *Cheftime* no mercado; e dar continuidade às nossas parcerias com *startups*.

Operação e eficiência

Otimizar o modelo logístico e aumentar a eficiência operacional; reduzir o nível de quebra dos produtos; incrementar o uso dos meios digitais em marketing; ter produtos perecíveis como um diferencial; e manter um calendário ativo de dinâmicas comerciais.

Capitais (inputs)

Social e de relacionamento

- Instituto GPA
- Parcerias ONGs/Startups
- Canais de comunicação e relacionamento
- Relacionamento com pequenos(as), médios(as) e grandes fornecedores(as)

Financeiro

- + R\$ 2,5 bilhões em investimento bruto (CAPEX)
- R\$ 61,5 bilhões em receita bruta
- 267.997 em milhares de ações preferenciais e ordinárias

Humano

- +110 mil colaboradores(as)*
- Fomento à diversidade e inclusão

Intelectual

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

Natural

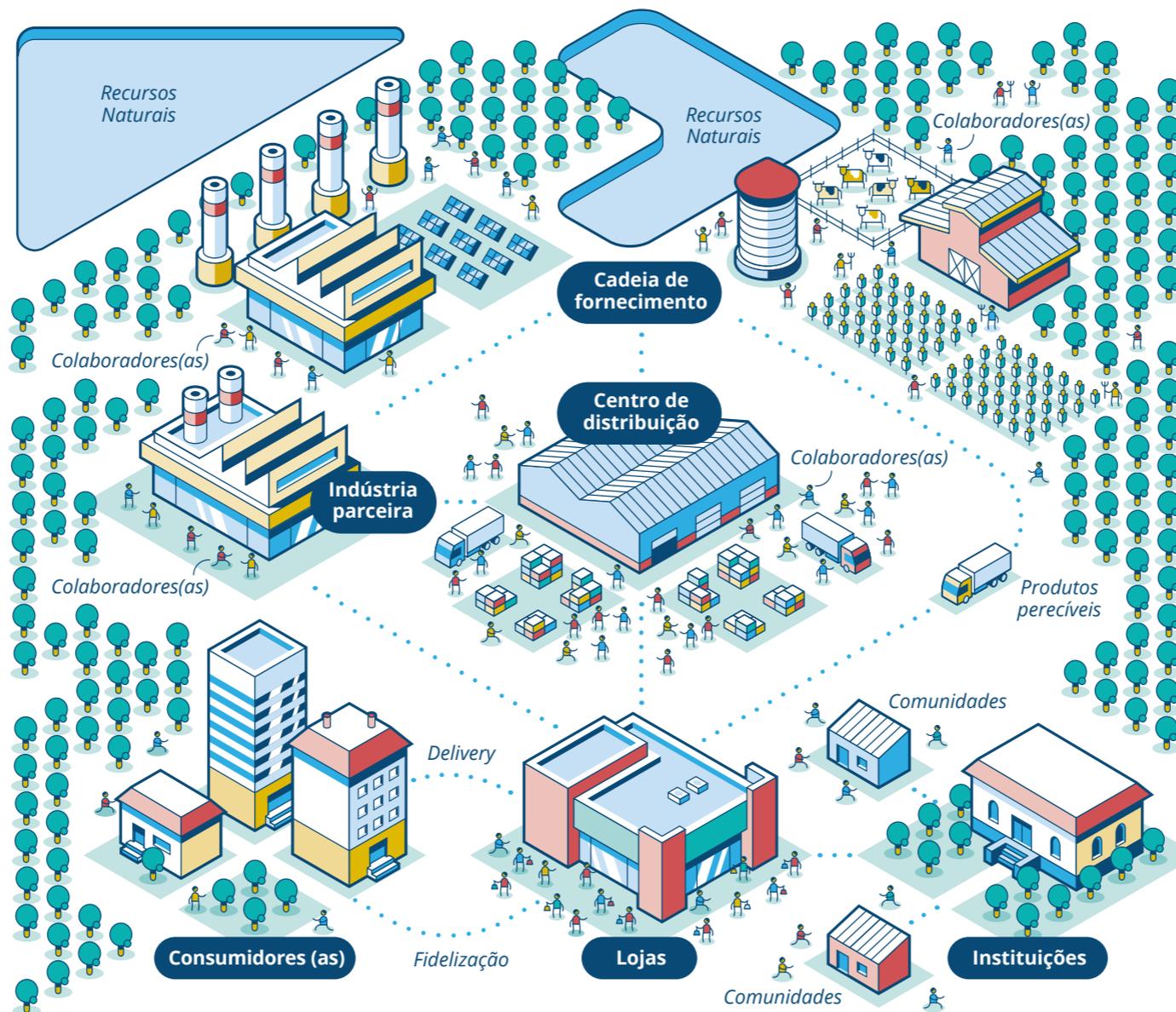
- 2,2 milhões m³ de água
- 1,1 milhão de Mwh de energia

Manufaturado

- 1.076 pontos de venda (todas as regiões do BR)
- 24 Centros de Distribuição e entrepostos
- GPALab e espaço no Cubo
- Frota própria e terceira

*Número inclui ativos(as) e afastados(as) e contratos suspensos em dezembro de 2019.

MODELO DE NEGÓCIO



Valores Gerado

Social e de relacionamento

- Melhores práticas com fornecedores(as)
- Oferta e consumo consciente
- Relacionamento e fidelização (+20 milhões clientes fidelizados(as))
- Poder de escolha: diversificação do portfólio de negócios
- Praticidade, exclusividade e experiência de compra
- Cultura, educação, trabalho e outras parcerias (Instituto GPA)

Financeiro

- Retorno aos(às) acionistas/desempenho das ações
- Economia de recursos
- Lucro líquido R\$ 790 milhões
- Ganho de *market share*

Humano

- + 3 milhões de horas de capacitação e desenvolvimento
- Diversidade e inclusão:
 - 33,1% mulheres em cargos de liderança (gerência e acima)
 - 41,7% negros(as)
 - 4,1% pessoas com deficiência incluídas no mercado de trabalho
- Saúde, segurança e qualidade de vida
- Construção de carreira

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

Natural

- Redução do uso de recursos naturais (design das lojas)
- Compromisso com as melhores práticas produtivas (meio ambiente, pessoas e bem-estar animal)
- Aumento da reciclabilidade dos resíduos gerados

Manufaturado

- Expansão do negócio: novas lojas, 1.500 produtos de Marcas Exclusivas disponíveis, canais de atendimento, CDs eficientes e interligados
- Eficiência da frota

Nossa Estratégia de Sustentabilidade

A estratégia de sustentabilidade está conectada a seis eixos de atuação com o objetivo maior de criar valor positivo a todos os nossos *stakeholders*. Eles buscam integrar os temas prioritários de sustentabilidade ao planejamento do negócio e apresentam objetivos para o triênio 2018-2020.

Nossos eixos de atuação também estão conectados ao CSR Programmme, programa de responsabilidade social corporativa do Grupo Casino.

Esses eixos estão conectados aos dez temas mais relevantes no entendimento de nossos principais públicos, consultados no processo de materialidade, realizado em 2017: clientes, fornecedores(as), acionistas, sociedade, colaboradores(as) e as lideranças do GPA, principais *stakeholders* impactados pelo negócio e suas operações. Também realizamos análise de *benchmarks* setoriais e de documentos internos. **102-40 102-42 102-43 102-44**

Os dados qualitativos e quantitativos (não financeiros) seguem como referência as recomendações de comunicação de dados de perfil organizacional, estratégia, ética e integridade, governança, engajamento de *stakeholders* e práticas de reporte da Metodologia Casino, de acordo com as exigências legais e regulamentares da França, definidas pela Portaria nº 2017-1180, de 19 de julho de 2017 e pelo Decreto nº 2017-1265, de 9 de agosto de 2017. **102-54**

Os resultados que publicamos neste Relatório referem-se às operações realizadas no período de 1º de janeiro e 31 de dezembro de 2019 (com dados de indicadores ambientais de outubro de 2018 a setembro de 2019) e estão entre os objetivos do triênio 2018-2020 do GPA. Parte dos dados foi auditada pela EY, conforme indicado nas páginas 103 a 106. **102-50 102-56**

Estão incluídas em nossos indicadores de desempenho todas as nossas unidades de negócio, com exceção das operações do Grupo Éxito cuja aquisição foi realizada no final de 2019. **102-45**

Nossos temas materiais

102-47

- Valorização da experiência do(a) cliente
- Gestão e transparência da cadeia de suprimentos
- Conscientização do(a) consumidor(a)
- Gestão de resíduos e logística reserva
- Mudança do clima e emissões
- Geração de emprego, desenvolvimento e retenção dos(as) colaboradores(as)
- Qualidade, segurança e rastreabilidade do produto
- Gestão de energia elétrica
- Gestão de recursos hídricos
- Relacionamento com a comunidade local

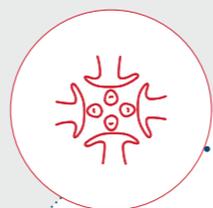
Como parte de nossa governança no tema, destacamos que, desde 2016, temos como parte da remuneração variável de todos os cargos elegíveis (coordenadores(as) e acima) um Índice de Sustentabilidade e Diversidade (ISD), com metas anuais, composto por três indicadores:

- 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.

Nossos eixos de atuação

Valorização da Nossa Gente

Ser uma empresa referência que promova diversidade, inclusão e sustentabilidade junto aos(as) colaboradores(as).



Gestão do Impacto Ambiental

Minimizar e prevenir impactos ambientais das operações do GPA.



Nosso propósito é ser um agente transformador, aperfeiçoando e inovando nosso jeito de fazer negócio para a construção de uma sociedade mais responsável e inclusiva. 102-46

Consumo e Oferta Consciente

Ampliar a oferta de produtos saudáveis e sustentáveis como valor estratégico nas nossas marcas e negócios, influenciando nossa cadeia e sensibilizando o(a) consumidor(a) para a escolha desses produtos.



Engajamento com a sociedade

Fortalecer a relação entre clientes, fornecedores(as), colaboradores(as) e organizações sociais do entorno de nossas lojas para uma atuação conjunta como agentes de transformação da sociedade.



Transformação na Cadeia de Valor

Engajar atores das nossas cadeias de valor para torná-las mais responsáveis com o meio ambiente, as pessoas e o bem-estar animal.



Gestão Integrada e Transparência

Integrar a sustentabilidade no nosso modelo de negócio e fortalecer a transparência com os nossos stakeholders.



Nossa Governança



Transparência e ética

As políticas, diretrizes e instâncias de tomada de decisão do nosso modelo de governança estruturam o negócio para um crescimento com transparência, alinhado a uma cultura de conformidade em todas as suas operações e com conexão à gestão de sustentabilidade.

Divulgamos informações aos(as) acionistas, investidores(as) e demais públicos estratégicos com agilidade e simetria, em respeito aos nossos *stakeholders*, com quem construímos relacionamentos transparentes, conduta ética que permeia todas as nossas atividades.

O nosso modelo de governança estabelece papéis e responsabilidades específicas ao Conselho de Administração e à Diretoria Executiva, fundamentais para a boa condução dos negócios. Em 2019, demos continuidade à adoção de práticas e diretrizes do nível 1 e do nível 2 de Governança Corporativa da Bolsa de Valores de São Paulo (B3), entre as quais: composição do Conselho de

Administração por três membros independentes; quatro comitês de assessoramento ao Conselho de Administração; política de dividendos; autoavaliação anual dos membros do Conselho de Administração; e manual para participação de acionistas em Assembleias Gerais. E aderimos ao nível mais elevado de governança: as diretrizes do Novo Mercado da B3, do qual fazemos parte.

Seguimos boas práticas do mercado de capitais norte-americano

Nos Estados Unidos, integramos o Nível III do *American Depositary Receipts* (ADRs) da *New York Stock Exchange* (NYSE) e seguimos as determinações da *Securities and Exchange Commission* (SEC) e da NYSE para empresas estrangeiras listadas nos EUA.



Aquisição do Éxito

Em 2019, o GPA adquiriu 96,57% das ações do Grupo Éxito, passando a ser seu controlador. O processo de compra foi realizado com transparência para o mercado e para os(as) acionistas das duas organizações, com condução da transação no mais alto nível de governança corporativa.

Conselho de Administração

O órgão de governança orienta a estratégia do negócio e acompanha a sua execução realizada pela Diretoria Executiva. Integram o Conselho de Administração nove membros (três deles independentes), que se reúnem pelo menos seis vezes no ano. Eles são eleitos em Assembleia Geral de Acionistas e têm mandato de dois anos, sendo possível sua reeleição.

Membros do Conselho de Administração 102-22

	Cargo	Data de eleição	Término do mandato
Jean-Charles Henri Naouri 102-23	Presidente	30.12.2019	Abr 2022
Arnaud Daniel Charles Walter Joachim Strasser	Covice-presidente	30.12.2019	Abr 2022
Ronaldo Iabrudi dos Santos Pereira	Covice-presidente	30.12.2019	Abr 2022
Franck-Philippe Georin	Membro	30.12.2019	Abr 2022
Eleazar de Carvalho Filho	Membro independente	30.12.2019	Abr 2022
Hervé Daudin	Membro	30.12.2019	Abr 2022
Luiz Augusto de Castro Neves	Membro independente	30.12.2019	Abr 2022
Luiz Nelson Guedes de Carvalho	Membro independente	30.12.2019	Abr 2022
Philippe Alarcon	Membro	30.12.2019	Abr 2022

Comitês de assessoramento ao Conselho de Administração

O Conselho de Administração é assessorado por cinco Comitês, constituídos por conselheiros(as) que conduzem discussões sobre temas relacionados ao seu escopo de atuação, qualificando as deliberações e a tomada de decisão.

Auditoria

- Analisa e monitora a qualidade e a integridade das informações trimestrais, das demonstrações financeiras e do Relatório da Administração da Companhia;
- Avalia a efetividade e a suficiência da estrutura de controles internos e dos processos de auditoria interna e independente;
- Monitora as exposições a riscos.

MEMBROS

- **Luiz Nelson Guedes de Carvalho** (coordenador)
- **Eleazar de Carvalho Filho**
- **Gisélia da Silva**
- **Renan Bergmann**

Recursos Humanos e Remuneração

- Examina candidatos(as) a membros do Conselho de Administração e da Diretoria Executiva;
- Propõe critérios para a avaliação de desempenho dos(as) gerentes;
- Define as políticas de remuneração e de incentivo;
- Revisa os métodos de recrutamento e seleção adotados pela Companhia.

MEMBROS

- **Arnaud Strasser** (coordenador)
- **Luiz Augusto de Castro Neves**
- **Ronaldo Iabrudi**

Financeiro

- Revisa a viabilidade financeira e econômica dos planos e programas de investimentos;
- Recomenda medidas de negociação de qualquer fusão, aquisição ou transação;
- Revisa o fluxo de caixa, a política de endividamento e a estrutura de capital;
- Recomenda oportunidades relacionadas às transações de financiamento que possam melhorar a estrutura de capital.

MEMBROS

- **Eleazar de Carvalho Filho** (coordenador)
- **Arnaud Strasser**
- **Luiz Nelson Guedes de Carvalho**

Governança Corporativa e Sustentabilidade

- Orienta e assegura a adoção das melhores práticas de governança corporativa pela Companhia;
- Acompanha o atendimento às exigências da legislação brasileira e de demais órgãos de fiscalização do mercado;
- Orienta a estratégia do GPA e dos seus negócios em relação aos temas de sustentabilidade;
- Acompanha macroindicadores, avalia as políticas críticas e de alto impacto e práticas sustentáveis, fundamentadas nas dimensões econômica, ambiental e social.

MEMBROS

- **Luiz Augusto de Castro Neves** (coordenador)
- **Arnaud Strasser**
- **Hélio Mattar**
- **Ronaldo Iabrudi**

Inovação e Transformação Digital

- Orienta a estratégia do GPA e dos seus negócios em relação aos temas de inovação;
- Acompanha tendências tecnológicas e inovações.

Por ter sido criado em novembro de 2019 e ratificado em 31 de dezembro, a composição de membros ainda não foi definida.

Diretoria Executiva

Conduz a administração dos negócios de acordo com o planejamento estratégico de longo prazo, aprovado pelo Conselho de Administração.

O Conselho elege os membros da Diretoria Executiva que elaboram os planejamentos de médio e curto prazos, as ações e os programas executados no ano. Os indicadores de performance da Diretoria Executiva são monitorados toda semana, com divulgação trimestral dos resultados para os(as) acionistas, em Assembleia Geral. O mandato dos membros é de dois anos.

GESTÃO DE RISCOS 102-11

O processo de gestão de riscos é executado de forma integrada, de acordo com os protocolos do Grupo Casino, cujas práticas adotadas são aderentes às normas

internacionais e incluem aprimoramento frequente dos mecanismos de controles internos e de suas ações de prevenção e de mitigação de impactos.

Dentro do ciclo são realizadas, entre outras iniciativas, entrevistas anuais com todos(as) os(as) executivos(as)-chave para obter uma visão dos objetivos e metas no intuito de identificar os riscos e as exposições que possam comprometer a estratégia da Companhia.

No último ciclo, acrescentamos um Programa de Gestão de Riscos com o objetivo de atuar de forma mais profunda e integrada, no qual foram executados diversos *workshops* de riscos relacionados à operação e à tecnologia, aumentando o engajamento, a aderência da metodologia e **a cultura de gestão de riscos** dentro da Companhia. O processo instituído garante que todos os riscos tenham executivos(as) com o papel de donos(as) e responsáveis pelo gerenciamento deles, monitorando a evolução dos indicadores de exposi-

ção e de seus respectivos planos de ação. A área de Gestão de Riscos realiza rituais de gestão periódicos com todas as áreas envolvidas no contexto e mantém um reporte junto ao Conselho de Administração por meio do Comitê de Auditoria.

A nossa matriz de risco é composta por riscos de alta, média e baixa criticidade, dos quais elegemos dez riscos de alta criticidade que integram a matriz *Casino Risk Solution (CRS)*, que foram a referência para a construção do Programa de Riscos.

Seguindo a metodologia do Grupo, para o ano de 2019, incorporamos uma matriz de riscos 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 qual executivo(a) é responsável por ele. Para 2020, serão construídos planos de ação, monitorados pelas áreas responsáveis, para avaliar continuamente oportunidades e impactos relacionados.



Saiba mais sobre a Governança do GPA, acesse [atas das reuniões do Conselho de Administração](#), o [Estatuto Social](#), [políticas corporativas](#), entre outras [informações no site de Relações com Investidores](#)

Membros da Diretoria

	Cargo
Peter Paul Lorenço Estermann	Diretor-Presidente
Christophe José Hidalgo	Diretor Vice-presidente de Finanças
Belmiro de Figueiredo Gomes	Diretor de Negócios de Atacado
Isabela Cadenassi	Diretora de Relações com Investidores

Riscos socioambientais prioritários

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

Conduta Ética

Nossa organização tem compromisso com uma conduta ética e íntegra. Esse processo é formalizado pelo Programa de *Compliance*, em três frentes: Prevenir, Detectar e Responder.

Ele apresenta diretrizes sobre treinamentos, campanhas de conscientização dos(as) colaboradores(as) e mecanismos de identificação, investigação e tratamento de desvios, além de ser supervisionado pela alta administração.

As ações do Programa de *Compliance* são realizadas de acordo com o Código de Ética e com a Política Anticorrupção que está em conformidade com as leis anticorrupção brasileira (Lei nº 12.846/2013), norte-americana (*United States Foreign Corrupt Practices Act – FCPA*) e francesa (Lei Sapin II).

O GPA dispõe, ainda, de Políticas de Conflito de Interesses, de Análise de Riscos de Terceiros e processos de controles internos que fortalecem as barreiras de controle de riscos relacionados à corrupção, e previnem e/ou mitigam seus impactos.

Disponibilizamos a todos os nossos públicos o canal de Ouvidoria para o registro de qualquer ocorrência de desrespeito ou não conformidade à legislação vigente, ao Código de Ética do GPA, às políticas e aos procedimentos internos do Grupo que possam envolver nossos públicos de relacionamento, independentemente de cargo ou posição de quem tenha praticado o ato.



Saiba mais sobre o [Código de Ética do GPA](#).

Ouvidoria

Horário de funcionamento da Ouvidoria:
segunda a sábado, das 8h às 20h.

Assaí e Compre Bem
ouvidoria@assai.com.br
0800 777 3377

GPA
ouvidoria@gpabr.com
0800 55 57 11

Multivarejo
ouvidoria@multivarejogpa.com.br
0800 55 57 11

Proteção de dados

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). Estamos em processo de adequação à Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), revisitando medidas técnicas e organizacionais e treinando as nossas equipes sobre segurança da informação, para entregar as melhores práticas de mercado e garantir que o tratamento de dados pessoais dentro do GPA seja feito de forma adequada e aderente a todos os requisitos legais.



Colaborador do GPA realiza atendimento telefônico

CONDUTA ÉTICA

Principais iniciativas e resultados de 2019

Prevenir

- Atualização e desenvolvimento de Políticas e Procedimentos;
- *Due Diligence* de fornecedores(as);
- Treinamento de Ética e Compliance para 196 prestadores(as) de serviços e mais de 5 mil colaboradores(as) de atividades consideradas críticas;
- Campanha “Todos em *Compliance*” para o combate à corrupção e disseminação da ética voltada para 3 mil fornecedores(as);
- Primeira edição do *Compliance Day*, evento para colaboradores(as) com palestras e peça de teatro sobre a conduta ética no cotidiano pessoal e empresarial.

Detectar

- Apuração e aplicação de medidas, quando cabíveis, das 6.570 ocorrências ligadas aos temas de ética registradas no canal de Ouvidoria em 2019.

