

# RELATÓRIO ANUAL E DE SUSTENTABILIDADE 2022



# SUMÁRIO

**04** **MENSAGENS**  
Conselho  
CEO

**08** **SOBRE O RELATÓRIO**  
Indicadores de Referência  
Direcionadores de Conteúdo e Estratégia ESG integrada  
Materialidade

**13** Posicionamento de Sustentabilidade e Eixos de atuação  
Framework de Capitais

**16** **DESTAQUES 2022**

**20** **GOVERNANÇA**  
Estrutura de Governança  
Principais Instrumentos e Iniciativas de Compliance  
Gestão de Riscos e Tecnologia e Segurança de Informação

**34** **ESTRATÉGIA**  
Estratégia integrada de negócios

**37** **CAPITAL FINANCEIRO**  
Contexto macroeconômico e do segmento  
Performance Financeira Comentada  
Indicadores Econômico-Financeiros  
Assaí no Mercado de Capitais

# 45

## **CAPITAL HUMANO**

Ser Assaí é Assim (cultura e Valores)  
Desenvolvimento Humano e Organizacional  
Diversidade & Inclusão  
Qualidade de Vida, Saúde e Segurança

# 79

## **CAPITAL MANUFATURADO**

Nosso jeito de fazer negócios  
Infraestrutura, Crescimento e expansão  
Excelência Operacional e de Serviços

# 85

## **CAPITAL INTELECTUAL**

Tecnologia e Transformação Digital  
Universidade Assaí

# 92

## **CAPITAL SOCIAL E DE RELACIONAMENTO**

Relacionamento com o(a) cliente  
Relacionamento com a Sociedade  
Instituto Assaí  
Cadeia de Valor

# 130

## **CAPITAL NATURAL**

Meio Ambiente  
Redução das emissões de GEE  
Redução e valorização dos resíduos  
Uso sustentável dos recursos naturais

# 139

**ANEXOS**

# Mensagem do Conselho de Administração

### |GRI 2-22|

Concluímos mais um ano desafiador em nossa história. Diante das recentes crises que enfrentamos, em especial a pandemia de covid-19 e a guerra na Ucrânia, o Grupo Casino reafirmou seu inabalável compromisso com os serviços prestados aos(às) seus(suas) clientes. Nossa estratégia se manteve focada na antecipação às necessidades dos(as) consumidores(as) e em satisfazê-los(las) da maneira mais eficaz possível.

Os resultados não poderiam ser melhores: as operações do Grupo na França registraram um forte crescimento e, no Brasil, o Assaí quebrou recordes – com excelentes resultados e forte crescimento, consolidando-se como o maior negócio do Casino mundialmente. O Assaí é a marca atacadista mais valiosa do Brasil segundo o *Brand Finance* 2022 e foi eleito ainda a Melhor Empresa no setor Comércio Varejista pelo Valor 1000, considerando inclusive aspectos de ESG.

O alinhamento estratégico entre as empresas do Grupo e a forte contribuição do Assaí



para os cenários econômico e social são de extrema importância ao Grupo. A Companhia é um importante agente de transformação: mesmo diante dos desafios impostos pelo cenário macroeconômico, continuou levando alimento à mesa de tantas famílias brasileiras a preços competitivos. Vale mencionar o papel