Responder

- Estabelecimento de consequências para casos de violação às políticas internas que incluem desde medidas disciplinares para colaboradores(as), medidas educativas (treinamentos) até bloqueio de fornecedores(as). Em 2019, 22 fornecedores(as) foram bloqueados(as) e 9.284 descredenciados(as);
- Revisão de 11 Políticas e Procedimentos, entre elas: Política de Conflito de Interesses, Brindes, Presentes, Viagens e Entretenimento e Análise de Riscos de Terceiros.



Entendemos que o nosso sucesso depende da nossa reputação e da relação de confiança existente entre nós, nossos(as) clientes e parceiros(as) de negócios. Saiba mais sobre o nosso [Programa de Compliance](#).



Destques

Gestão Estratégica do Portfólio de Negócios

Em 2019, seguimos com uma estratégia focada no crescimento acelerado dos negócios de maior rentabilidade e na otimização e no ajuste do portfólio de lojas, adequando-o às necessidades de consumo de nossos(as) clientes.

- Continuidade da **expansão do Assaí Atacadista**, com **22 novas lojas** e presença em três novos estados: Tocantins, Amapá e Rondônia. Como resultado da estratégia de expansão, registramos **evolução superior a R\$ 5 bilhões em vendas e receita bruta de R\$ 30,4 bilhões** no ano (crescimento acima de três vezes nos últimos cinco anos), além de expressivo aumento do fluxo de clientes e contínuo ganho de *market share*.
- **430 mil novos cartões Passaí emitidos**, somando mais de 1 milhão de emissões desde o lançamento, em 2017, e 700 mil cartões ativos. Também foi iniciado o projeto-piloto das máquinas de cartão de crédito e débito com a marca Passaí em São Paulo.
- Total de **46 lojas do Pão de Açúcar renovadas** sob o conceito da última geração de lojas, retomando e fortalecendo a proposta de valor da bandeira *premium* do Grupo. Essas unidades já representam **40% da receita da bandeira**. O novo formato combina tecnologia para a conveniência e agilidade no atendimento ao(a) cliente e um portfólio de produtos *premium* em um conceito multicanal, multissensorial e multissoluções.
- Conversão de 92 lojas do Extra Super, totalizando 70% do portfólio, para **77 Mercados Extra**, totalizando 100 lojas, e **15 Compre Bem**, que chega ao total de 28 unidades.
- Crescimento de dois dígitos nas vendas dos formatos de Proximidade, atingindo sete trimestres consecutivos de aumento, com expansão da rentabilidade durante todo o ano. O **Minuto Pão de Açúcar** teve **10 lojas inauguradas e 72 reinauguradas**. Já o **Mini Extra** teve **144 lojas renovadas**.

Presença no ranking das mostardas amarela e dijon, do jornal *O Estado de S.Paulo*, com primeiro lugar para a mostarda amarela da **Qualitá** e segundo para a mostarda dijon do **Casino**, nos respectivos rankings.



- Com mais de **1,5 mil produtos disponíveis** aos(as) clientes, as **Marcas Exclusivas** tiveram 12,7% de participação na categoria alimentar do Multivarejo. E ainda a entrada em novas categorias, como a de cervejas artesanais com o lançamento da **Fábrica 1959**; de produtos *Premium* Qualitá; da primeira linha de **rações da Qualitá**; e da **linha Bebê da Qualitá** com fraldas descartáveis e toalhas umedecidas.

Liderando a Transformação Digital do Varejo

O GPA carrega a inovação em seu DNA e é pioneiro na estratégia de omnicanalidade. Em 2019, investimos em iniciativas e tecnologias que beneficiam e facilitam o dia a dia de nossos(as) clientes, garantindo que eles(as) tenham a melhor experiência de compra em nossas lojas e sites.

- Seguimos na **liderança do e-commerce no varejo alimentar**, com mais de 40% de crescimento e mais de 70% de *market share* na medição da Nielsen. As vendas *on-line* representaram aproximadamente 6% da receita da bandeira Pão de Açúcar. Durante o ano, tivemos a ampliação das modalidades de entrega *Delivery Express* e *Clique e Retire*, em 125 lojas. Outro destaque foi o avanço no modelo centralizado com a abertura da primeira *E-store*, no Rio de Janeiro, que opera em uma parte da área destinada ao estoque da loja e serve como ponto de coleta para as compras realizadas nos *e-commerces*.

Colaboradora realiza
o pré-scanning



- Criação da **Stix Fidelidade**, coalizão inédita de fidelidade em sociedade com a Raia Drogasil. A nova empresa atenderá mais de 50 milhões de clientes fiéis do GPA e da RD a partir do segundo semestre de 2020.
- Expansão do **James** para 19 cidades, após o início de operação em **Aracajú, Brasília, Cuiabá, João Pessoa, Uberlândia e Fortaleza**. A *startup*, adquirida no fim de 2018, teve crescimento médio de 35% ao mês e aumento de 15 vezes no número de pedidos em relação ao início do ano.
- **Mais de 1 milhão de garrafas de vinho** foram vendidas pela plataforma *on-line* do **Pão de Açúcar Adegas**, com aumento de 60% em vendas em relação ao ano anterior.
- **Pão de Açúcar Mais e Clube Extra** atingiram a marca de mais de 20 milhões de clientes fidelizados(as), 14% superior a 2018, com 11 milhões de *downloads* dos apps, 48% maior que em 2018.
- As vendas identificadas representaram **mais de 20% de participação** do Multivarejo e **50% das vendas** dos nossos *e-commerces*.

- Realizamos a distribuição de **mais de 8 milhões de prêmios** para Cliente Mais e Clube Extra.
- Em 2019, os(as) clientes participantes dos programas de fidelidade **economizaram mais de R\$ 317 milhões** apenas com o **Meu Desconto**.
- Lançamento da **plataforma on-line do Aliados Minimercado** com foco em mercearia para bares, restaurantes e hotéis.
- Expandimos as soluções de pagamento e entrega em nossas lojas: **Pré-scanning**, que diminuiu o tempo no caixa com o escaneamento prévio dos produtos; **Self Checkout**, em que o(a) cliente escaneia e paga os itens em um totem de autoatendimento; **Fast Pass Assaí**, em que os produtos são colocados em uma esteira que escaneia os itens automaticamente; e o **Apple Pay e Samsung Pay**, com o pagamento direto pelos aplicativos de celular.
- Como alavanca de nossa transformação digital e cultura de inovação, contamos com o **GPA Labs**, área dedicada à interação com o ecossistema de *startups*, serviços, produtos e conceitos em loja e à promoção da cultura da inovação dentro e fora da Companhia.

Cliente utiliza o self checkout para registrar suas compras



8 milhões de prêmios

para Cliente Mais e Clube Extra



20 milhões de clientes

fidelizados(as) no Pão de Açúcar Mais e Clube Extra

- Com o trabalho realizado pela equipe de **Inovação**, **mais de 14 startups, especialmente foodtechs**, entraram com aproximadamente 100 itens nas gôndolas de mais de 180 lojas do Grupo e geraram mais de 300 mil unidades em vendas.
- Além dos produtos, as **parcerias com startups viabilizaram outros serviços e comodidades** nas lojas do Pão de Açúcar, como o compartilhamento de guarda-chuvas pela Rentbrella; o totem digital da GetNinjas para a contratação de mais de 200 tipos de serviços oferecidos pelo app; e casinhas inteligentes gratuitas para *pets* da PetParker, com monitoramento, climatização, abertura e fechamento automático pelo aplicativo.
- Com o intuito de estimular a criação de parcerias e novos produtos, realizamos o **primeiro encontro anual das foodtechs** parceiras do Grupo, com o tema de *Co-Branding*.
- Mantivemos nosso relacionamento ativo com as *startups* por meio da realização de **30 projetos-piloto** que atuaram em frentes de tecnologia, eficiência operacional, otimização de processos de *backoffice* e melhoria da experiência do(a) cliente e

a conclusão do segundo *batch* do programa de aceleração de *startups* de varejo, em parceria com a Liga Ventures, com o objetivo de explorar soluções para combater o desperdício de alimentos e trazer facilidades de entrega para o *e-commerce*.

- **Inauguração do GPA Lab no Cubo Itaú**, maior *hub* do ecossistema de inovação do país. Por meio desse espaço, foi possível intensificar a prospecção e o relacionamento com *startups* alinhadas à estratégia de negócio do GPA.
- **Realização da primeira edição do Programa IN – Innovation Network**. O Programa consistiu em uma rede de 24 colaboradores(as) de diversas áreas do GPA que atuaram como embaixadores(as) para **potencializar e capilarizar a inovação e a transformação digital** da Companhia, por meio de capacitações e metodologias de inovação. Eles(as) identificaram desafios de cada setor e buscaram soluções junto às *startups* do mercado. Promovemos, no fim do ano, a primeira premiação de inovação interna, em que reconhecemos os principais projetos de inovação do ano, os projetos dos(as) embaixadores(as) de inovação, *rollout* com *startups* e gestor(a) e embaixador(a) mais inovador(a).

Alunos(as) do Programa Prosperar, do Instituto GPA, no ambiente do GPA Lab, na sede do Grupo





Aquisição da Cheftime

Após um ano de relacionamento, o Grupo adquiriu em 2019 a *foodtech* Cheftime. Com o estabelecimento da parceria, os produtos da linha foram de uma loja-piloto para 200 unidades do Pão de Açúcar, Minuto Pão de Açúcar, Extra e *e-commerce*.

Em 2019, a marca de gastronomia vendeu mais de 200 mil refeições, entre kits gastronômicos e pratos prontos e semiprontos, em linha com a estratégia de oferecer curadoria, conveniência e frescor por meio da expansão de soluções *ready to cook*, *ready to eat* e *ready to go*. No ano, também foi lançado o espaço da Escola de Gastronomia Cheftime by Pão de Açúcar, na qual os(as) consumidores(as) poderão trocar seus pontos do Programa Meus Prêmios por aulas e *workshops* culinários. A movimentação reafirma a liderança do Grupo na inovação do varejo alimentar e na oferta de novos conceitos em produtos, serviços e experiências multicanal ligadas à alimentação.

Produtos Cheftime: Cesta de assinantes, kits gastronômicos e soluções *ready to cook*, *ready to eat* e *ready to go*

Operação na América do Sul

O GPA concluiu a aquisição de 96,57% do capital social do Grupo Éxito em 27 de novembro de 2019, tornando-se o maior grupo do varejo alimentar na América do Sul.



Os resultados do quarto trimestre consideraram um mês de consolidação dessa operação, com contribuição de R\$ 2,4 bilhões de receita bruta. O Grupo Éxito, líder do varejo alimentar na Colômbia e com operações também no Uruguai e na Argentina, tem marcas e formatos que atendem a todos os segmentos da população.

O GPA terá membros que participarão dos Comitês Financeiro, de Nomeação, Remuneração e Governança Corporativa, de Sustentabilidade e de Expansão, seguindo as regras atuais de governança do Éxito. O Comitê de Auditoria e Riscos é composto por 100% de membros independentes.

A operação, realizada sob um alto nível de transparência, permite a geração de mais valor aos *stakeholders* do Grupo. Nesse contexto, o processo de migração do GPA ao Novo Mercado, segmento especial de listagem da B3, foi aprovado pelo Conselho de Administração e pelos(as) acionistas, e a admissão da Companhia foi concluída em março de 2020.

Fachada de loja do Éxito
Wow na Colômbia



Colômbia



ÉXITO

Formatos Wow, Express, Supermercado, Hipermercado, Vizinhança e estações de serviços
- 247 lojas, inclui 9 no formato Wow e 79 lojas Éxito Express



CARULLA

Supermercado e Proximidade
- 98 lojas



SURTIMAYORISTA

Atacado - Cash and Carry
- 30 lojas



SURTIMAX

Supermercado com foco em preços competitivos
- 92 lojas



SUPER INTER

Supermercado com foco em preços competitivos
- 70 lojas



Imobiliária

34 centros e galerias comerciais Viva
Maior operação de real estate na Colômbia (51% realizada pelo Grupo Éxito)
- 12 centros comerciais
- 6 galerias comerciais

- **Puntos Colombia - Programa de fidelidade**
Joint Venture com Bancolombia (50%/50%)

- **Conveniência e agilidade na experiência de compra**
E-commerce, aplicativos, catálogos digitais, last mile & home delivery, Clique e Retire e Market place



Uruguai



DEVOTO

Supermercado e Proximidade
- 60 lojas



DISCO

Supermercado
- 29 lojas



GÉANT

Hipermercado
- 2 lojas

Argentina



LIBERTAD

Hiper
- 15 lojas



PASEO

170 mil m² de ABL (Área Bruta Locável)
- 93,9% de taxa de ocupação

MINI E PETIT LIBERTAD

Proximidade
- 10 lojas

Sustentabilidade

Confira nossos destaques e principais realizações sobre o tema

Diversidade

Evolução da agenda de diversidade, com realização de treinamentos especializados para diferentes públicos, assinatura de novos compromissos no tema e recebimento dos prêmios Mulheres na Liderança (categoria varejo), do Jornal Valor Econômico, e o Prêmio WEPs Brasil – Empresas Empoderando Mulheres, na categoria bronze.

Embalagem biodegradável

Em 2019, o GPA assumiu o compromisso de substituir 100% de suas bandejas de isopor de frutas, legumes e verduras de Marcas Exclusivas (Qualitá e Taeq) por material biodegradável, até maio de 2020.

Estações de Reciclagem

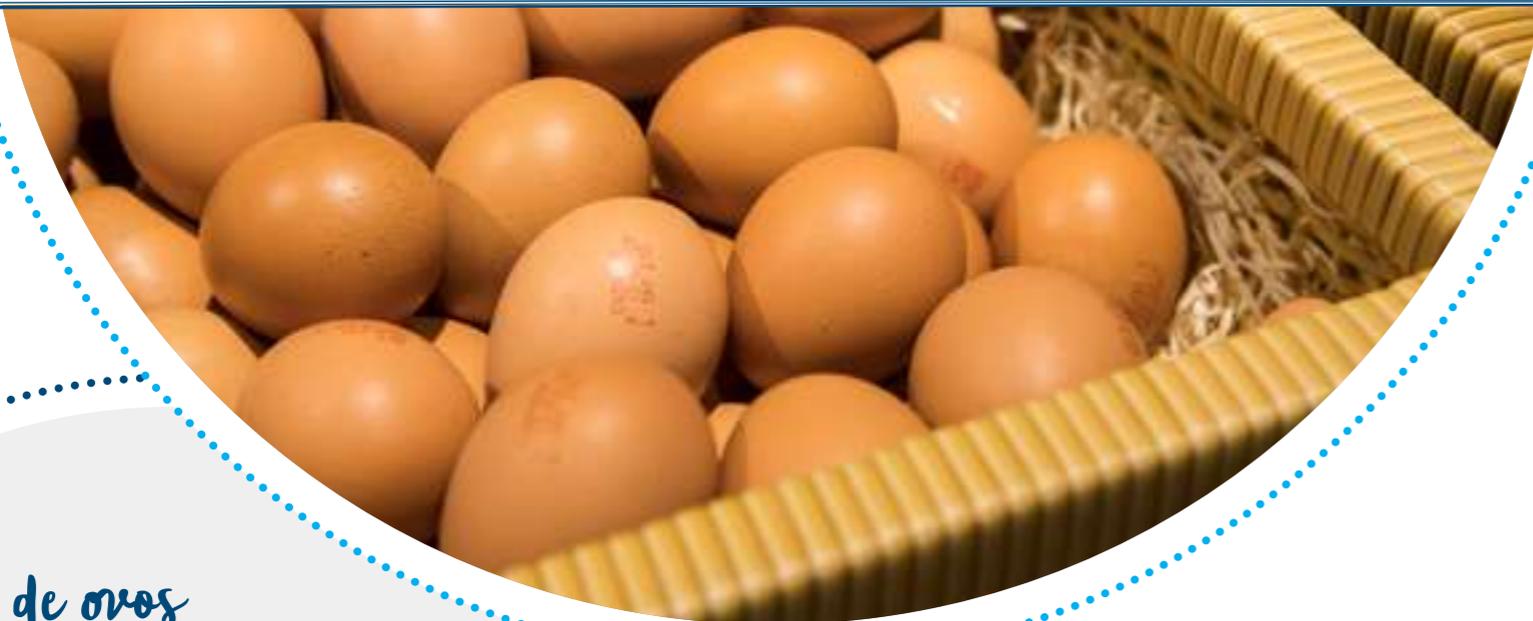
Em 2019, mais de 6,7 mil toneladas de materiais recicláveis foram coletadas nas lojas do Pão de Açúcar e Assaí, um aumento, em média, de 14 toneladas/mês.

Responsabilidade na cadeia de carne bovina

100% dos(as) fornecedores(as) de carne bovina estão em *compliance* com a Política de Compras de Carne Responsáveis do GPA. 99,6% do volume de carne vendida em nossas lojas possui origem monitorada, entre os(as) fornecedores(as) que compram diretamente o gado.



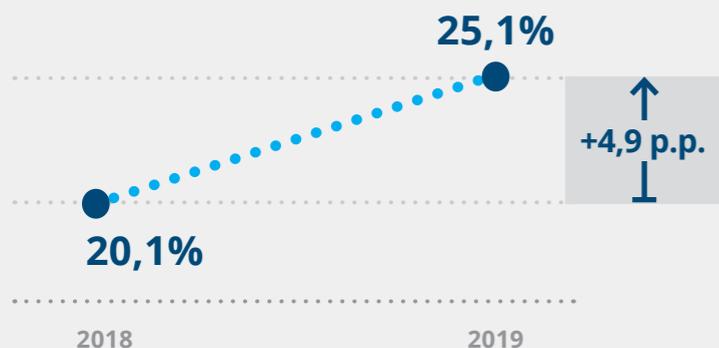
Gôndola de produtos orgânicos em loja Pão de Açúcar



Ovos de galinhas livres de gaiolas

Venda de ovos de galinhas livres

Marcas Exclusivas



Bem-estar animal

As vendas de ovos de galinhas livres de gaiolas das Marcas Exclusivas do GPA aumentaram 4,9 p.p. em comparação a 2018.

Doação de frutas, legumes e verduras contra o desperdício

O GPA doou 29% a mais de frutas, legumes e verduras que não estavam atrativos para a venda, mas aptos para o consumo, por meio do Programa Parceria Contra o Desperdício, em comparação a 2018. Foram 4.303 toneladas doadas por 512 lojas.

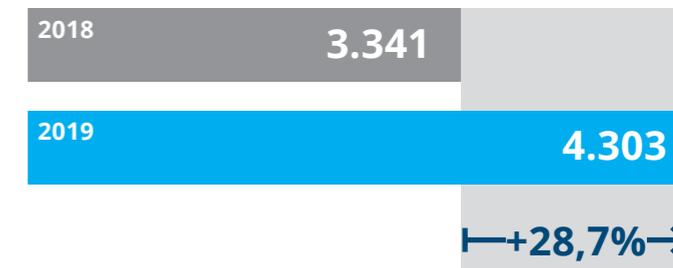
Cursos de formação técnica

Formação de 261 pessoas em panificação e confeitaria e atendimento ao(à) cliente por meio dos programas Mãos na Massa e Sementes e mais de 2,7 mil empreendedores(as) certificados(as) por meio da Academia Assaí Bons Negócios.

Arrecadação de alimentos

Aumento das arrecadações de alimentos em 17% em comparação a 2018, somando mais de 2 mil toneladas, destinadas para instituições parceiras do Instituto GPA, por meio das ações da Agenda Solidária.

Total de doações (toneladas)



Qualidade e Responsabilidade na Cadeia de Valor

102-9

ODS

EIXOS DE SUSTENTABILIDADE

- 2
- 8
- 11
- 12
- 14
- 15



Relações responsáveis

Somos uma empresa de varejo com uma cadeia de valor rica e complexa que conecta o(a) produtor(a), a indústria e os processos de armazenagem e distribuição.

Construímos com os(as) parceiros(as) de negócio uma relação pautada por condutas éticas e boas práticas que estão conectadas a critérios sociais, ambientais e econômicos, contidos em nossa Carta de Ética de Fornecedores(as).

O documento, que compõe o contrato, formaliza regras e recomendações sobre respeito aos Direitos Humanos, jornada de trabalho, saúde e segurança, práticas anticorrupção, meio ambiente e bem-estar animal.

*Produtor de alfaces
cuida da plantação*



Etapas da produção consideradas na análise de riscos socioambientais da cadeia de fornecimento ao GPA

MATÉRIA-PRIMA



TRANSFORMAÇÃO



GPA



RISCOS SOCIOAMBIENTAIS



Bem-estar animal



Combate ao desmatamento



Condições de trabalho



Uso responsável da biodiversidade



Bem-estar animal

Em 2019, o GPA seguiu desenvolvendo o tema do bem-estar animal em toda a cadeia, com destaque para a implementação de ações visando alcançar 100% da venda de ovos de galinhas livres de gaiolas nas Marcas Exclusivas até 2025.

Para isso, intensificou a divulgação dos produtos e seus atributos para os(as) clientes; reforçou o abastecimento em loja; tem trabalhado em conjunto com os(as) fornecedores(as) para o desenvolvimento da cadeia; e tem atuado, setorialmente, junto ao poder público para que esse processo produtivo tenha um padrão definido no país.

Em continuidade com o plano de desenvolvimento de fornecedores(as), iniciado em 2018, foi realizado, em abril de 2019, mais um *workshop* das equipes comerciais das bandeiras Assaí e Compre Bem e seus(uas) respectivos(as) fornecedores(as) de ovos. A formação teve como objetivo abordar aspectos gerais sobre a produção de galinhas de postura, assim como as técnicas que contemplam o bem-estar animal. Para o(a) consumidor(a) foi iniciada uma comunicação em lojas-piloto com mais informações sobre os tipos de produção de ovos, criando um ambiente mais favorável para a sensibilização de nossos(as) clientes.

Como resultado, aumentamos o abastecimento dos ovos de galinhas livres de gaiolas nas lojas Extra e Pão de Açúcar de 96,1% para 98,2%. No Assaí, ampliamos para 143 as lojas que ofertam ovos de galinhas livres de gaiolas, um aumento de 22 lojas em relação ao ano anterior.

Embalagem de ovos de galinhas livres de gaiolas



Participar do *Workshop* promovido pelo Assaí foi superinteressante para perceber a evolução dos(as) produtores(as) em relação ao respeito aos animais e como eles(as) estão conseguindo atribuir valor financeiro e conceitual aos produtos. Nós, da Ovos Mombuca, uma empresa familiar, iniciamos a criação de aves livres de gaiolas em 2017, com o intuito de suprir a crescente demanda de ovos na época. Em 2018, percebemos que seria uma boa oportunidade agregar à nossa marca uma linha de produtos que já era muito forte no Brasil: os ovos caipiras.

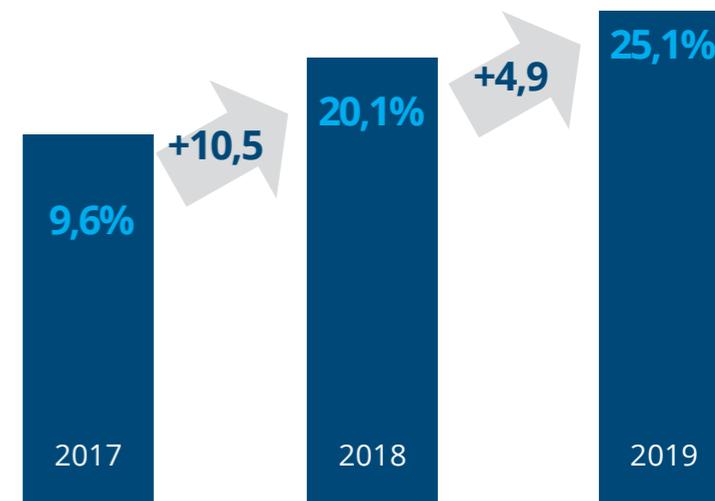
Em 2019, convertemos todos os galpões de aves livres de gaiolas, em sistema de aves caipiras conseguindo, recentemente, a chancela do Selo AVAL (Associação dos Avicultores Alternativos).



Tiago Wakiyama,
Gerente Ovos Mombuca, fornecedor de ovos do Assaí Atacadista.

Vendas de ovos de galinhas livres de gaiolas

Marcas Exclusivas





Combate ao desmatamento

Temos como compromisso prevenir e minimizar impactos sociais e ambientais negativos na nossa cadeia de abastecimento. Sabe-se que grande parte da produção de carne bovina provém do bioma amazônico, constantemente impactado pelo desmatamento. Por isso, estabelecemos desde 2016, por meio da Política de Compras de Carne Bovina, um processo de homologação dos(as) fornecedores(as) desse produto. Esse processo tem como objetivos identificar a origem direta e garantir o cumprimento de critérios socioambientais de produção da carne bovina como:

- Livre de desmatamento do bioma amazônico;
- Livre de condições análogas a trabalho escravo/infantil;
- Livre de embargos;
- Livre de invasões a terras indígenas;
- Livre de invasões a áreas de conservação.

Tem como escopo e abrangência todos(as) os(as) fornecedores(as) nacionais de carne *in natura* (resfriada/ congelada) que fornecem para qualquer um de nossos negócios e bandeiras. Tem duas abordagens estratégicas:

1. Rastreabilidade e transparência;
2. Monitoramento da cadeia.

Em relação à transparência, nossos(as) fornecedores(as) têm o dever de informar a origem da carne ou do gado que processam para abastecer as nossas lojas em nosso sistema de rastreabilidade. Ao final de dezembro de 2019, 94% dos(as) fornecedores(as) já imputavam dados nesse sistema.

Para o monitoramento, requeremos aos frigoríficos a implantação de um sistema de geomonitoramento para controlar as compras de gado e verificar os cinco critérios contemplados na nossa Política. 99,6% do volume de carne vendido em nossas lojas possui origem monitorada e controlada por esses sistemas.

Fornecedores(as) que não aderiram à Política ou não a implementaram são suspensos(as) até adequação. Além disso, caso seja encontrada qualquer incoerência no decorrer do processo, a fazenda é bloqueada e não pode mais comercializar com a Companhia. Desde a implementação da política até o final de 2019, 23 fornecedores(as) foram excluídos(as) / reprovados (as).



No ano de 2019, a equipe técnica da Aliança da Terra, através de um intenso trabalho de campo, realizou uma criteriosa avaliação socioambiental em 100% das fazendas produtoras de carne Rubia Gallega do Brasil. Com segurança, podemos afirmar que todas essas fazendas cumprem com os requisitos da Plataforma Produzindo Certo, garantindo ao(a) consumidor(a) um processo produtivo que contribui para a proteção dos recursos naturais e valorização das pessoas que trabalham no campo. Um dos resultados mais impressionantes foi o fato de que, mesmo na grande crise de incêndios ocorridos no Brasil em 2019, não houve foco de incêndio em nenhuma dessas fazendas.



Aline Locks,
CEO Aliança da Terra.

RESULTADOS DA PRODUÇÃO DA LINHA DE CARNES EXCLUSIVA

- RUBIA GALLEGA -

RUBIA GALLEGA

Além desse monitoramento, desenvolvemos, há mais de 10 anos, uma linha de carnes exclusiva, a Rubia Gallega – proveniente do cruzamento da raça espanhola Rubia Gallega e da brasileira Nelore –, produzida no Brasil, por pecuaristas parceiros(as) exclusivos(as) do GPA. Todas as etapas de criação, recriação e engorda do gado são realizadas em fazendas dos(as) produtores(as) parceiros(as), garantindo a rastreabilidade total da cadeia, desde a inseminação do animal até a venda na gôndola.

Todas essas fazendas foram visitadas pela Aliança da Terra, por meio do Programa Produzindo Certo, para avaliar aspectos legais, ambientais, sociais, econômicos, de bem-estar animal e de rastreabilidade, fomentando assim boas práticas.



+ de **345.000** ha
sob boa gestão socioambiental



+ de **32.000** ha
de área de preservação permanente
(90,4% preservada)



+ de **2.200** km
de rios e cursos d'água protegidos

Embalagens de carne Rubia Gallega





Condições de trabalho

Como parte dessa gestão de fornecedores(as), realizamos auditorias de conformidade social em fábricas localizadas em países em situação de vulnerabilidade social, com o intuito de avaliar não só a aderência às legislações locais, mas também às normas da Organização Internacional do Trabalho (OIT). O processo é realizado de acordo com a metodologia *Initiative for Compliance and Sustainability (ICS)*, protocolo internacional de compartilhamento dos resultados das auditorias entre os membros. 94% de nossas fábricas foram auditadas em 2019. Além desse acompanhamento, desde 2017, também verificamos a Lista Suja de Trabalho Escravo e embargos do Ibama para os(as) nossos(as) potenciais fornecedores(as). Quando identificamos a presença de um(a) fornecedor(a) potencial nessa base de dados, o cadastro é imediatamente suspenso.

Em 2019, foi realizado um treinamento com 100% da equipe comercial do Multivarejo responsável pela importação, envolvendo cerca de 30 pessoas, para reforçar as metas e os compromissos em relação a condições dignas de trabalho na cadeia, reforçar processos e engajar os(as) colaboradores(as) com foco em responsabilidades e atribuições.

FORNECEDORES(AS) DE PRODUTOS TÊXTEIS, CALÇADOS E ACESSÓRIOS TÊM CERTIFICAÇÃO ABVTEX

Desde 2011, temos o compromisso de comprar 100% de nossos produtos têxteis, calçados e acessórios de fornecedores(as) e subcontratados(as) certificados(as) pela ABVTEX (Associação Brasileira do Varejo Têxtil). O GPA é uma das empresas que compõem o Conselho Diretor da entidade e participa ativamente das discussões do Grupo de Trabalho de Fornecedores, buscando sempre melhorias no Programa de Auditorias.

Em 2019, identificamos que 3% de nossos(as) fornecedores(as) estavam em processo de recertificação e, portanto, foram suspensos(as) até o início do ano de 2020, quando a situação foi normalizada.

Também foi realizado no ano um treinamento com toda a equipe do Comercial têxtil para reforçar os processos internos de cumprimento aos compromissos do programa, além da apresentação da plataforma da ABVTEX, que entrega transparência à cadeia, pois viabiliza o acompanhamento dos dados de cada fornecedor(a) em tempo real, além de indicar fornecedores(as) aprovados(as), por região.

Setor têxtil em loja Extra Hiper



A participação ativa do GPA como associado signatário do Programa ABVTEX tem sido fundamental no processo de melhorias do programa. O Grupo tem demonstrado seu comprometimento com o monitoramento e desenvolvimento da cadeia de fornecimento em prol da formalização, do trabalho digno, transparência e ética nos negócios. Ao somar esforços com as demais 101 marcas participantes do Programa ABVTEX nas reuniões dos Grupos de Trabalho, o GPA compartilha suas melhores práticas e promove o intercâmbio de experiências para encontramos soluções conjuntas para problemas comuns. Já a presença da alta liderança no Conselho da ABVTEX contribui significativamente para a expansão da entidade e consolidação de seu papel protagonista na transformação da cadeia de valor da moda.



Edmundo Lima,
Diretor Executivo ABVTEX.



Uso responsável da biodiversidade

Para um melhor manejo de nossos recursos, em especial os pesqueiros, temos uma política para recebimento de pescados frescos, que inspeciona a qualidade e o atendimento às leis vigentes, como época de defeso, tamanho mínimo de captura, monitoramento do Registro Geral da Atividade Pesqueira – RGP, qualificando os(as) fornecedores(as). Além disso, nos comprometemos a não comercializar, mesmo com a permissão da legislação, espécies em risco de extinção, como garoupa e badejo.

Desde 2018, oferecemos aos(as) clientes maior variedade de pescados (saramonete, sororoca, olhete, catuá, olho-de-boi, olho-de-cão, cavala, carapau e xaréu) para promover o consumo de espécies pouco conhecidas pelo(a) consumidor(a). Em 2019, consolidamos a comunicação visual sobre o projeto nas lojas Pão de Açúcar da última geração, aumentando as vendas de algumas espécies, como olho-de-boi (79% em relação a 2018), por exemplo. A espécie mais vendida continua sendo o pargo-rosa.

Para 2020, queremos fomentar ainda mais esse projeto, reforçando treinamentos na nossa equipe de loja e promovendo maior comunicação junto aos(as) nossos(as) clientes.

Peixaria do Pão de Açúcar traz informações sobre projeto de diversidade de espécies



Sem risco de extinção



Registro de origem



Tamanho mínimo respeitado



Pesca em época permitida

Além dessas ações, desenvolvemos outros programas que contribuem para a qualidade dos produtos que vendemos em nossas lojas, como o **Qualidade Desde a Origem**, além de aumentar o sortimento e apresentar ao(à) consumidor(a) opções de produtos que estimulam um consumo mais consciente, como a oferta de orgânicos (Taeq Boa Escolha) e a linha Caras do Brasil.

QUALIDADE DESDE A ORIGEM

As frutas, legumes e verduras representam o maior volume de vendas do GPA. Por isso, realizamos, desde 2009, o Programa Qualidade desde a Origem (QDO), que envolve as seguintes ações:

- Auditorias de qualidade para qualificar e selecionar fornecedores(as);
- Análise de resíduos agrotóxicos e microbiológicos nos produtos, de acordo com a legislação e as normas vigentes;
- Rastreamento e coleta de informações para atestar 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).

Todas essas iniciativas promovem melhorias na cadeia de suprimentos, auxiliam os(as) fornecedores(as) no aperfeiçoamento de seus processos e expansões, e garantem produtos seguros aos(às) consumidores(as).

Em 2019, foram realizadas 590 análises de resíduos em mais de 95 variedades diferentes de vegetais. Após quatro anos de trabalho, foi finalizada a implementação da plataforma de monitoramento QDO, 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. Em setembro de 2019, um evento com todos(as) os(as) nossos(as) fornecedores(as) marcou a nova fase do programa.

CARAS DO BRASIL INCENTIVA PRODUÇÕES SUSTENTÁVEIS

Incentivamos o consumo de produtos de pequenos(as) produtores(as), com processos sustentáveis de cultivo e manejo, por meio do Caras do Brasil, criado há 18 anos pelo Pão de Açúcar.

O programa viabiliza o acesso desses(as) fornecedores(as) ao grande varejo, disponibilizando nas lojas produtos típicos das cinco regiões brasileiras, promovendo o reconhecimento e a valorização dos produtos e dos(as) produtores(as), e **fortalecendo a regionalização e a cultura, a partir dos alimentos.**

Desde a sua criação, já passaram pelo programa mais de 100 pequenos negócios. Em 2019, o programa passou por uma reestruturação e encerrou o ano com o novo conceito em seis lojas e com 15 parceiros(as) comerciais. Em 2020, prevemos a expansão do Programa em outras localidades e lojas do Pão de Açúcar.



[Clique aqui e saiba mais sobre o Caras do Brasil.](#)

Equipe Manioca



Cada vez mais há consumidores(as) preocupados(as) com o futuro da alimentação, do meio ambiente e da nossa biodiversidade. Muitos produtos maravilhosos são produzidos na floresta – e por quem vive nela. Levar os sabores da Amazônia para todo lugar, de forma natural e mais simples possível é o propósito da Manioca. E a parceria com o Programa Caras do Brasil é fundamental para aproximar a floresta do público brasileiro, levando cor, sabor e história.



Paulo Reis,
Cofundador da Manioca, um dos parceiros comerciais de Caras do Brasil.

Gôndola de produtos do Programa em loja Pão de Açúcar



TAEQ BOA ESCOLHA PROMOVE O CONSUMO E A OFERTA CONSCIENTE

Em parceria com fornecedores(as), o GPA lançou uma linha para maximizar o consumo de toda a produção orgânica e valorizar frutas, legumes e verduras, evitando seu descarte.

Os alimentos selecionados para a linha Taeq Boa Escolha podem ter variação de tamanho e formato, além de apresentar alterações de coloração e manchas, em comparação com produtos orgânicos tradicionais.

Por essas características, os itens custam, em média, 40% menos do que os orgânicos tradicionais. Na primeira etapa do Programa, os produtos são vendidos em cinco lojas do Extra. São ofertados três tipos de tomate, batata, cenoura, cebola, manga, melão, maracujá, mamão, melancia, abobrinha e batata-doce.

ORGÂNICOS A GRANEL

Como pioneiros em oferecer produtos orgânicos aos(às) nossos(as) clientes, iniciamos em algumas lojas do Pão de Açúcar a venda de frutas e legumes orgânicos sem embalagens, possibilitando aos(às) clientes consumir de maneira sustentável, levando apenas a quantidade que realmente precisam e sem geração de embalagens secundárias.

Dessa forma, garantimos preços até 30% menores do que os orgânicos pré-embalados e oferecemos ao(à) consumidor(a) a possibilidade de selecionar os produtos com tamanhos e formas que mais se adequam às suas necessidades.

VERDURA DIRETO DO PÉ

Hoje são sete lojas do Pão de Açúcar que contam com uma instalação hidropônica para produção de hortaliças que traz o campo para dentro do supermercado e permite ao(à) cliente colher direto do pé. O projeto diminui a distância entre o(a) produtor(a) e o(a) consumidor(a) e contribui com a redução do desperdício de alimentos, já que não há perda de produtos no processo logístico.



Horta do Pão



Resumo das metas

Metas 2019	STATUS	Comentários
Atingir 25% da venda de ovos de galinhas livres de gaiolas (Marcas Exclusivas)		O percentual de vendas de ovos de galinhas livres de gaiolas foi de 25%, um aumento de 4,9 p.p. em relação a 2018
Possuir 90% do volume do óleo comprado em nossas Marcas Exclusivas com origem conhecida (rastreadibilidade)		Fechamos 2019 com 97% do volume de óleo de palma comprado por ME com origem conhecida
Atingir 100% do volume de carne adquirida proveniente de fornecedores(as) com sistema de geomonitoramento		Atingimos 99,6% do volume de carne 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		Auditamos 94% de nossos(as) fornecedores(as) de países críticos
Relançar o Programa Caras do Brasil		O Programa Caras do Brasil foi reestruturado e implementado em algumas lojas, com seu novo conceito, no final de 2019

CUMPRIDA
 PARCIALMENTE CUMPRIDA
 NÃO CUMPRIDA

Valorização da nossa gente

ODS

EIXOS DE SUSTENTABILIDADE

4

5

8

10



Como o maior empregador do varejo no Brasil, temos uma cultura de gestão de pessoas que reconhece nossos talentos, promove a diversidade e mantém nossos(as) colaboradores(as) engajados(as) na condução do planejamento estratégico do GPA e de todos os seus negócios.

Nova plataforma de seleção

Em 2019, em linha com a diretriz estratégica de transformação digital, implementamos para Corporação, Multivarejo, GPA Malls, Assaí e Compre Bem um projeto que torna as etapas dos processos seletivos totalmente digitais. A nova plataforma permite que os(as) candidatos(as) façam o cadastro e acompanhem todas as fases do processo seletivo e o desempenho, além disto, todos(as) os(as) RHs de Ponta e os(as) gestores(as) têm acesso em tempo real às informações das suas vagas. Também temos programas estruturados de recrutamento interno, que valorizam nossos talentos. No ano, selecionamos mais de 1 mil colaboradores(as) por meio do Processo de Seleção Interno (Prosin). E mais de 38 mil novos(as) colaboradores(as) passaram a fazer parte da Companhia.



Lançamento Programa de Cultura: Ser Assaí é assim

Em 2019, o Assaí identificou, registrou, validou e começou as disseminações dos valores e comportamentos que traduzem o Jeito de ser Assaí.

Para isso, foram realizadas mais de 200 entrevistas, com diretoria, lideranças e colaboradores(as) de nossas lojas, Centrais de Distribuição e escritórios, de modo a identificar os valores já existentes e praticados, porém nunca antes registrados e padronizados.

Ao realizar a análise dos dados colhidos, foi possível perceber que os(as) colaboradores(as) já os praticam e escolhem estar conosco, engajados(as) e felizes, pelo que já somos. Foram seis os valores elencados: Simplicidade; Foco no(a) cliente; Paixão pelo que fazemos; Compromisso com resultado; Cuidado com a nossa gente; e Ética.

E, para garantir o cascadeamento das informações, foram realizadas as seguintes ações:

- Criação da marca "Ser Assaí é Assim";
- Lançamento da cultura para mais de 400 líderes e especialistas na Reunião Nacional do Assaí, ocorrida em agosto;
- Divulgação do vídeo manifesto e todos os valores e comportamentos em 100% dos canais de comunicação do negócio;
- Ambientação de todas as filiais com móveis, cartazes, papel bandeja, parede de cultura etc;
- Realização do 1º *Workshop* de Cultura com o time de RH para testar o modelo-piloto;
- E para 2020, realizaremos a troca de todos os cordões de crachá e daremos sequência aos *workshops* de levantamento de práticas (*do e don't*) com todas as lideranças.

Capacitação e desenvolvimento para o crescimento do negócio

Entendendo a rapidez e a complexidade das mudanças às necessidades dos(as) nossos(as) clientes, investimos em capacitação e desenvolvimento de nossos(as) colaboradores(as), por meio de treinamentos, sensibili-

zações e procedimentos técnicos para o desenvolvimento de suas carreiras e sempre visando melhor atender nossos(as) clientes.

Além de treinamentos para valorização profissional, fornecemos conteúdos voltados ao autodesenvolvimento e autoconhecimento dos(as) nossos(as) colaboradores(as). Esses programas são realizados pela Universidade do Varejo GPA e Universidade Assaí.



Colaborador do Compre Bem

Universidade Assaí

Em 2019, tivemos mais de 2 milhões de horas de treinamento para mais de 35 mil colaboradores(as) do Assaí. No total, foram 141.566 participações em treinamentos, gerando uma média de 59 horas de treinamento por colaborador(a). Mais de R\$ 17 milhões foram investidos no desenvolvimento da Nossa Gente, com o objetivo de continuar preparando e qualificando nossos(as) colaboradores(as) para sustentar a expansão do nosso negócio. No geral, tivemos mais de 50% de crescimento em horas e investimento em capacitação comparados ao ano de 2018.



35 mil
colaboradores(as)

treinados(as) no Assaí



R\$ 17 mi

investidos pelo Assaí
no desenvolvimento da
Nossa gente



EXPANSÃO ASSAÍ

+ de 6.100
pessoas admitidas



EXPANSÃO COMPRE BEM

+ de 1.100
pessoas admitidas



+ de 31 mil
pessoas participaram dos processos seletivos em todo o Brasil

+ de 5 mil
pessoas participaram dos processos seletivos no estado de São Paulo

Expansão Assaí e Compre Bem, imersão na cultura organizacional e integração dos(as) recém-admitidos(as)

As equipes das novas lojas do Assaí e do Compre Bem, incluindo gerentes, média liderança e colaboradores(as) da base, tiveram aproximadamente 30 dias de treinamento consecutivos para imersão na cultura, processos, padrões operacionais e boas práticas de gestão, além de todo pacote de treinamentos previstos no Kit de Inauguração, um programa criado em 2013 exclusivamente para preparar os(as) novos(as) colaboradores(as) para a abertura com êxito das novas lojas. Esse programa garantiu uma redução do *turnover* de expansão em mais de 20 p.p. nos últimos cinco anos.

Formação das Lideranças Assaí

Em 2019, a Universidade Assaí continuou investindo muito na formação de lideranças com os Programas: Dono do Negócio para gerentes de loja; Acelerar para os(as) subgerentes de loja; Crescer para os(as) chefes de seção de loja e encarregados(as) das Centrais de Distribuição; e o recém-lançado Programa Atuar para todos(as) os(as) chefes de operação das Centrais de Distribuição. Em média, cada um desses cargos recebeu cinco cursos ao longo do ano, com temas ligados ao conhecimento do modelo de negócio, modelo de operação, gestão comercial, atendimento ao(à) cliente e gestão de pessoas. Preparar as nossas lideranças é garantir a perpetuidade da nossa cultura e que eles(as) sejam exemplo para todos(as) os(as) demais colaboradores(as).

Trainee Comercial Assaí

Em 2019, foi identificado, por meio do Avance, vários(as) colaboradores(as) que manifestaram o desejo de migrar suas carreiras para a área Comercial. E uma vez que esse setor é extremamente importante e *core* para o modelo de negócio do Assaí, lançamos o Programa Trainee Comercial. Os(As) participantes inscritos(as), ao serem aprovados(as) em um processo seletivo interno, saíram de suas funções e ficarão 24 meses no programa de formação. Ao final, eles(as) poderão ser alocados(as) em posições de Assistente Comercial III ou Comprador(a) Jr. Tivemos 20 aprovados(as) na seletiva e, ainda em 2019, realizamos:



+ de 2.180h
de treinamento presencial

+ de 37h
de treinamento *online*

+ de 7.920h
de estágio

Trainee de Operações e Trainee Carreira em Operações Assaí

Contamos com dois programas diferenciados: O Programa Trainee de Operações, voltado para os(as) chefes de seção e encarregados(as) de Centrais de Distribuição se prepararem para assumir o cargo de subgerente de loja; e o Trainee Carreira em Operações, exclusivo para colaboradores(as) dos escritórios que desejam migrar para a área de Operações.

Em 2019, chegamos a 9ª turma do Programa Trainee de Operações e, durante o ano, tivemos três turmas simultâneas de Trainees em andamento (8ª e 9ª turmas do Trainee de Operações e a 1ª do Carreira em Operações), com mais de 90 participantes. Os programas de Trainee do Assaí são um sucesso, sendo porta de crescimento de carreira para os(as) colaboradores(as). Foram mais de mil inscritos(as) nos processos seletivos ao longo do ano, totalizando:

+ de 66 mil
horas de treinamento

+ de 2 mil
horas de estágio mão na massa

Colaborador do Assaí



Aperfeiçoamento contínuo do Backoffice

Em 2019, pensando em transferir a responsabilidade pelo seu desenvolvimento para cada colaborador(a) dos Escritórios Assaí, relançamos o Aprende Mais Corporativo com o modelo de autoinscrição e validação do(a) gestor(a) com *workflow* 100% digital via plataforma de LMS (*crossknowledge*). Com essa iniciativa, conseguimos aumentar em mais de 100% a participação dos(as) colaboradores(as) do *backoffice* nos cursos oferecidos mensalmente pela Universidade Assaí. No ano tivemos mais de 2 mil participantes em nossos cursos.

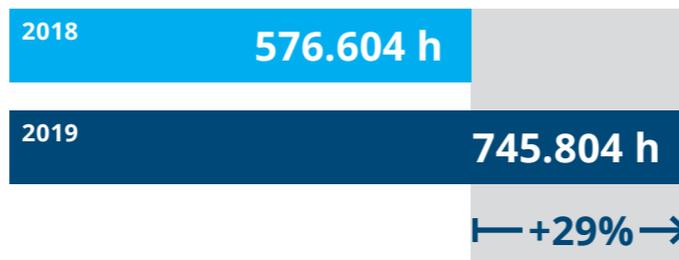
Além disso, automatizamos o registro de presença nos treinamentos oferecidos na Universidade com a implementação de um aplicativo que realiza a leitura do QRCode existente nos crachás dos(as) colaboradores(as). É a Universidade no caminho da transformação digital, trazendo ganho de produtividade e agilidade para o negócio.

Colaboradora do Multivarejo

Universidade do Varejo GPA

A Universidade, voltada para o aprendizado e o desenvolvimento dos(as) colaboradores(as) da Corporação e dos negócios do Multivarejo, desenvolveu diversas iniciativas que somaram 745.804 horas de treinamentos, com um crescimento de 29% em comparação a 2018. Na plataforma *on-line* da Universidade do Varejo, tivemos um aumento de 190% nos números de acessos e a quantidade de horas de navegação nos treinamentos cresceu 1.071%.

HORAS DE TREINAMENTOS



Capacitação na operação de GPA Cartões

Inauguramos, em abril de 2019, o NAC Escola, a primeira loja formadora para integração de novos(as) colaboradores(as) do GPA Cartões. Até o mês de dezembro, foram capacitados(as) 270 novos(as) colaboradores(as).



Desenvolvimento de colaboradores(as) do Pão de Açúcar em atendimento

O Programa Surpreender para Encantar treinou 16 mil colaboradores(as) do Pão de Açúcar, oferecendo uma experiência lúdica e interativa para falar de atendimento por meio dos pilares do Jeito de Ser e Atender, melhorando o nível de atendimento dentro das nossas lojas.

Equipe de colaboradores(as) que promoveram a Semana do Desenvolvimento GPA

Formação de líderes no Extra

Nas lojas do Extra, realizamos o Treinamento Click na Gestão para 100% da liderança da bandeira, capacitando-a em atendimento e fundamentos de gestão para agregar qualidade e melhorias na operação.

Treinamento em eficiência nas Lojas de Proximidade

Realizamos o Programa Ágil com 100% dos(as) colaboradores(as) do formato de Proximidade para agregar qualidade, eficiência e celeridade no atendimento aos(às) clientes dessas lojas.

Formação técnica no Multivarejo

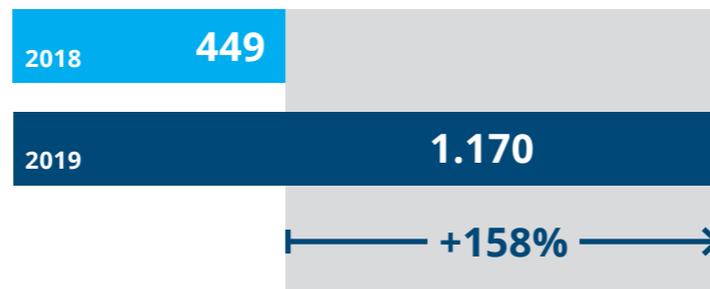
Ao longo de 2019, formamos 14.389 pessoas nas funções de açougueiro(a), confeitado(a), padeiro(a), peixeiro(a) e operador(a), além de chefe de operações, gestor(a) e liderança de loja, somando 126.330 horas de treinamento.

Dia e Semana do Desenvolvimento GPA

Em 2019, 1.170 colaboradores(as) participaram da Semana do Desenvolvimento, um aumento de 158% em comparação ao ano anterior. Foram 29 ações de capacitação, em temas como protagonismo, metodologia ágil, liderança, *coaching*, *feedback*, *mindset* digital e *mindfulness*.

No Dia do Desenvolvimento, uma vez por mês, também realizamos, em média, quatro ações de treinamentos corporativos com autoinscrição em diversos temas, como comunicação, gestão da mudança, Excel, entre outros assuntos. Ao longo do ano, mais de 500 colaboradores(as) participaram desses encontros.

COLABORADORES(AS) PARTICIPANTES DA SEMANA DO DESENVOLVIMENTO



Pesquisa de engajamento: Fale na Boa

Realizada a cada dois anos em nossas Unidades de Negócios, a pesquisa mede a favorabilidade e o engajamento dos(as) colaboradores(as).

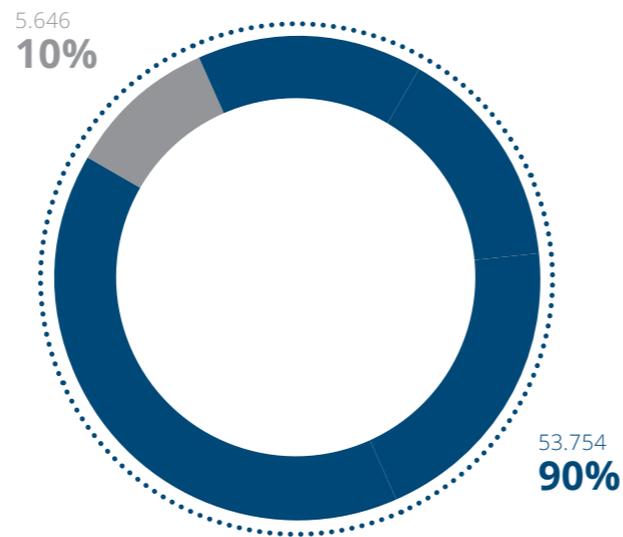
Em 2019, o Multivarejo e a Corporação aplicaram a pesquisa que passou por mudanças em um questionário individual e sigiloso – 100% *on-line* Dos(as) 59.400 elegíveis (todos(as) os(as) colaboradores(as), estagiários(as) e jovens aprendizes admitidos(as) até março de 2019), 53.754 responderam, um índice de adesão de 90%. O Índice de engajamento passou de 66% em 2017 para 73% em 2019, aumento de 7 p.p. Um dos indicadores de maior relevância e que mostra toda evolução em nosso trabalho nos últimos anos foi o referente à diversidade. Tivemos um aumento de 8 p.p no tema em relação à última pesquisa. Em 2020, será desenvolvido um plano de ação como forma de retorno aos resultados da pesquisa.

Diversidade: 8 pontos acima

No tema, a pesquisa apontou um aumento de 77% para 85% em 2019

Participação na pesquisa

(colaboradores(as) e %)



- Responderam
- Não responderam

Índice de engajamento



Colaboradores(as) reunidos(as) na sede do GPA

DESDOBRAMENTOS DA PESQUISA DE ENGAJAMENTO DO ASSAÍ

A pesquisa de engajamento do Assaí, realizada em 2018, teve 94% de adesão dos(as) colaboradores(as) e apresentou um índice de engajamento de 79%, número recorde desde que a pesquisa é aplicada. Como forma de retorno aos(as) colaboradores(as), a bandeira implantou diversas ações, como os programas de Reconhecimento aos(as) promovidos(as) e Programa Destaque do Mês, ambos realizados nas lojas do Assaí; e a disponibilização de novas opções de cursos e aperfeiçoamento na Universidade Assaí.

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 308 sindicatos, cobrindo 100% do nosso quadro de colaboradores(as). Em 2019, negociamos as convenções e acordos coletivos com os sindicatos para adequação com as novas legislações trabalhistas e necessidades do negócio.



Grupo de colaboradores(as) que completaram 20 anos de Companhia

Novos Ambulatórios: mais saúde aos(as) colaboradores(as)

Dentre as ações para promover a saúde física e psicológica dos(as) colaboradores(as), inauguramos na sede do Assaí Atacadista, em São Paulo, um ambulatório médico de média complexidade, com profissionais de oito especialidades. De setembro a dezembro de 2019 foram realizados mais de 6 mil atendimentos, promovendo a prevenção de doenças e a qualidade de vida de todos(as). Em março de 2020 vamos implantar um ambulatório no mesmo formato na Central de Distribuição (CD) de Cajamar, em São Paulo, com atendimento 24 horas.

O novo Ambulatório do Multivarejo, inaugurado em agosto, atende a Sede e 525 lojas do entorno. Ele é composto por sete consultórios e tem capacidade para atender até 150 colaboradores(as) por dia. Ao longo de 2019, foram realizados aproximadamente 16 mil atendimentos, entre exames admissionais, demissionais, periódicos e de retorno ao trabalho.

Reconhecimentos aos(as) colaboradores(as)

Programa Destaque do Mês

Em 2019, o Assaí lançou o Programa Destaque do Mês, que teve como objetivo reconhecer os(as) colaboradores(as) que possuem atitudes e comportamentos positivos que reforçam a cultura e contribuem para uma melhor experiência dos(as) nossos(as) clientes. Todos os meses, em todas as lojas do Assaí Atacadista, cinco profissionais foram eleitos(as) como destaque, a partir da avaliação de suas lideranças. Desde o lançamento, em agosto de 2019, mais de 3 mil pessoas foram reconhecidas.

Reconhecimento por Tempo de Casa

Outra iniciativa que realizamos foi o reconhecimento de nossos(as) colaboradores(as) que completaram de 10 a 45 anos de Companhia, celebrando os quinquênios. No Multivarejo, realizamos um evento em dezembro para os(as) colaboradores(as) das áreas corporativas e homenageamos cerca de 3 mil pessoas em todo o Brasil. Todos(as) os(as) colaboradores(as) de lojas, Centrais de Distribuição e escritórios regionais que completaram aniversário de empresa receberam em seu local de trabalho um kit para comemoração com seus(uas) colegas. O Assaí possui programa semelhante, em que 387 colaboradores(as) foram homenageados(as) e receberam, juntos(as), R\$ 500 mil em 2019.



Ambientes dos ambulatórios nas sedes do Assaí e GPA



Diversidade e Inclusão

Nosso compromisso com a diversidade, o respeito e a inclusão é um diferencial do nosso negócio, que é feito por pessoas e para pessoas, e tem como centro da estratégia o(a) cliente.

Nossas políticas, iniciativas e processos são orientados por cinco temas prioritários que garantem a representatividade, os direitos humanos e civis, o respeito, a valorização e a equidade de todos(as):



Grupo de colaboradores(as) do Assaí



Inclusão e desenvolvimento de pessoas com deficiência



Equidade de gêneros



Equidade racial



Respeito aos direitos LGBTQIA+



Diversidade etária



Colaborador do Extra Hiper



Inclusão e desenvolvimento de pessoas com deficiência

Mais de 4 mil profissionais com deficiência trabalham na sede, lojas, Centrais de Distribuição e escritórios do GPA.

No Assaí em 2019 chegamos a ter 5,4% do quadro total de colaboradores(as) preenchido com profissionais portadores(as) de deficiência.

Em 2019, os sites e intranet do Assaí e Compre Bem passaram a ser acessíveis às pessoas com deficiência auditiva, com a implementação da ferramenta *Hand Talk* (o Hugo) que traduz conteúdos de textos e vídeos em Libras (Língua Brasileira de Sinais).

Hugo, o personagem da Hand Talk que faz a tradução em Libras



Mais de 5 milhões e 900 mil palavras foram traduzidas desde a implantação do programa.

Ainda levamos o Assaí para a Reatech, maior feira sobre inclusão de pessoas com deficiência da América Latina, nosso estande ofereceu oportunidades de emprego, negócios com o cartão Passaí e capacitação para empreendedores(as) com a Academia Assaí Bons Negócios.

A bandeira Extra, por meio do Instituto GPA, realizou novas edições do Programa Sementes, que visa à capacitação de pessoas com deficiência nos ofícios de panificação, confeitaria e atendimento ao(à) cliente (*saiba mais na página 82*).



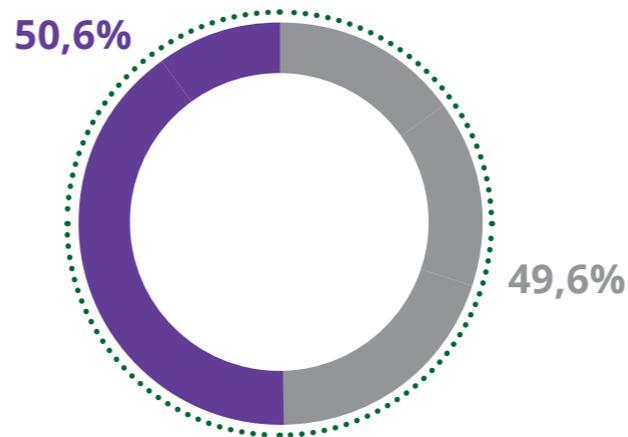
Equidade de gêneros

Em 2019, conduzimos programas e iniciativas em prol da equidade de gêneros em conjunto com as associações das quais fazemos parte.

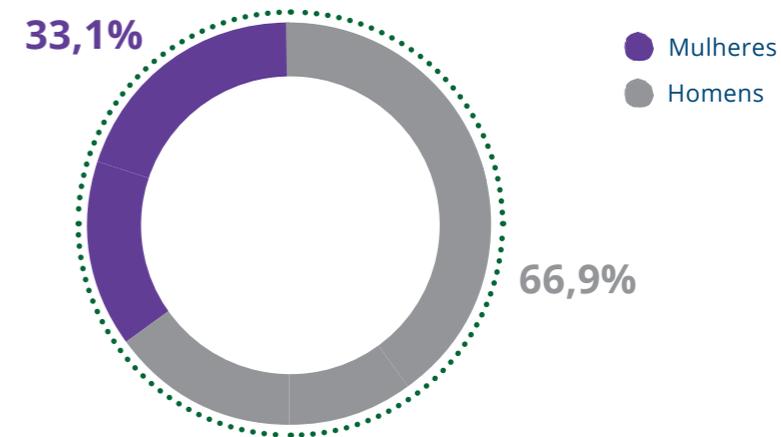
Realizamos, ao longo do ano, diversas ações de desenvolvimento e sucessão para incrementar o número de mulheres em cargos de liderança, com destaque para o Programa de Desenvolvimento da Liderança Feminina, em que 214 gerentes mulheres (da sede, lojas e Centrais de Distribuição) participaram de capacitações sobre empoderamento feminino, marca pessoal, entre outros. A pesquisa de satisfação identificou os seguintes pontos positivos:

- As gerentes aumentaram a visão crítica e o empoderamento feminino, além da percepção do seu papel e responsabilidade na sociedade;
- Aprenderam o valor e a importância de praticar a sororidade;
- Desenvolveram maior grau de consciência e de percepção de seus vieses inconscientes;
- Expandiram a ambição de crescimento profissional de forma consciente e planejada;
- Sentem-se responsáveis por propagar o que aprenderam e fazer a diferença.

Colaboradores(as) GPA



Cargos de liderança (gerentes e acima)



Evento de encerramento do Programa de Desenvolvimento da Liderança Feminina



Entendemos que garantir a equidade de gêneros no GPA compreende também manter, pelo menos, uma mulher no plano sucessório, e dar o suporte às colaboradoras que retornam da licença-maternidade.

Todas essas ações são acompanhadas pelo Comitê de Equidade de Gêneros, que supervisiona e propõe ações para promover o tema de acordo com os pilares do Manifesto pela Equidade de Gêneros. Assinado pela alta liderança, esse Manifesto tem como objetivos fortalecer ações específicas para mulheres em cargos de liderança; promover campanhas e ações educativas para as questões de gênero, com o objetivo de erradicar comportamentos não aceitáveis; evoluir políticas e processos para garantir a equidade salarial entre gêneros; revisar processos para reduzir incidência dos vieses inconscientes; e aprimorar políticas e benefícios relacionados às licenças-maternidade e paternidade.

Além das ações ligadas a políticas e procedimentos, no Assaí e no Compre Bem também foram oferecidas vivências, experiências e palestras abertas aos públicos feminino e masculino sobre equidade de gêneros com temas, como "Por que falamos tanto disto?"; "Combate à violência doméstica"; "Carreira & Maternidade"; "Liderança feminina"; e "Autocuidado & bem-estar da mulher nos dias atuais".

Esses esforços foram reconhecidos pelos dois prêmios que recebemos em 2019:

- **Mulheres na Liderança** (categoria varejo), do Valor Econômico;
- **WEPs Brazil (categoria bronze)** – Empresas empoderando mulheres, uma promoção da ONU Mulheres no Brasil, em parceria com o Pacto Global.

Membros do Comitê de Equidade de Gêneros do GPA e da equipe de Diversidade reunidos(as) no Prêmio WEPS





Equidade racial

Um dos responsáveis pela condução da agenda da diversidade racial, o grupo de afinidade GPA Madiba, criado em 2018, atualmente conta com mais de 100 membros, e atua com questões relacionadas à atração, retenção, desenvolvimento, engajamento, conscientização e sensibilização de nossos(as) colaboradores(as) sobre equidade racial. Em 2019, o grupo desenvolveu um planejamento de médio e longo prazos que irá nortear as ações e as prioridades dentro dos pilares definidos por eles(as): conscientização, comunicação, engajamento e realização de eventos. Além disso, foram realizadas as seguintes ações:

- Definição de grupos de trabalho para planejar e executar ações de conscientização, comunicação, engajamento e realização de eventos;

- Capacitação sobre a construção histórica, social e cultural do racismo e o papel do indivíduo como agente de mudança, no Mês da Consciência Negra, em novembro;
- Ações de sensibilização voltadas aos(as) colaboradores(as), na Semana da Consciência Negra, como a palestra sobre como a cor da pele está relacionada à desigualdade, e sobre como cada pessoa pode contribuir com evoluções na construção de políticas públicas de combate às desigualdades e à discriminação racial. Além de uma dinâmica, em parceria com o Instituto

Identidades do Brasil, que propôs aos(as) participantes reflexões sobre o posicionamento pessoal relacionado à questão racial no dia a dia, o Jogo do Privilégio Branco. Além da distribuição de material formativo sobre expressões racistas que devem ser evitadas;

- Participação, em novembro, da Feira de Profissões na Faculdade Zumbi dos Palmares. O evento teve como objetivo promover a interação entre as empresas e os(as) estudantes para a atração de talentos, e tivemos a oportunidade de falar sobre nossas vagas e processos seletivos.

No Assaí e Compre Bem foi aprovado o Programa de Estágio Étnico Racial, previsto para o 1º semestre de 2020, com 15 vagas para inclusão de jovens universitários(as) negros(as) em todas as áreas das duas bandeiras.

Grupo de afinidade GPA Madiba





Respeito aos direitos LGBTQIA+

Em 2018, também foi criado o grupo Orgulho LGBTQIA+, do qual participam mais de 60 colaboradores(as) que se articulam para contribuir com um ambiente de trabalho mais respeitoso e inclusivo. O grupo realiza ações afirmativas para atrair, reter e desenvolver talentos, além de contribuir com a tomada de consciência dos(as) colaboradores(as) e da sociedade pelo respeito à comunidade LGBTQIA+.

Em 2019, foram realizadas algumas ações de sensibilização, como uma palestra sobre os desafios das empresas em vista da aprovação da lei que iguala a homofobia à injúria racial, no Dia Internacional da Luta contra a LGBTQIA+fobia; e uma série de comunicações, com vídeos informativos na Semana do Orgulho LGBTQIA+. Além disso, as lojas do Mini Extra no trajeto da parada do Orgulho LGBTQIA+ foram decoradas com as cores da Bandeira Arco-Íris, símbolo do movimento.



Grupo de colaboradores(as) do GPA



Eu fui bem acolhida pelos(as) clientes e pelos(as) meus(inhas) colegas. Estou gostando muito de trabalhar na frente de caixa, me identifiquei bastante com a minha equipe, as pessoas sabem da minha transexualidade e me apoiam, é muito bacana isso.



Michele Queiroz,
Colaboradora do Extra.

Parceria com a Transempregos

Firmamos uma parceria entre a área de Recrutamento e Seleção e a Transempregos, plataforma que conecta profissionais trans e travestis a empresas que querem investir em diversidade.

Como resultado, foram contratados(as) 31 profissionais trans em 2019. Também participamos, junto a outras empresas, do Festival #AgoraVai, outra iniciativa da Transempregos, cujo objetivo foi capacitar profissionais trans para o mercado de trabalho, com oficinas e treinamentos sobre elaboração de currículo, dicas para entrevista e até escolha do vestuário.



Diversidade Etária

Entre os(as) nossos(as) colaboradores(as), temos profissionais de todas as gerações e de diferentes regiões. Em 2019, tivemos 4.193 jovens aprendizes, com faixa etária média entre 16 e 24 anos, 98 estagiários(as), de 18 a 23 anos, e 1.614 profissionais com mais de 60 anos, que juntos(as) correspondem a 6,2% de nossos(as) colaboradores(as).

Para valorizar os diferenciais de cada geração, realizamos, ao longo do ano, ações para os(as) colaboradores(as) como palestras e divulgação de conteúdos.

EM 2019 CONTAMOS COM

4.193 jovens aprendizes de 16 a 24 anos

98 estagiários(as) de 18 a 23 anos

1.614 profissionais com mais de 60 anos

Grupo de jovens aprendizes do GPA



Em 2019, o GPA teve duas turmas em seu Programa de Estágio, que recebeu 80 novos talentos com diversos tipos de vivências e expectativas para atuarem em 18 áreas da Companhia. Eles participaram por um ano de trilhas de conhecimento e, ao final, desenvolveram um projeto de melhoria no segmento em que atuam.

Jovem Aprendiz

O ano de 2019 representou um importante marco para o Programa Jovem Aprendiz do GPA que, após três anos de consolidação do(a) Aprendiz Operador(a) de Caixa, iniciou o processo de efetivação dos(as) profissionais, alcançando o índice de 32% de contratação entre os termos de contrato. A inserção dos(as) Jovens no setor de frente de caixa aumentou consideravelmente as possibilidades de efetivação, pois, além das competências práticas adquiridas, eles(as) estão culturalmente adaptados(as) e conhecem as rotinas da loja. Para 2020, está prevista a inserção de aprendizes nos setores de perecíveis, padaria e vendas.

No Assaí, consolidamos o Programa Aprendiz com a construção da normativa, o estabelecimento de novas parcerias, o desenho do mapa de aprendizagem, a revisão do modelo de inclusão e a construção da política do Programa para disseminação e capacitação das lideranças. Na Sede Administrativa do Assaí, realizamos o Programa Aprendiz com foco em diversidade.

60+

Nossas vagas são direcionadas a todos(as) aqueles(as) que desejam exercer seus talentos e desenvolver a carreira, sem limite ou restrições quanto à idade. Buscamos valorizar as relações intergeracionais e o quanto elas podem agregar no ambiente de trabalho. O tema foi um dos destaques da Semana de Diversidade e, para 2020, pretendemos estabelecer parcerias com organizações voltadas para a empregabilidade da terceira idade.



Workshop sobre Libras, realizado na Semana da Diversidade GPA

Semana da Diversidade

Em 2019, realizamos a Semana da Diversidade com uma programação para sensibilizar nossos(as) colaboradores(as) sobre os nossos temas prioritários. Na sede do GPA promovemos eventos durante cinco dias consecutivos com mais de 20 palestrantes e painelistas de diversas empresas, organizações da sociedade civil e instituições de ensino e mais de 1.500 pessoas participaram do evento, entre público interno e externo. Na sede do Assaí e Compre Bem, realizamos palestras e experiências, com destaque para o Museu da Empatia, que trouxe ilustrações, fotografias e objetos relacionados aos temas prioritários. E as ações foram escalonadas para nossas lojas, Centrais de Distribuição e escritórios regionais.

Durante a Semana de Diversidade, tivemos uma importante entrega: a disponibilização para todos(as) os(as) colaboradores(as) em nossa Universidade do Varejo, de um curso de Libras (Língua Brasileira de Sinais).



A Língua Brasileira de Sinais sempre chamou muito minha atenção. Tinha como plano futuro fazer algum curso, até que eu tive acesso ao material disponibilizado na Universidade do Varejo. O conteúdo só aumentou meu interesse, por isso, fui atrás de um curso mais aprofundado e em que tivesse alguém para interagir. Já ter chegado nesse curso com o conhecimento básico, facilitou bastante meu desempenho.

Fiquei orgulhosa e realizada quando recebi uma ligação da Cooperativa de Crédito e consegui auxiliar um colaborador surdo a solicitar empréstimo depois da equipe já ter tentado se comunicar de todas as formas – sem sucesso! Agora, o próximo passo, é cursar uma faculdade e me formar como intérprete de Libras.

Janaína Venâncio,
Colaboradora do GPA.



No evento, também assinamos dois compromissos:

- **Aliança sem Estereótipo da ONU Mulheres**
O movimento visa conscientizar anunciantes, agências e a indústria da propaganda sobre a importância de eliminar os estereótipos nas campanhas publicitárias e promover a equidade de gêneros na publicidade.
- **Iniciativa Empresarial pela Equidade Racial**
Uma plataforma de articulação entre empresas comprometidas em buscar um desempenho que faça a diferença na abordagem da temática étnico-racial.

Além desses, em 2019, também nos unimos à **Coalização Empresarial Contra a Violência de Mulheres e Meninas**, iniciativa da ONU Mulheres e do Instituto Avon com o objetivo de construir um ambiente de trabalho seguro e livre de assédio por meio de eixos de atuação baseados em treinamento, capacitação e boas práticas.

TREINAMENTOS E WORKSHOPS

Para reforçar nossos valores e a diversidade em nossa cultura corporativa, realizamos treinamentos e capacitações para os principais *stakeholders*, destacando a importância da atitude respeitosa com todas as pessoas no dia a dia de nossas atividades. Destacam-se:

- **Treinamento sobre vieses inconscientes** para todos(as) os(as) gerentes e diretores(as), membros dos grupos de afinidade e Business Partners (BPs) dos negócios, bem como representantes de RH e Seleção;

- **Workshop para Empresas Especializadas em Segurança** - Realizado para nossos(as) prestadores(as) de serviços especializados no país, de atendimento a segurança privada. O objetivo foi reiterar nossos valores, diretrizes estratégicas e melhoria dos processos no atendimento de nossos(as) clientes;
- No Multivarejo, lançamos em julho o **Programa EmbaixadorEs da Diversidade**, que conta com dois(-duas) colaboradores(as) de loja, multiplicadores(as) do tema para os(as) demais e têm o papel de ponto focal para todos os assuntos relacionados. Para 2020, o desafio é capacitar esses(as) EmbaixadorEs e criar uma rede de relacionamento;
- No Assaí, construímos o **Mapa de Diversidade** (quem são, onde estão e quantos(as) são os(as) colaboradores(as) da bandeira e a quais pilares prioritários da diversidade eles(as) pertencem em todo o Brasil);
- Construção do **vídeo manifesto de Diversidade do Assaí**, apresentando diretrizes para todos os públicos e o respeito necessário nas atitudes e ações que a empresa já realiza para promoção e valorização da diversidade;
- Aprovação e constituição do **Grupo de Diversidade do Assaí**, que discutirá ações que promovam o tema nos próximos anos. O Grupo possui dois(uas)

representantes de cada diretoria, é constituído por líderes formadores(as) de opinião e influenciadores(as) e tem representantes de todos os pilares de diversidade (gerações, gêneros, raças, pessoas com deficiência e LGBTQIA+);

- Também no Assaí, o **Diálogos de Diversidade** conta com um calendário anual de ações, desde comunicados internos e externos, palestras aos(às) colaboradores(as) e participação em feiras e eventos para promoção do tema em datas comemorativas (como, por exemplo, Dia Internacional Contra a Homofobia, Dia da Consciência Negra etc).

Workshop GPA de Prevenção e Segurança

Destinado aos(às) nossos(as) colaboradores(as) que lideram os times envolvidos nas atividades de Prevenção de Perdas de nossas lojas de todo o país. Reforçamos, na ocasião, nossos valores, diretrizes estratégicas e procedimentos, além da agenda do GPA de combate à discriminação e ao preconceito, e como devemos trabalhar esses temas em nosso negócio.

Ação afirmativa durante a Semana de Diversidade Assaí e Compre Bem





Colaborador do GPA participa da Semana da Diversidade

Resumo das metas

Metas 2019	STATUS	Comentários
Alcançar 33,8% de participação de mulheres em cargos de liderança (gerentes e acima)		Alcançamos 33,1% de mulheres em cargos de liderança (gerentes e acima), um aumento de 0,8 p.p. em relação ao ano anterior
Atingir 4,3% de colaboradores(as) com deficiência no quadro funcional		Alcançamos 4,1% de colaboradores(as) com deficiência, um aumento de 0,5 p.p em relação a 2018
Implementar agenda de diversidade (ações de sensibilização e treinamentos)		Realizamos mais de 15 atividades de sensibilização sobre diversidade voltadas a cargos de liderança, membros dos grupos de afinidade e colaboradores(as) do GPA ao longo do ano

CUMPRIDA
 PARCIALMENTE CUMPRIDA
 NÃO CUMPRIDA

Gestão e Mudanças do clima

ODS

EIXOS DE SUSTENTABILIDADE

11 12 13



Diminuição dos impactos ambientais

Nossa operação é complexa e envolve muitas áreas da Companhia e fornecedores(as), responsáveis para que, todos os dias, nossos(as) clientes encontrem os melhores produtos em nossas lojas. E, por possuir uma grande rede de lojas e Centrais de Distribuição espalhadas por todo o Brasil, buscamos sempre identificar, monitorar e minimizar eventuais impactos ambientais negativos.

Por isso, em 2019, realizamos um estudo aprofundado para identificar e mapear as principais características dos

vazamentos de gases refrigerantes e o perfil de consumo de energia em nossas lojas. Como resultado, desenvolvemos um ranking com as lojas que têm prioridade para a atuação em 2020.

Com o objetivo de reduzir as emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE), substituímos os gases dos sistemas de refrigeração por outros menos danosos ao meio ambiente, a troca dos gases tem sido feita de acordo com o cronograma de reformas.



O CDP (*Carbon Disclosure Project*) é uma organização internacional que mobiliza investidores(as), companhias e governos com o intuito de construir e acelerar ações colaborativas para um desenvolvimento que funcione para as atuais e as futuras gerações. Dentro desse escopo, o GPA tem reportado para investidores(as) do mundo inteiro suas informações sobre ação corporativa em relação às mudanças climáticas desde 2010. No ciclo de reporte de 2019, a empresa alcançou a nota B-. Essa performance posiciona a empresa acima da média global e de seu setor, ambas sendo nota C. Participar do CDP é posicionar-se internacionalmente em relação a um assunto extremamente urgente – mudanças climáticas – e também alinhar as ações internas às tendências globais de melhores práticas no tema.



Lucas Ribeiro,
Gerente de Engajamento e
Relações Corporativas no CDP.

Emissões de Gases do Efeito Estufa GPA Ton/CO₂e

EMISSIONES TOTAIS / ANO



EMISSIONES ESCOPO

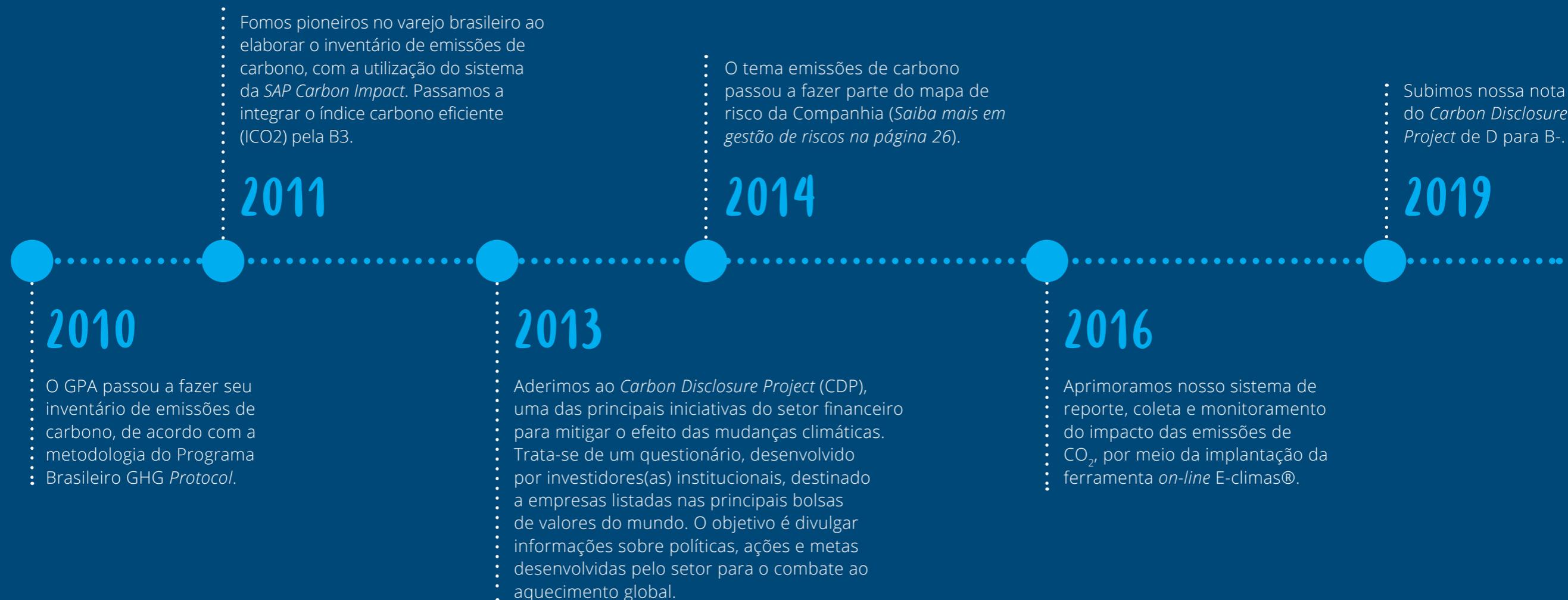


ESCOPO 1
Óleo Diesel para Gerador | Gases Refrigerantes | Combustível para Empilhadeiras | Combustível para Frete Delivery | Combustível para Fogão e Aquecedores

ESCOPO 2
Aquisição de Energia Elétrica

ESCOPO 3
Combustível para Transporte de Mercadoria (CD-Loja) | Consumo de papel A4 | Consumo de Papel para Propaganda | Viagens de Táxi | Viagens de Avião | Resíduos para Aterro | Resíduos Compostados

Controle de emissões



Eficiência energética

A partir do estudo realizado, elencamos as ações necessárias para reduzir o consumo de energia elétrica em nossas lojas e, também, para usar energia de outras fontes renováveis.

No Multivarejo, realizamos investimentos em nossas operações, como fechamento de balcões alimentares para redução de carga térmica, além da automação e troca de lâmpadas e luminárias por modelos mais eficientes.

As lojas do Assaí são construídas levando em consideração a eficiência energética e a gestão do impacto ambiental. As novas lojas, por exemplo, possuem iluminação 100% em LED; já vêm com sistema automatizado de ar-condicionado, que desliga automaticamente caso a temperatura esteja adequada; e são construídas com fachada de vidro e telhas translúcidas, iniciativas que reduzem o consumo de energia elétrica. Além disso, com o intuito de promover uma operação cada vez mais sustentável, o Assaí investe na instalação de usinas solares na cobertura de suas lojas, diminuindo a distância entre a geração e o consumo de energia, aproveitando áreas inutilizadas e aumentando a independência do fornecimento da distribuidora local.

Uso de energia renovável

Somos a primeira empresa do varejo a migrar para o Mercado Livre e a utilizar outras fontes de energia renovável. Em 2019, 27 lojas do Multivarejo migraram para o Mercado Livre



A crise climática apresenta desafios relevantes para empresas do mundo todo. Companhias brasileiras têm a oportunidade ímpar de liderar as iniciativas da agenda energética, dadas as enormes potencialidades do país em fontes renováveis. As inúmeras iniciativas adotadas pelo GPA, em sua constante busca pela eficiência energética e pela utilização de energia 100% renovável, mostram o compromisso do Grupo em fazer sua parte nesse tema tão relevante.

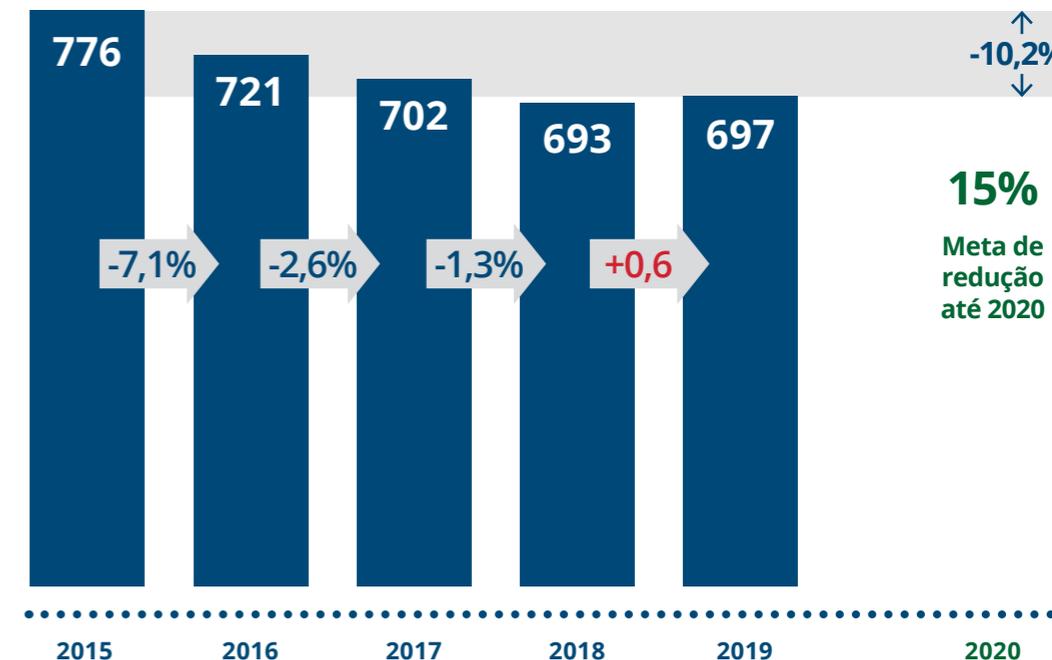


Julio Carepa,
Gerente da área de métricas para a Sustentabilidade na *Waycarbon*.

de energia, totalizando 232 unidades (lojas, CDs, prédios administrativos e Malls). Elas representam 83% do total. Temos como meta que 94% das unidades do Multivarejo tenham matriz elétrica oriunda do Mercado Livre até 2024.

Em 2020, nossa meta é migrar 100 lojas. No Assaí, por exemplo, o processo de migração para o Mercado Livre, que teve início em maio de 2019, já gera uma economia de custo em torno de 35% e atende 50% das lojas.

Consumo de energia elétrica (GJ)



Ao todo, são oito unidades de usinas solares em operação na bandeira. A unidade da loja de Ayrton Senna, no Rio de Janeiro, considerada a maior usina solar da bandeira, possui mais de 3 mil painéis fotovoltaicos instalados na cobertura da loja, ocupando uma área de aproximadamente 6 mil m². No último ano, as usinas do Assaí geraram mais de 6 mil MWh de energia, que equivale ao consumo de energia de cerca de 3.400 residências médias e que evitaram a emissão de 535 toneladas de CO₂ durante o período.



Área interna da Central de Distribuição 1 do GPA

Logística e intermodalidade

Para diminuir o impacto ambiental de nossas operações logísticas, demos continuidade à diversificação dos modais de entrega e transporte de nossas mercadorias das Centrais de Distribuição até as lojas. Intensificamos o uso da cabotagem (transporte marítimo costeiro), adotando novas estratégias de abastecimento, com foco maior em produtos não alimentares e iniciamos o uso de ferrovias.

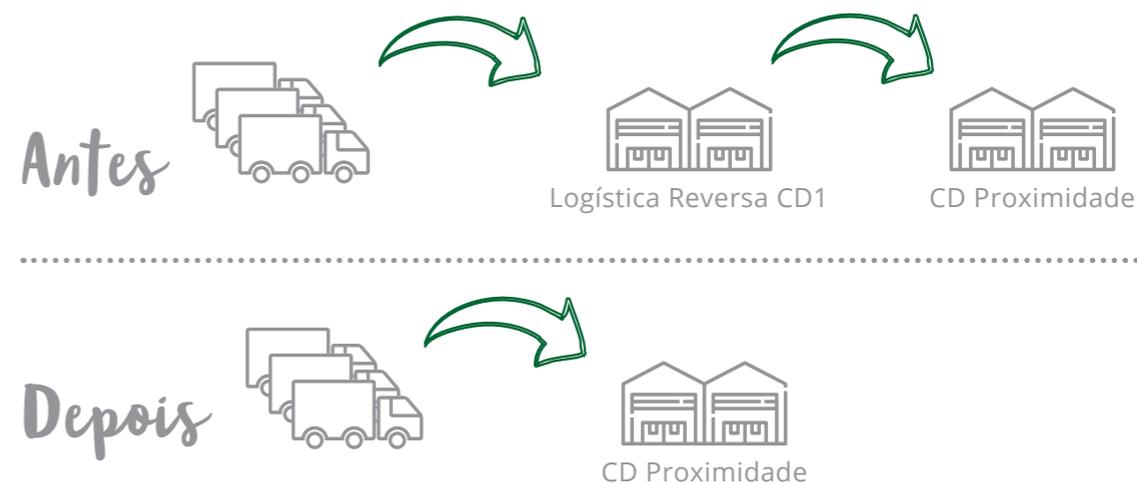
Em linha com a otimização de nossas rotas, lançamos dois projetos em 2019:

- **Carona**, em que um mesmo veículo é utilizado para buscar produtos em mais de uma Central de Distribuição para entregar em uma loja, o que evitou que mais de 1.600 veículos percorressem 250 mil km desnecessariamente;
- **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.

Implantação de Logística Reversa de produtos CD Proximidade

Além disso, implantamos a logística reversa na Central de Distribuição de Proximidade. No processo antigo, as lojas realizavam as devoluções de equipamentos para Logística Reversa na CD1 e os veículos iam para a CD1, descarregavam os equipamentos e seguiam para a CD de Proximidade para realizar o carregamento de mercadoria.

Agora, as lojas de Proximidade realizam a devolução dos equipamentos diretamente para a Central de Distribuição de Proximidade. Com esta iniciativa, reduzimos a circulação de mais de 43.200 veículos ao ano que representa 8.566.272 km que deixaram de ser percorridos desnecessariamente.



Logística reversa e gestão de resíduos

Para diminuir o impacto ambiental relacionado à geração de resíduos, trabalhamos em quatro eixos:

- Gestão de resíduos de nossa operação;
- Diminuição dos resíduos descartáveis de nossas Marcas Exclusivas;
- Combate ao desperdício de alimentos;
- Fomento a programas de logística reversa.

Gestão de resíduos de nossa operação

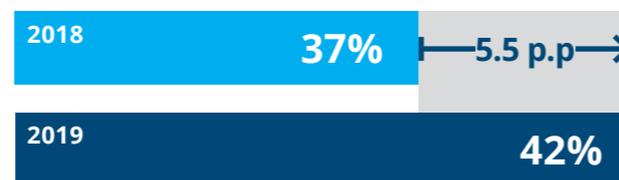
Estamos em constante busca de como minimizar e prevenir a geração de resíduos em nossa operação. Para isso, expandimos o projeto que utiliza um novo modelo de gestão de resíduos de fundo de loja de 12 para 81 unidades e, com isso, alcançamos uma taxa de valorização (quantidade de resíduos recicláveis por quantidade de resíduos total) de 42%, um crescimento de 5.5 p.p em comparação a 2018 (37%).

Além disso, aumentamos a quantidade de resíduos enviados: mais de 2.700 toneladas de resíduos à compostagem e 51.600 para reciclagem.

Diminuição dos resíduos descartáveis de nossas Marcas Exclusivas

Com o programa Novo de Novo, aproveitamos resíduos descartados pelos(as) consumidores(as) nas Estações de Reciclagem Pão de Açúcar Unilever na composição da embalagem de novos produtos de papel-cartão e plástico. Em 2019, 822.045 novas embalagens foram colocadas no mercado, o que significa uma diminuição de 50%, em média, de matéria-prima virgem que deixou de ser utilizada.

TAXA DE VALORIZAÇÃO (QUANTIDADE DE RESÍDUOS RECICLÁVEIS POR QUANTIDADE DE RESÍDUOS TOTAL) - 81 LOJAS



Substituição do isopor® (EPS) por polpa de papel e amido

A troca do isopor® (EPS) das bandejas das embalagens de hortifrúti das Marcas Exclusivas Taeq e Qualitá por polpa de papel e amido foi uma iniciativa que começamos a implementar em 2019. Firmamos um compromisso de realizar 100% das substituições até maio de 2020.

Até dezembro, 2 milhões de bandejas foram fabricadas com a nova matéria-prima, celulose e amido. Sendo assim, sustentáveis, livres de petroquímicos e aditivos tóxicos e totalmente biodegradáveis, e decompondo-se em até seis meses.

As embalagens de polpa de papel e amido, desenvolvidas em parceria com a Tamoios Tecnologia, nos conferiram o Prêmio Grandes Cases de Embalagem 2019.

Legumes acondicionados nas novas embalagens biodegradáveis



Combate ao desperdício de alimentos

Com foco na diminuição da quantidade de alimentos que são desperdiçados todos os anos, mantemos, em algumas de nossas lojas, uma gôndola específica para produtos próximos à data de vencimento, com preços mais baixos, o que evitou o descarte de 53,3 milhões de produtos no ano.



“
Hoje a gente consegue dar comida para eles(as) [beneficiários(as)] com mais fatura, sem tanto controle. Antes a gente trabalhava com limite. Hoje conseguimos ter mais opções no almoço e no café, com mais frutas e legumes. E eles(as) conseguem explorar novos sabores.”

Sarah Baião,

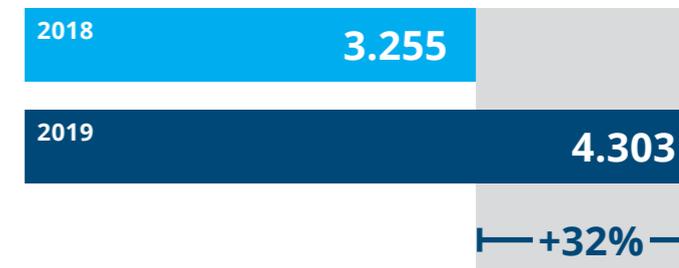
Cozinheira da ONG Alquimia, participante do Programa Parceria Contra o Desperdício.

Recebimento de doações de frutas, legumes e verduras em instituição parceira

Além disso, intensificamos a sensibilização de nossas lojas para participação no Programa Parceria Contra o Desperdício, que doa 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 2019, doamos 4.303 toneladas, um incremento de 29% em relação a 2018 e tivemos 512 lojas que participaram da iniciativa, pelo menos, uma vez.

Em 2019, o Assaí também reduziu o desperdício e passou a utilizar as cascas de frutas e talos de verduras nas 1.200 refeições diárias da Central de Distribuição de Cajamar (SP). E, para sensibilizar os(as) consumidores(as), algumas lojas da bandeira oferecem, ainda, degustação de sucos produzidos com partes não convencionais dos alimentos para promover os benefícios nutricionais, econômicos e ambientais do uso total dos alimentos, evitando assim o desperdício.

Doação de frutas, legumes e verduras (em toneladas)



Programas de Logística Reversa

Para estimular atitudes mais sustentáveis de nossos(as) clientes, oferecemos em nossas lojas Programas de Logística Reversa de alguns materiais:



Coletores de cápsulas de café, em parceria com a Nestlé Dolce Gusto, estão presentes em 19 lojas do Pão de Açúcar, desde 2016. Em 2019, foram coletadas 19 toneladas.



Eletroeletrônicos, iniciado em 2019, em parceria com a Green Electron e Abree (Associação Brasileira de Reciclagem de Eletroeletrônicos e Eletrodomésticos), está presente em cinco lojas do Extra e cinco do Assaí. Em 2019, foram coletadas 5,29 toneladas.



Isopor® (EPS), iniciado como um projeto piloto em 2019, em parceria com o Comitê de EPS (isopor®) da Plastivida, está presente em cinco lojas do Pão de Açúcar. Em 2019, foram coletadas 712 toneladas.



Lâmpadas, em parceria com a Reciclus, presente em 132 lojas do Extra e 53 do Assaí. Em 2019, foram coletadas 24,9 toneladas.



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 25 cooperativas de catadores(as) de materiais recicláveis. As Estações também estão em 24 lojas do Assaí, desde 2012, em parceria com indústrias e concessionárias de energia. Em 2019, foram coletadas 5.970 toneladas (6% a mais que 2018).



Medicamentos, em parceria com a Eurofarma, presente em todas as drogarias Extra e Pão de Açúcar da cidade de São Paulo, desde 2011. Em 2019, foram coletadas 4,6 toneladas.



Pilhas e baterias, em parceria com a GreenEletron, está presente em todas as lojas do GPA, desde 2012. Em 2019, foram coletadas 14 toneladas.

Estação de Reciclagem Pão de Açúcar Unilever



Essa parceria reforça as diretrizes de sustentabilidade da Corticeira Paulista e contribui com um passo importante para a sensibilização da parte ecológica, melhoria do meio ambiente e reaproveitamento de uma matéria-prima 100% natural.



Norberto Vargas Coelho,
Diretor Comercial da Corticeira Paulista.



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 para que possam ser reaproveitadas na confecção de produtos, como calçados, itens de decoração, materiais de isolamento e componentes do setor automotivo, está presente no Pão de Açúcar Adegas. Em 2019, foram coletadas 2 mil rolhas.



Informativos sobre nossas ações de Sustentabilidade em loja Pão de Açúcar

Resumo das metas

Metas 2019	STATUS	Comentários
Alcançar 515 lojas com doação de frutas, legumes e verduras (FLV)		Atingimos 512 lojas que doaram, pelo menos uma vez ao ano, itens de FLV
Expandir para 100 lojas o Projeto de Valorização de Resíduos		Expandimos para 81 lojas o Projeto de Valorização de Resíduos
Coletar 5,5 toneladas de materiais recicláveis, em média, por mês nas Estações de Reciclagem Pão de Açúcar Unilever		Arrecadamos 5,39 toneladas, em média, por mês por Estação de Reciclagem Pão de Açúcar Unilever
Não ultrapassar 5% de aumento de consumo de energia elétrica em nossas lojas em relação a 2018		Aumentamos 0,6% o consumo de energia elétrica em nossas lojas em relação a 2018

CUMPRIDA
 PARCIALMENTE CUMPRIDA
 NÃO CUMPRIDA



Relacionamento com a sociedade

ODS

EIXOS DE SUSTENTABILIDADE

2 4 12



A nossa estratégia de atuação é construída para gerar impacto social positivo na sociedade, fortalecendo a relação entre clientes, fornecedores(as), colaboradores(as) e organizações sociais do entorno de nossas lojas para uma atuação conjunta como agentes de transformação.

Esse trabalho é conduzido pelo Instituto GPA, com o desenvolvimento de projetos e ações, desde 1998. Ele tem como foco de atuação ampliar oportunidades e potencializar relações em duas frentes:

- oferecer oportunidade de trabalho por vocação;
- fomentar ações de mobilização social.

No campo do trabalho por vocação, atua em projetos que estão alinhados à vocação social das marcas do GPA. São eles:

Cadeia produtiva da alimentação saudável e sustentável

O Pão de Açúcar, por meio do Instituto GPA, conduz iniciativas com ênfase na cadeia produtiva da alimentação saudável e sustentável. Em 2019, em parceria com o Conexsus - Instituto Conexões Sustentáveis, finalizamos a Jornada de Aceleração com 21 negócios selecionados e apoiamos o movimento Negócios pela Terra, que conecta empresas compradoras e negócios comunitários e sustentáveis de todo o Brasil.

O movimento mapeou a demanda dos(as) compradores(as) por produtos e serviços sustentáveis de associações e cooperativas de agricultura familiar, de povos tradicionais, de extrativistas e de povos indígenas.

Com esse mapeamento da demanda e o já realizado em 2018 dos negócios comunitários, será possível combinar a produção com a demanda, dando subsídios para a identificação de oportunidades de negócios em 2020.



Negócio comunitário apoiado pelo Conexsus



A Jornada de Aceleração foi um espaço de muito aprendizado, pois trocamos experiências com cooperativas de diversas regiões do país e conhecemos diferentes realidades, culturas, formas de trabalhar e de se organizar. Temos alimentos sendo produzidos pela agricultura familiar em todas as regiões do País. E, a partir desse encontro, decidimos construir a Renacoops (Rede Nacional de Articulação Comercial), para aproveitar a inteligência logística e comercial que nós temos – e o capital social – para atender a demanda de alimentos produzidos pela agricultura familiar, fortalecendo a produção, a autonomia e a distribuição de renda.



Roberto Balen,
Coordenador geral na Renacoops.



Formação para o mercado de trabalho

O Extra, por meio do Instituto GPA, realiza iniciativas de formação em panificação e confeitaria, contribuindo para o ingresso no mercado de trabalho. São três programas:

- **Mãos na Massa** – curso básico de 40h para moradores(as) das comunidades do entorno das lojas, com vivência prática no Extra. Em 2019, 173 pessoas foram formadas, em nove turmas (três turmas em Confeitaria e seis turmas em Panificação) nas cidades de Belo Horizonte (MG), Campinas (SP), Rio de Janeiro (RJ), Salvador (BA) e São Paulo (SP). Todos esses cursos aconteceram em parceria com as instituições sociais: Fa.ve.la, Galpão ZL, Gambiarra Coletiva, Gastronomia Periférica, Instituto Padre Haroldo, Projeto Arrastão e Redes da Maré;
- **Núcleo Avançado em Tecnologia de Alimentos (Nata)** – curso com duração de três anos (3 mil horas), em parceria com as secretarias de estado de Educação e de Agricultura do estado do Rio de Janeiro, em Panificação & Confeitaria e Leites & Derivados na região de São Gonçalo, no Rio de Janeiro (RJ), com formação média de 100 jovens por ano;



Aula do Programa Mãos na Massa



Desde 2010, a Redes da Maré oferece cursos de qualificação profissional em gastronomia para mulheres das 16 favelas da Maré. Em 2019, a partir da parceria com o Instituto GPA, diversificamos e ampliamos os cursos de gastronomia oferecidos e 40 mulheres foram certificadas em panificação ou confeitaria pelo Maré de Sabores. A gastronomia representa o poder econômico do nosso território, segundo o Censo de empreendimentos da Maré, possuímos 3.182 empreendimentos comerciais, desse número 1.118 são do setor de alimentação. Essa parceria com o Instituto GPA fortalece as mulheres da Maré, o comércio local e colabora para a melhoria dos serviços oferecidos no território.”



Mariana Aleixo,
Coordenadora na Redes da Maré.



173 pessoas formadas

pelo Programa Mãos na Massa em Confeitaria ou Panificação em 2019

100 jovens formados(as)

em média, por ano, pelo Nata

- **Programa Sementes** – três meses de formação e dois meses de vivência de loja para pessoas com deficiência em Padaria e Confeitaria, Atendimento ao(à) cliente e Frente de caixa. Foram capacitadas 88 pessoas com deficiência, sendo: 43 em Panificação e Confeitaria, 12 em Comunicação e Atendimento (voltada para pessoas com deficiência auditiva) e 33 em Atendimento ao(à) cliente.

88 pessoas
com deficiência
capacitadas em 2019



Eu sempre tive interesse pela área de padaria e confeitaria, tanto que assistia a alguns vídeos no *Youtube*, mas aprendi muito mais no Programa Sementes. Fiquei muito feliz de ter sido contratada pelo Extra e estou gostando bastante de trabalhar na Padaria. Toda a equipe me recebeu muito bem! E, sinto que aprendo muitas coisas novas. Quero continuar aprendendo para me tornar confeitadeira.



Isabel Rego de Almeida,
Ex-aluna do Programa Sementes
e colaboradora do Extra.

Professora do Programa Sementes orienta sua aluna



Fomento ao(a) pequeno(a) empreendedor(a), com ênfase nos alimentos

Para promover o empreendedorismo local com foco em alimentos, o Assaí, por meio do Instituto GPA, desenvolve a Academia Assaí Bons Negócios, plataforma que reúne:

- **Capacitações on-line gratuitas por meio de videoaulas** – São seis trilhas de conhecimento oferecidas com conteúdos e informações personalizadas para cada tipo de negócio;
- **Capacitações presenciais em lojas do Assaí** – Foram 10 turmas em seis cidades, totalizando 305 pessoas certificadas, além de 18 oficinas de duas horas em 13 cidades para 129 pessoas;
- **Premiação de reconhecimento de empreendedores(as)** – Em 2019, ocorreu a 2ª edição do Prêmio Academia Assaí Bons Negócios que reconhece e premia empreendedores(as) de alimentos que cursaram pelo menos uma das seis trilhas de capacitação da Academia, em três categorias: Ponto de venda fixo, Vendedor(a) Ambulante, e Vendas por encomenda.

Nesse ano, o número de inscrições teve um aumento de 181% em comparação ao ano anterior. Os(as) 15 vencedores(as) receberam uma semana de capacitação na sede do Assaí e em instituições parceiras, além de 10 mil reais em prêmios. E, entre o grupo, os(as) três empreendedores(as) destaque receberam mais 10 mil reais. Um outro resultado incrível desse processo foi que um deles se tornou fornecedor de biscoitos do Assaí;



+ de 4,6 mil
empreendedores(as)

já foram certificados(as) pela
Academia Assaí Bons Negócios desde
o início do projeto

Caravana de Manaus faz capacitação em loja Assaí



Conhecer e conviver com empreendedores(as) de diversos lugares no Prêmio Academia Assaí Bons Negócios foi incrível. Isso porque todo esse compartilhamento de experiências mostra que ninguém está sozinho(a) e que todos(as) enfrentam problemas muito parecidos, sejam donos(as) de pequenos ou grandes negócios. E assim, começamos a buscar uma solução juntos(as) e a resolver os incômodos de maneira mais eficiente e criativa. ”

Ulysses Raphael Gomes Nobre,

Proprietário da Coimbra Alimentos da Amazônia, empreendedor vencedor do Prêmio Academia Assaí Bons Negócios.



Empreendedora durante a Feira Preta, realizada no Memorial da América Latina, em São Paulo

- **Apoio às instituições que trabalham com apoio e fomento a microempreendedores(as)** – Em 2019, foram estabelecidas parcerias com diversas organizações em todo o Brasil, tais como a Preta Hub, que promove a Feira Preta, maior Feira de Empreendedorismo Negro da América Latina; Redes da Maré, que atua com o objetivo de facilitar a construção de trajetórias profissionais, em especial na área da gastronomia, de mulheres da comunidade da Maré, Rio de Janeiro (RJ); e, Vale do Dendê, que desenvolve o ecossistema de inovação e empreendedorismo de Salvador (BA), por meio da aceleração de negócios de empreendedores(as) locais do setor de alimentos, entre outras.



Saiba mais sobre outras ações de criação de valor social positivo realizadas pelo [Instituto GPA](#).



A Bahia tem uma tradição muito grande na área da gastronomia alimentar e culinária, mas muitas vezes por falta de investimento, esse ecossistema fica um pouco fragilizado. Nesse sentido, a aceleração foi muito boa pois mostrou todo o potencial criativo de geração de negócios do território da Bahia, em especial no segmento da alimentação. O apoio foi muito importante, pois conseguimos mobilizar o ecossistema local, dar visibilidade ao empreendedorismo, além de conectar e ajudar os(as) empreendedores(as) a entender os seus negócios, e consequentemente, fazê-los crescer.



Paulo Rogério Nunes,
Cofundador da aceleradora Vale do Dendê.



Alunos(as) realizam apresentação da Orquestra GPA em Escola Municipal

Programa de Música e Orquestra Instituto GPA

O curso, que completa 20 anos em 2020, tem a duração de dois anos e ensina viola, violino, violoncelo e contrabaixo desde a primeira nota, sem necessidade de nenhum conhecimento musical prévio. Em 2019, 462 alunos(as) participaram do curso e 89 se formaram. Aqueles(as) que se destacam, são convidados(as) a participar da Orquestra Instituto GPA, que realizou 58 apresentações em 2019, com mais de 48 mil espectadores(as).

462 alunos(as)
participaram do Curso em 2019

58 apresentações
durante o ano



“

A formação no curso de música foi essencial para o desenvolvimento de várias habilidades musicais e pessoais. Tive vivências que eu acredito que só o curso de música poderia proporcionar. Além de ter sido a base da minha formação como musicista, o curso também foi fundamental para mim como pessoa, como ser crítico(a) e reflexivo(a) na sociedade. Essa experiência me proporcionou momentos extremamente marcantes, como a minha formatura, que representou o fim de um ciclo muito importante e decisivo na minha vida.

”

Milena Amaral Monteiro,

Violoncelista, ex-aluna do curso de música em Osasco e integrante da Orquestra Instituto GPA há quatro anos.

Prosperar

Em 2019, 43 alunos(as) foram beneficiados(as) com bolsas-auxílio na Fundação Getulio Vargas (FGV), por meio do Programa Prosperar, criado em 2014 com o intuito de contribuir com a formação de alunos(as) com alto potencial de desenvolvimento, disponibilizando bolsas-auxílio que podem incluir material didático, alimentação e auxílio-moradia. Além de beneficiar os(as) graduandos(as), a iniciativa também subsidia anualmente uma turma de alunos(as) no cursinho preparatório para o vestibular da FGV.

43 alunos(as)
beneficiados(as) em 2019



Eu nasci e cresci em São Gonçalo (RJ) e sempre estudei em escola pública. Sou filho de um electricista e de uma mulher incrível que se devotou a cuidar do lar e da família, que não tiveram acesso à educação, por serem cidadãos periféricos. Meu pai, negro, apesar de nunca ter vivido experiências acadêmicas similares às minhas, sempre apoiou meus estudos, inclusive com muitas horas extras para que eu pudesse assistir a todas as minhas aulas. Nesse percurso, tive a sorte de estudar no Nata, também programa do Instituto GPA. Foi lá que assisti a uma palestra sobre a Fundação Getulio Vargas (FGV) e o Prosperar. Hoje, sou aluno bolsista. Recentemente, conquistei a aprovação no programa de dupla titulação com o Mestrado em Administração da HEC-Paris. Espero continuar minha trajetória, contribuindo com a redução da desigualdade no mundo corporativo.



Maycon da Silva,
Ex-aluno do Nata e bolsista do Prosperar.



Estudantes selecionados(as) para o Programa Prosperar 2019

Projetos de Mobilização

Para estimular ações de transformação social, consolidamos um calendário de ações em loja em que convidamos nossos(as) clientes a doarem alimentos e produtos para instituições sociais parceiras do Instituto GPA. Em 2019, foram mais de 2.400 toneladas (crescimento de 21% na arrecadação em relação ao ano anterior). Confira as principais ações da Agenda Solidária:



Páscoa Solidária (34,5 toneladas de ovos e chocolates arrecadadas e 52 organizações parceiras)



Campanha do Agasalho (44 toneladas de roupas e agasalhos arrecadadas e 32 organizações parceiras)



Dia de Solidariedade Pet (2,5 toneladas de rações arrecadadas, 19 animais adotados e 13 organizações parceiras)



Dia do Bem (108 toneladas de alimentos arrecadadas e 26 organizações parceiras)



Dia das Crianças (12 mil brinquedos arrecadados e 13 organizações parceiras)



Dia de Solidariedade (1.300 toneladas de alimentos arrecadadas e mais de 100 organizações parceiras)



2.400
toneladas de alimentos e produtos doados em 2019



Colaboradores(as) e voluntários(as) na ação do Dia da Solidariedade em Loja do Assaí



A instituição ABC Aurora existe há 23 anos. A instituição tem como objetivo promover o desenvolvimento comunitário do Tatuapé, bairro em que foi fundada, por meio de projetos de educação. Em 2019, arrecadamos mais de 2 toneladas de alimentos no Dia de Solidariedade. Parte desses alimentos ficará na instituição e será utilizada para a alimentação dos(as) beneficiários(as), eles irão durar cerca de oito meses – e parte irá compor 120 cestas básicas que serão distribuídas na comunidade. Para nós, é uma satisfação muito grande termos trabalhado o dia inteiro para conseguir tantos alimentos, pois sabemos que esse alimento vai ter um fim, uma destinação benéfica para nossa comunidade.



Talita de Faria,

Gerente de Projetos do ABC Aurora, instituição parceira do Instituto GPA no Dia de Solidariedade 2019.



Sempre tive vontade de conhecer uma entidade de proteção de animais, mas nunca imaginei que seria tão enriquecedor. Saí inspirado a doar mais tempo ao próximo, a compartilhar amor, carinho e atenção e buscar um mundo melhor e fico muito feliz de trabalhar numa empresa que também incentiva o impacto positivo na sociedade, porque juntos(as) conseguimos fazer muito mais!

Leandro de Jesus Ladeira,
Colaborador da área de RH.



Colabora GPA

O Colabora GPA é um aplicativo por meio do qual nossos(as) colaboradores(as) têm acesso às ações cadastradas e podem tanto escolher uma delas para ser voluntário(a), quanto cadastrar uma instituição/ ação e convidar os(as) colegas de trabalho para participar.

Em comemoração ao mês do Voluntariado, que aconteceu em agosto, o Instituto GPA convidou os(as) colaboradores(as) da Sede a participarem de experiências voluntárias por meio do programa, em parceria com entidades parceiras do Instituto. Atividades como Cãominhada da ONG Açãochego; Leitura e atividade para crianças da ONG Unibes; Mão na Massa na Cooperativa de reciclagem Coopercaps; e Dia de Solidariedade com arrecadação de produtos de higiene na Drogeria do Extra da Sede beneficiaram 150 pessoas e animais diretamente, dentre crianças, adultos, idosos e cães.

+ de 1.700
colaboradores(as) cadastrados(as)



Colaboradora do GPA participa da iniciativa da Árvore Solidária



Saiba mais sobre outras ações de criação de valor social positivo realizadas pelo [Instituto GPA](#)



Formação da Academia Assaí Bons Negócios

Resumo das metas

Metas 2019	STATUS	Comentários
Ter mais de 1.020.000 acessos na plataforma on-line da Academia Assaí Bons Negócios		Alcançamos 1.726.009 acessos na plataforma da Academia Assaí Bons Negócios
Atingir 6.000 voluntários(as) cadastrados(as) no app Colabora		Foram 1.763 colaboradores(as) cadastrados(as) no Colabora
Arrecadar 2.283 toneladas de alimentos nas ações da Agenda Solidária		Arrecadamos 2.481 toneladas nas ações da Agenda Solidária

CUMPRIDA
 PARCIALMENTE CUMPRIDA
 NÃO CUMPRIDA

Família de clientes na loja Extra

Anexos

Compromissos voluntários

Participação em associações

Prêmios e reconhecimentos

Indicadores de desempenho 2019

Índice de Conteúdo GRI

Carta de asseguração

Nos pautamos e somos signatários de iniciativas e movimentos que estejam em sinergia e alinhados com nossos valores e visão de mundo e que, acima de tudo, estejam dispostos a construir e evoluir para uma sociedade mais igualitária. Também participamos de associações e de organizações para contribuir com discussões e boas práticas em gestão de negócios no varejo.

Compromissos voluntários

102-12

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 da Aliança sem Estereótipo (Unstereotype Alliance) da ONU Mulheres, criada com o objetivo de acabar com estereótipos de gênero prejudiciais 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.

Coalização 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.

Coalização 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

Aderimos, em 2019, 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 desta 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.

Pacto Global da ONU

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.

Participação em associações 102-13

Associação Brasileira das Empresas do Mercado de Fidelização (Abemf)

Desde 2019, integramos a Associação 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 14 associações estaduais ligadas à Abras, como a Associa-

ção 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 e do comércio têxtil e do vestuário.

Associação Brasileira dos Atacadistas de Autosserviço (Abbas)

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.

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

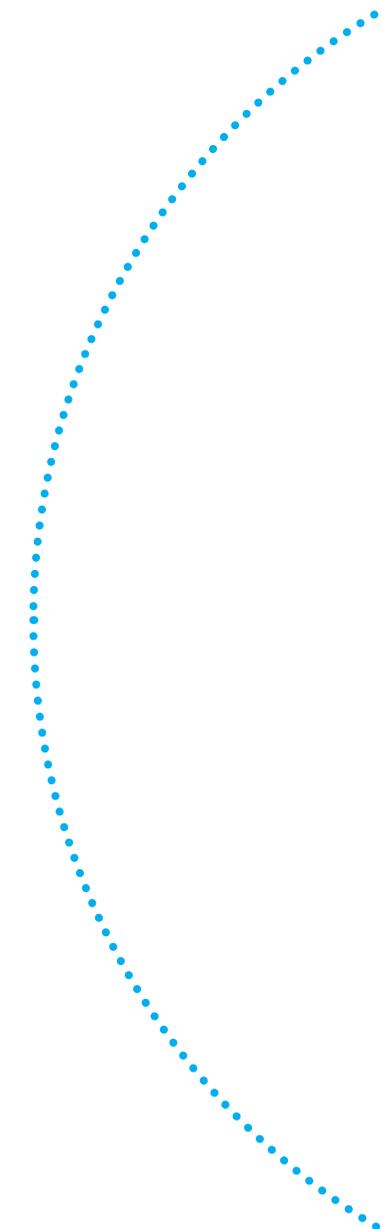
Desde 1999, estamos juntos com o Ethos na missão de mobilizar, sensibilizar e contribuir com as empresas na gestão de seus negócios de forma socialmente responsável.

Instituto Pacto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo (InPACTO)

Membros desde a fundação desse instituto, contribuimos 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.



Prêmios 2019

Melhores Empresas para Trabalhar - Indeed

GPA aparece na lista Melhores Empresas para Trabalhar do Indeed. A consolidação das melhores empresas para trabalhar do varejo em 2019 é baseada em avaliações e depoimentos de mais de 39 mil funcionários(as) e ex-funcionários(as) das organizações do setor publicadas no site do Indeed no Brasil nos últimos dois anos.

LinkedIn Top Companies 2019

O GPA está na lista LinkedIn Top Companies 2019, que elege as 25 empresas mais desejadas por quem procura emprego em todo o país. O ranking é produzido anualmente pelo time editorial do LinkedIn e leva em conta fatores como: interesse dos talentos pela empresa, engajamento com funcionários(as), procura por vagas e retenção de funcionários(as). O GPA é a única empresa varejista presente no ranking.

Os Mais Amados - Veja SP

Especial da *VEJA SP* publicou o resultado da pesquisa "Os Mais Amados", realizada com público de assinantes da revista para entender o que a cidade de São Paulo tem de melhor. A marca Pão de Açúcar conquistou o primeiro lugar na categoria Supermercado no ranking de 2019.

Melhores de São Paulo - Instituto de Pesquisa Datafolha

Três marcas do GPA estão entre as mais lembradas pelos(as) paulistanos(as) no segmento de serviços da pesquisa "Melhores de São Paulo", realizada pelo Instituto de Pesquisa Datafolha. Pão de Açúcar na categoria "Delivery de Supermercado", Mini Extra na categoria "Minimercado" e Assaí na categoria "Atacadista".

S/A Varejo

O GPA ficou em 2º lugar entre as 150 maiores empresas de varejo do Brasil de acordo com o ranking publicado pela revista *S.A. Varejo*, destacando-se como uma das companhias líderes do setor.

Prêmio Consumidor Moderno

O Extra foi o vencedor na categoria varejo – super, hipermercados, atacarejo e cash&carry do XX Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente. A premiação, realizada pela revista *Consumidor Moderno*, reconhece as empresas de diferentes setores que se destacaram no atendimento ao(a) consumidor(a).

Prêmio Mulheres na Liderança

GPA foi reconhecido pelo Prêmio Mulheres na Liderança na categoria Varejo. A iniciativa da WILL - Women in Leadership in Latin America, em parceria com o *Valor Econômico* e a Editora Globo, destaca as empresas que apresentam as melhores práticas na ascensão feminina. O reconhecimento reflete nosso compromisso com a equidade de gêneros no ambiente de trabalho, um dos temas prioritários de nossa estratégia de Diversidade.

Ranking 2019 IBEVAR-FIA

O Assaí foi um dos vencedores do ranking 2019 IBEVAR-FIA, eleito o atacadista mais admirado do país. O ranking analisa as 120 maiores empresas do varejo nacional, sendo o único que analisa as marcas em três dimensões - tamanho, eficiência e imagem.

Ranking das mostardas amarelas e dijon - O Estado de S. Paulo

Em ranking divulgado pelo jornal *O Estado de S. Paulo*, a mostarda amarela da Qualitá ficou em primeiro lugar dessa categoria e a mostarda Dijon do Casino na segunda colocação entre as desse tipo.

Prêmio Benchmark em CSC

O GPA ficou, pelo terceiro ano consecutivo, em primeiro lugar na Pesquisa Benchmark em CSC. A premiação é realizada pelo IEG - Instituto de Engenharia de Gestão.

Top of Mind A Tribuna – Extra

O Extra foi o vencedor na categoria supermercados e hipermercados do Top of Mind - A Tribuna 2019, publicação da Baixada Santista.

Interbrand – Assaí

A bandeira de atacarejo figurou, pela segunda vez consecutiva, na lista das 25 marcas mais valiosas do Brasil. O Assaí ocupa a 22ª posição e obteve um crescimento de 20% em relação a 2018, com a avaliação da marca em R\$553 milhões.

Prêmio CONAREC 2019

GPA recebeu o Prêmio CONAREC 2019 na categoria varejo e-commerce. A premiação reconhece as empresas que foram destaque no atendimento ao(à) cliente com qualidade em todos os canais, e, também, na gestão de fornecedores(as) e parceiros(as), observando as melhores práticas de gestão e aplicação de tecnologias. O reconhecimento é o espelho das iniciativas que tornam o nosso e-commerce o pioneiro e líder no país no segmento do varejo alimentar.

Prêmio Ebit Melhores do E-commerce

O Clube Extra foi prestigiado entre as 10 lojas mais queridas pelo Prêmio Ebit Melhores do E-commerce, empresa pioneira na realização de pesquisas sobre hábitos e tendências do e-commerce no Brasil. A pesquisa da e-Bit é contínua e acontece por meio de avaliações na finalização de compra dos sites e após a entrega do produto.

Prêmio WEPS

O GPA recebeu o Prêmio WEPs – Empresas Empoderando Mulheres na categoria bronze - grande empresa. A premiação, promovida pela ONU Mulheres no Brasil, reconhece as empresas que realizam iniciativas para o empoderamento da mulher no território brasileiro, pela promoção da equidade de gêneros e inclusão social.

Empresas Mais

O Assaí foi reconhecido entre as empresas mais eficientes do País no segmento de varejo, “As 100 de maior impacto econômico” e “Top 10 de cada região”, como destaque no Sudeste. O prêmio avalia as empresas por meio de critérios econômicos e atuação nas áreas de Governança Corporativa e Inovação.

Os Melhores Empregadores do Mundo

Fomos eleitos uma das 50 melhores empresas para trabalhar no ranking Os Melhores Empregadores do Mundo, publicado pela revista Forbes, em parceria com a empresa de estatística Statista. A listagem foi definida a partir da resposta de mais de um milhão de trabalhadores(as) sobre qual empresa admiram e recomendariam. O GPA é a única empresa de varejo brasileiro presente no ranking.

Top of Mind

O Extra venceu pelo 13º ano consecutivo o prêmio Folha Top of Mind na categoria Supermercados. A 29ª edição da premiação apresentou os(as) vencedores(as) de 64 categorias de produtos e serviços levantados a partir de pesquisa do Datafolha com 6.618 brasileiros(as) em 197 municípios de todas as regiões do Brasil.

As Marcas Mais Amadas dos Paulistanos – Comer & Beber 2019/2020

O Pão de Açúcar foi o vencedor na categoria Supermercados e o Pão de Açúcar Adegas em Loja/Adegas de vinhos entre “As Marcas Mais Amadas dos Paulistanos” de acordo com o ranking Comer & Beber 2019/2020, da revista Veja São Paulo. Foram analisadas 1.057 respostas de internautas sobre suas marcas favoritas em 28 categorias.

LinkedIn Talent Awards – Indicação

Ficamos entre as três empresas finalistas do LinkedIn Talent Awards na categoria Melhor Marca Empregadora. A 2ª edição do prêmio analisou o desempenho, os resultados e o impacto de mais de 1.200 empresas do Brasil que utilizam a rede de conexões para localizar, contratar e desenvolver talentos. Fomos o único representante do varejo na premiação.

Prêmio Grandes Cases de Embalagem 2019

Ganhamos a premiação com as bandejas ativas compostáveis de nossa Marca Exclusiva Taeq. As embalagens, lançadas em maio de 2019 e desenvolvidas em parceria com a Tamoios Tecnologia, são utilizadas para a venda de frutas, legumes e verduras. Feitas de celulose e amido, elas são sustentáveis, livres de petroquímicos e aditivos tóxicos e totalmente biodegradáveis. O desenvolvimento e o uso desse tipo de embalagem faz parte do nosso compromisso em substituir 100% das bandejas de isopor utilizadas em produtos de hortifrúti de nossas Marcas Exclusivas Taeq e Qualitá por uma solução biodegradável até maio de 2020.

Prêmio *Época Negócios* Reclame AQUI

Fomos vencedores do Prêmio *Época Negócios* Reclame AQUI com o Clube Extra, na categoria Clube de Compras, e o Assaí Atacadista, na categoria Supermercados e Atacados. A premiação reúne as empresas que fazem um bom atendimento aos(as) clientes em diferentes segmentos de atuação, e o reconhecimento envolveu critérios rigorosos de seleção e votação popular.

Melhores do Agronegócio

Fomos reconhecidos na categoria Atacado e Varejo na 15ª edição do prêmio Melhores do Agronegócio, promovido pela revista *Globo Rural*. A premiação selecionou as empresas que foram destaque em 21 categorias com base em levantamento da Serasa Experian, considerando dados contábeis e também a responsabilidade socioambiental das Companhias.

Campeões da Década - Empresas da Década

O Assaí foi destaque como uma das empresas da década no Prêmio Campeões da Década pelo serviço de Atacarejo. A premiação, realizada pela revista *Consumidor Moderno*, computou as notas registradas em diferentes edições do Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente e em outros rankings realizados pelo Grupo Padrão e pelo CIP.

Extra – Marcas de Confiança

A bandeira Extra foi reconhecida, pela 12ª vez, na pesquisa Marcas de Confiança. A premiação, da revista *Seleções* em parceria com o Instituto Datafolha, avalia diferentes categorias de bens e serviços por meio de votação entre os(as) leitores(as).

Tabela de indicadores

INDICADOR	INDICADOR AUDITADO	UNIDADE	GPA 2017	GPA 2018	GPA 2019	MULTI 2017	MULTI 2018	MULTI 2019	ASSAÍ 2017	ASSAÍ 2018	ASSAÍ 2019	GPA CORPORAÇÃO 2017	GPA CORPORAÇÃO 2018	GPA CORPORAÇÃO 2019****
Área de venda das unidades próprias*	X	m²	1.643.096	1.632.754	1.682.839	1.270.741	1.170.377	1.140.665	372.355	462.377	542.174	-	-	
VALORIZAÇÃO DA NOSSA GENTE														
Headcounts inscritos em 31/12/N - Ativos(as) e Afastados(as)	X	Número	100.288	102.562	109.613	67.989	64.981	62.868	31.199	36.703	45.853	1.100	878	892
Headcount do sexo feminino em 31/12/N	X	Número	51.084	52.163	55.766	35.901	34.301	33.310	14.588	17.359	21.919	595	503	537
Headcount do sexo masculino em 31/12/N	X	Número	49.204	50.399	53.847	32.088	30.680	29.558	16.611	19.344	23.934	505	375	355
Headcount < 30 anos em 31/12/N	o	Número	43.802	45.140	48.013	28.053	27.154	26.050	15.413	17.728	21.711	336	258	252
Headcount com idade entre 30 e 50 anos em 31/12/N	o	Número	47.625	48.975	52.788	32.862	31.427	30.630	14.072	16.982	21.570	691	566	588
Headcount com idade > 50 anos em 31/12/N	o	Número	8.861	8.441	8.812	7.074	6.400	6.188	1.714	1.993	2.572	73	48	52
Headcounts tempo integral em 31/12/N	X	Número	95.337	93.183	97.690	64.723	56.956	52.759	29.540	35.362	44.046	1.074	865	885
Headcounts meio período em 31/12/N	X	Número	4.951	9.379	11.923	3.266	8.025	10.109	1.659	1.341	1.807	26	13	7
% headcounts em tempo integral	X	%	-	-	-	95	88	84	95	96	96	98	99	99
Headcount por raça/etnia - Negros + Negras**	o	Número	-	37.426	46.132	-	28.082	30.142	-	8.907	15.755	-	437	235
% do headcount por raça/etnia - Negros + Negras	o	%	-	36	42	-	43	47	-	24	34	-	50	26
% do headcount por raça/etnia e gênero - na liderança***		%	-	2	-	-	2	-	-	0	-	-	0	-
Masculino - Brancos	X	%	-	-	-	-	-	34,73	-	-	35,09	-	-	40,24
Masculino - Negros (preto e pardo)	X	%	-	-	-	-	-	23,04	-	-	28,95	-	-	8,54
Masculino - Outros (não informado, amarelo, indígena)	X	%	-	-	-	-	-	6,37	-	-	14,04	-	-	12,20
Feminino - Brancas	X	%	-	-	-	-	-	17,71	-	-	11,40	-	-	21,95
Feminino - Negras (preta e parda)	X	%	-	-	-	-	-	14,49	-	-	5,26	-	-	4,88
Feminino - Outras (não informado, amarela, indígena)	X	%	-	-	-	-	-	3,66	-	-	5,26	-	-	12,20
Número de contratações (CDI - Contrato por Tempo Indeterminado) realizadas no ano	o	Número	28.177	31.806	33.873	14.458	16.863	15.551	13.493	14.748	18.035	226	195	287

* Com a aplicação da metodologia Casino

** O headcount considera pretos(as) e pardos(as)

*** O cálculo de headcount na liderança é baseado na metodologia Casino, sem a exclusão de contratos suspensos. Até 2018 apenas as informações de negros e negras era divulgado neste indicador.

**** Dados GPA Corporação inclui GPA Malls

INDICADOR	INDICADOR AUDITADO	UNIDADE	GPA 2017	GPA 2018	GPA 2019	MULTI 2017	MULTI 2018	MULTI 2019	ASSAÍ 2017	ASSAÍ 2018	ASSAÍ 2019	GPA CORPORAÇÃO 2017	GPA CORPORAÇÃO 2018	GPA CORPORAÇÃO 2019**
Área de venda das unidades próprias*	X	m²	1.643.096	1.632.754	1.682.839	1.270.741	1.170.377	1.140.665	372.355	462.377	542.174	-	-	-
<i>Número de pessoas recrutadas com idade inferior a 26 anos (CDI+CDD)</i>	O	Número	15.709	19.095	18.159	9.514	11.648	10.647	6.132	7.387	7.433	63	60	79
<i>Número de acidentes de trabalho com licença de 1 dia pelo menos</i>	X	Número	1.246	1.499	1.341	913	976	782	329	523	559	4	-	-
<i>Número de dias de licença decorrente de acidente de trabalho</i>	X	Dias	65.265	67.320	75.780	52.570	50.021	59.181	12.554	17.299	16.599	141	-	-
<i>Número total de horas ausentes devido a acidente de trabalho, doença ordinária e doenças profissionais</i>	X	Horas	11.633.609	13.314.373	10.375.909	8.245.571	7.513.411	5.426.500	3.334.432	5.765.935	4.925.958	53.606	35.028	23.452
<i>Taxa de frequência dos acidentes com afastamento de pelo menos 1 dia - sobre o total de horas trabalhadas (%)</i>	X	%	6	6	5	6	6	5	6	6	6	2	-	-
<i>Taxa de absenteísmo por acidente de trabalho ou doença %</i>	X	-	-	-	-	5,5	4,2	3,3	6,2	5,0	4,48	2	1	1
<i>Número total de horas de treinamento de colaboradores(as)</i>	X	Horas	2.116.460	1.885.721	3.120.115	737.908	574.469	737.054	1.364.864	1.309.116	2.374.557	13.688	2.135	8.504
<i>Número de horas de treinamento por pessoa</i>	X	Horas	17	19	30	10	9	12	51	40	59	12	2	10
<i>Número total de colaboradores(as) que realizaram treinamentos sobre corrupção</i>	X	Número	-	-	5.123	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>Headcount do sexo masculino em cargos de gerência e acima em 31/12/N*</i>	X	Número	1.041	1.046	1.050	778	792	733	191	204	267	72	50	50
<i>Headcount do sexo masculino na alta administração em 31/12/N</i>	O	Número	62	62	67	29	32	38	14	16	16	19	14	13
<i>Headcount do sexo feminino em cargos de gerência e acima em 31/12/N*</i>	X	Número	482	500	517	401	417	410	44	52	75	37	31	32
<i>Headcount do sexo feminino na alta administração em 31/12/N</i>	O	Número	8	15	19	1	6	5	2	4	7	5	5	7
<i>% mulheres em cargos de gerência e acima em 31/12/N</i>	X	%	32	32	33	34	35	36	19	21	22	34	35	39
<i>Total de colaboradores(as) com deficiência na empresa em 31/12/N*</i>	X	Número	3.062	3.719	4.457	1.422	1.723	2.034	1.623	1.944	2.404	17	52	19
<i>% de pessoas com deficiência</i>	X	%	3,1	3,6	4,1	2,1	2,7	3,2	5,2	5,3	5,2	1,5	5,9	2,1
<i>Número de aprendizes em 31/12/N</i>	X	Número	2.612	3.666	3.978	2.002	2.635	2.605	597	1.018	1.366	13	13	7

* A metodologia utilizada segue as premissas do grupo Casino

** GPA Corporação inclui GPA Malls

INDICADOR	INDICADOR AUDITADO	UNIDADE	GPA 2017	GPA 2018	GPA 2019	MULTI 2017	MULTI 2018	MULTI 2019	ASSAÍ 2017	ASSAÍ 2018	ASSAÍ 2019	GPA CORPORAÇÃO 2017	GPA CORPORAÇÃO 2018	GPA CORPORAÇÃO 2019
CONSUMO E OFERTA CONSCIENTE E TRANSFORMAÇÃO DA CADEIA DE VALOR														
<i>Número total de produtos de marca própria*</i>	X	Número	6.919	3.113	15.822	6.863	3.081	15.772	56	32	50	-	-	-
<i>Número de produtos orgânicos - (Marcas Exclusivas e Outras Marcas)</i>	X	Número	1.493	1.532	1.737	1.479	1.510	1.629	14	22	108	-	-	-
<i>Número de produtos com outras certificações - Marcas Exclusivas</i>	o	Número	271	432	458	215	432	458	-	-	-	-	-	-
<i>% de faturamento de venda de ovos cage free em relação ao total de ovos de Marca Exclusiva</i>	X	%	-	-	-	-	-	25	-	-	-	-	-	-
<i>Número de culturas participantes do programa Qualidade desde a Origem</i>	o	Número	22	39	97	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>Auditorias sociais em fábricas de fornecedores(as) localizadas em países de risco**</i>	X	Número	202	182	173	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>Auditorias sociais em fábricas de fornecedores(as) localizadas em países de risco, realizadas pela CGS</i>	o	Número	-	-	89	-	-	-	-	-	-	-	-	-
GESTÃO DO IMPACTO AMBIENTAL														
<i>Total da energia consumida</i>	X	MWh	1.132.524	1.173.384	1.116.103	884.645	872.001	776.095	241.157	294.948	332.946	6.722	6.435	7.062
<i>Consumo de Energia Verde</i>	X	MWh	400.287	564.490	553.206	373.463	539.058	509.646	21.142	19.821	37.614	5.682	5.611	5.947
<i>Proporção de Energia Verde</i>	X	%	35	48	50	42	62	66	9	7	11	85	87	84
<i>Consumo de energia/m² - lojas</i>	X	KWh/m²	703	693	697,3	730	727	734	617	638	627	-	-	-
<i>Consumo de gás natural</i>	o	MWh PCI	21.496	17.355	20.026	21.323	17.101	19.698	115	215	328	58	39	-
<i>Consumo de Gás Liquefeito de Petróleo (GLP)</i>	o	MWh PCI	52.585	42.293	54.848	42.776	29.799	40.231	9.809	12.494	14.617	-	-	-
<i>Consumo de óleo</i>	X	Litros (L)	5.860.106	5.926.702	8.766.950	1.348.449	1.402.140	2.026.162	4.511.657	4.522.011	6.737.788	-	2.551	3.000

*Até 2018 apenas produtos alimentícios eram reportados. Em 2019 todas as categorias foram contabilizadas.

** Valor reportado em GPA Consolidado já contempla auditorias realizadas em MV Assaí (auditorias internacionais e nacionais realizadas pelo GPA)

INDICADOR	INDICADOR AUDITADO	UNIDADE	GPA 2017	GPA 2018	GPA 2019	MULTI 2017	MULTI 2018	MULTI 2019	ASSAÍ 2017	ASSAÍ 2018	ASSAÍ 2019	GPA CORPORAÇÃO 2017	GPA CORPORAÇÃO 2018	GPA CORPORAÇÃO 2019
GASES REFRIGERANTES*														
R404A	X	kg	8.782	9.470	19.047	8.219	8.526	15.830	333	944	3.217	-	-	-
R134A	X	kg	2.150	1.187	2.547	1.354	260	532	588	927	2.016	143	-	-
R22	X	kg	190.634	150.329	203.064	166.022	119.774	166.235	24.399	30.555	36.829	487	-	-
Outros fluidos	o	kg	7.261	3.848	3.239	4.696	1.717	3.117	2.474	2.131	122	91	-	-
RESÍDUOS NÃO PERIGOSOS DA OPERAÇÃO **														
Papelão para reciclagem	X	toneladas	13.664	48.049	43.789	-	28.468	19.200	13.664	19.538	24.551	-	44	38
Plástico para reciclagem	X	toneladas	2.460	6.434	5.673	-	3.123	1.541	2.460	3.305	4.127	-	6	6
Sucatas e Metais para reciclagem	X	toneladas	99	111	151	-	1	-	99	110	151	-	-	-
Cartuchos de impressoras profissionais	X	toneladas	-	-	10	-	-	-	2	4	10	-	-	-
Resíduos eletroeletrônicos	X	toneladas	-	-	5	-	-	-	4	13	5	-	-	-
Resíduos orgânicos para compostagem	X	toneladas	674	3.374	2.789	-	2.862	1.889	674	513	900	-	-	-
Óleo de cozinha usado para reciclagem	X	toneladas	17	346	305	-	303	245	17	43	60	-	-	-
Outros para reciclagem	X	toneladas	-	5	18	-	5	18	-	-	-	-	-	-
Rejeitos	X	toneladas	37.040	162.648	121.769	-	117.543	67.702	37.040	44.909	53.905	-	196	163
Taxa de resíduos reutilizados	X	%	46	25	30	-	21	25	46	34	36	-	20	21
RESÍDUOS DEPOSITADOS POR CLIENTES														
Resíduos de clientes coletados nas lojas	X	toneladas	769	6.547	6.732	-	5.615	5.862	769	932	871	-	-	-

* Dado considera apenas fluidos de frio alimentar

**Redução do volume devido à mudança de metodologia no cálculo

Índice de Conteúdo GRI 102-55

DIVULGAÇÕES GERAIS

PERFIL ORGANIZACIONAL

GRI STANDARD	DIVULGAÇÃO	PÁGINA/URL	OMISSÃO	OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL
GRI 102: Divulgações gerais 2016	102-1 Nome da organização	10		
	102-2 Atividades, marcas, produtos e serviços	10		
	102-3 Localização da sede	10		
	102-4 Localização das operações	10		
	102-6 Mercados atendidos	10		
	102-7 Porte da organização	10, 11		
	102-8 Informações sobre empregados e trabalhadores	11		8, 10
	102-9 Cadeia de fornecedores	39		
	102-11 Abordagem ou princípio da precaução	26		
	102-12 Iniciativas desenvolvidas externamente	91		
	102-13 Participação em associações	92		

GOVERNANÇA

GRI 102: Divulgações gerais 2016	102-22 Composição do mais alto órgão de governança e dos seus comitês	24		5, 16
	102-23 Presidente do mais alto órgão de governança	24		16
	102-26 Papel do mais alto órgão de governança na definição do propósito, valores e estratégias	26		

ENGAJAMENTO DE STAKEHOLDERS

GRI 102: Divulgações gerais 2016	102-40 Lista de grupos de stakeholders	20		
	102-42 Identificação e seleção de stakeholders	20		
	102-43 Abordagem para engajamento de stakeholders	20		
	102-44 Principais tópicos e preocupações levantadas	20		

DIVULGAÇÕES GERAIS

PRÁTICAS DE REPORTE

	102-45 Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas	20
	102-46 Definindo o conteúdo do relatório e limites do tópico	21
	102-47 Lista dos tópicos materiais	20
	102-50 Período do relatório	20
GRI 102: Divulgações gerais 2016	102-51 Data do relatório mais recente	03
	102-52 Ciclo do relatório	03
	102-53 Ponto de contato para perguntas sobre o relatório	03
	102-54 Opção de acordo com o GRI Standards	20
	102-55 Sumário de Conteúdo GRI	101
	102-56 Asseguração externa	20



São Paulo Corporate Towers
A. Juscelino Kubitschek, 1909
Torre Norte – 9º andar – Vila Nova Conceição
CEP 04543-011 – São Paulo – SP, Brasil

Tel: (11) 2573-3000
ey.com.br

Relatório de Asseguração Limitada dos Auditores Independentes do Relatório Anual de Sustentabilidade do Grupo Pão de Açúcar, com base nas diretrizes da metodologia interna do Grupo Casino

Aos Administradores e Acionistas da
Companhia Brasileira de Distribuição (Grupo Pão de Açúcar - GPA)

Introdução

Fomos contratados pela administração da Companhia Brasileira de Distribuição (“Grupo Pão de Açúcar” ou “GPA” ou “Instituição”) para apresentar nosso relatório de asseguração limitada sobre os indicadores (objetos do nosso escopo) contidos no Relatório Anual de Sustentabilidade do GPA, com base nas diretrizes internas de protocolo de reporte definido pelo Grupo Casino (“Relatório”), compreendendo dois períodos bases, de 01 de outubro de 2018 a 30 de setembro de 2019 para os indicadores referentes a meio ambiente e 01 de janeiro de 2019 a 31 de dezembro de 2019 para os demais indicadores listados abaixo, ambos para as operações de Multivarejo, Assai, GPA Malls, GPA Corporação e Sede.

Responsabilidades da administração do GPA

A administração do GPA é responsável pela elaboração e apresentação de forma adequada das informações constantes no Relatório de acordo com critérios, premissas e metodologias internas definidas pelo Grupo Casino e pelos 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 constantes no Relatório, com base no trabalho de asseguração limitada conduzido de acordo com o Comunicado Técnico do Ibracon (CT) Nº 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 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 os indicadores constantes no Relatório, 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 e outros profissionais do GPA que foram envolvidos na elaboração das informações constantes do Relatório através da aplicação de procedimentos analíticos para obter evidências que nos possibilite concluir na forma de asseguração limitada sobre os indicadores do Relatório. Um trabalho de asseguração limitada requer, também, a execução de procedimentos adicionais, quando o auditor independente toma conhecimento de assuntos que o leve a acreditar que as informações constantes do Relatório podem apresentar distorções relevantes.

Os procedimentos selecionados basearam-se na nossa compreensão dos aspectos relativos à compilação e apresentação das informações constantes no Relatório de acordo com critérios, premissas e metodologias próprias do Grupo Casino e de outras circunstâncias do trabalho e da nossa consideração sobre áreas onde distorções relevantes poderiam existir. Os procedimentos compreenderam:

- (a) O planejamento dos trabalhos, considerando a relevância, o volume de informações quantitativas e qualitativas e os controles internos que serviram de base para a elaboração das informações constantes do Relatório;
- (b) O entendimento da metodologia de cálculos e dos procedimentos para a preparação e compilação dos indicadores através de entrevistas com os gestores responsáveis pela elaboração das informações;



São Paulo Corporate Towers
A. Juscelino Kubitschek, 1909
Torre Norte – 9º andar – Vila Nova Conceição
CEP 04543-011 – São Paulo – SP, Brasil

Tel: (11) 2573-3000
ey.com.br

Responsabilidade dos auditores independentes – continuação

- (c) A aplicação de procedimentos analíticos sobre as informações quantitativas e indagações sobre as informações qualitativas e sua correlação com os indicadores divulgados nas informações constantes no Relatório;
- (d) O confronto dos dados de natureza financeira com as demonstrações financeiras e/ou registros contábeis.

Os trabalhos de asseguarção limitada compreenderam, também, a aderência às diretrizes e critérios da estrutura de elaboração dos indicadores do protocolo corporativo do Grupo Casino aplicável na elaboração das informações constantes no Relatório.

Acreditamos que as evidências obtidas em nosso trabalho sejam suficientes e apropriadas para fundamentar nossa conclusão na forma limitada.

Alcance e limitações

Os procedimentos aplicados em um trabalho de asseguarção limitada são substancialmente menos extensos do que aqueles aplicados em um trabalho de asseguarção razoável, que tem por objetivo emitir uma opinião sobre as informações constantes no Relatório. Consequentemente, não nos possibilitam obter segurança de que tomamos conhecimento de todos os assuntos que seriam identificados em um trabalho de asseguarção razoável. Caso tivéssemos executado um trabalho com objetivo de emitir uma opinião, poderíamos ter identificado outros assuntos ou eventuais distorções nas informações constantes do Relatório.

Dessa forma, não expressamos uma opinião sobre essas informações. Adicionalmente, os controles internos do GPA não fizeram parte de nosso escopo de asseguarção limitada.

Os dados não financeiros estão sujeitos a mais limitações inerentes do que os dados financeiros, dada à 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, nem em relação a projeções futuras e metas.

Somente as informações referentes aos indicadores listados na relação abaixo, para as operações de Multivarejo, Assai, GPA Malls, GPA Corporação e Sede, foram escopo do trabalho de asseguarção limitada. Assim, efetuamos procedimentos de asseguarção limitada exclusivamente sobre os indicadores listados a seguir:

TEMA	INDICADOR
Geral	Área de venda das unidades próprias
RH	Headcount inscritos em 31/12/N
	Headcount do sexo feminino em 31/12/N
	Headcount do sexo masculino em 31/12/N
	Headcount tempo integral em 31/12/N
	% de headcount em tempo integral
	Headcount meio período em 31/12/N



São Paulo Corporate Towers
 A. Juscelino Kubitschek, 1909
 Torre Norte – 9º andar – Vila Nova Conceição
 CEP 04543-011 – São Paulo – SP, Brasil

Tel: (11) 2573-3000
 ey.com.br

TEMA	INDICADOR
RH	Headcount do sexo masculino em cargos de gerência e acima em 31/12/N
	Headcount do sexo feminino em cargos de gerência e acima em 31/12/N
	Taxa de funcionários por raça/etnia por cargos de gerência (negros e negras)
	Headcount por raça/etnia (negros e negras)
	Total de colaboradores com deficiência na empresa em 31/12/N
	Taxa de PCD em relação ao número total de inscritos
	Número de aprendizes em 31/12/N
Treinamento	Número total de horas de treinamento de colaboradores
	Número de horas de treinamento por pessoa
	Número de colaboradores que realizaram treinamento sobre corrupção
Saúde e Segurança	Número de acidentes de trabalho com licença de 1 dia pelo menos
	Número de dias de licença decorrente de acidente de trabalho
	Número total de horas ausentes devido a acidente de trabalho, doença ordinária e doenças profissionais
	Taxa de frequência de acidentes de trabalho com interrupção de pelo menos um dia
	Taxa de absenteísmo por acidentes e doenças
Consumo e oferta consciente	Número total de produtos de marca própria
	Número de Produtos Orgânicos
	Percentual de vendas de ovos tipo "Cagefree/Caipira/Orgânicos" de marcas exclusivas para as unidades Multivarejo
	Número de auditorias de condições de trabalho em fábricas de fornecedores de países de risco
	Número de auditorias de condições de trabalho em fábricas de fornecedores de marca própria
Meio ambiente (Energia)	Total da energia consumida
	Consumo de energia por m² de loja
	Consumo de Energia Verde
	Proporção de Energia Verde
	Energia renovável produzida
Meio ambiente (Gases refrigerantes)	Consumo de óleo diesel
	R404A
	R134A
	R22



São Paulo Corporate Towers
 A. Juscelino Kubitschek, 1909
 Torre Norte – 9º andar – Vila Nova Conceição
 CEP 04543-011 – São Paulo – SP, Brasil

Tel: (11) 2573-3000
 ey.com.br

TEMA	INDICADOR
Meio ambiente (Resíduos não perigosos nas operações)	Papelão para Reciclagem
	Plástico para Reciclagem
	Sucatas e Metais para Reciclagem
	Resíduos orgânicos para compostagem
	Óleo de cozinha usado para Reciclagem
	Outros para Reciclagem
	Rejeitos
	Taxa de resíduos reutilizados
Meio Ambiente (Água)	Total de água potável do sistema
	Consumo de água proveniente de concessionárias por m² de loja
ISD	Índice de Sustentabilidade e Diversidade (ISD)

Conclusão

Com base nos procedimentos realizados, descritos neste relatório, nada chegou ao nosso conhecimento que nos leve a acreditar que os indicadores constantes no Relatório Anual de Sustentabilidade do GPA, objetos do nosso escopo, relativo aos períodos bases, de 01 de outubro de 2018 a 30 de setembro de 2019 para os indicadores referentes a meio ambiente e 01 de janeiro de 2019 a 31 de dezembro de 2019 para os demais indicadores, não tenham sido compilados, em todos os aspectos relevantes, de acordo com critérios, premissas e metodologias para elaboração dos indicadores da diretriz interna corporativa do Grupo Casino.

São Paulo (SP), 14 de maio de 2020

Ernst & Young
 Auditores Independentes S.S.
 CRC - 2SP034519/O-6

Antonio Humberto Barros dos Santos
 Contador CRC-1SP161745/O-3

Créditos

Coordenação-geral

Diretoria de Comunicação Corporativa
Diretoria de Relações com Investidores
Diretoria de Sustentabilidade e Compliance

Consultoria GRI, coordenação editorial e design

Report Sustentabilidade
www.reportsustentabilidade.com.br

Fotografia

Camila Picolo

Todas as fotos do Relatório Anual e de Sustentabilidade retratam colaboradores(as), clientes e parceiros(as) e fazem parte do banco de imagens do GPA e do Instituto GPA.

Infográfico

Cássio Bittencourt

Contatos

Comunicação Corporativa

comunicacao.corporativa@gpabr.com

Relações com Investidores

gpa.ri@gpabr.com

Sustentabilidade

sustentabilidade@gpabr.com

Ouvidoria

Assaí e Compre Bem
ouvidoria@assai.com.br • 0800 777 3377

GPA

ouvidoria@gpabr.com • 0800 55 57 11

GPA Malls

ouvidoria@gpamalls.com • 0800 55 57 11

Multivarejo

ouvidoria@multivarejogpa.com.br • 0800 55 57 11

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

Assaí • www.assai.com.br
Compre Bem • www.comprebem.com.br
Extra • www.extra.com.br
GPA • www.gpabr.com
James • www.jamesdelivery.com.br
Pão de Açúcar • www.paodeacucar.com
Pão de Açúcar Adega • www.paodeacucar.com/adega
Qualitá • www.casapraticaqualita.com.br
Taeq • www.conquistesuavida.com.br
Instituto GPA - www.institutogpa.org.br

Para mais informações sobre o GPA,
consulte www.gpabr.com.

©2019 – O Relatório Anual e de
Sustentabilidade 2019 é uma realização do
GPA. A reprodução de textos é permitida
desde que citada a fonte.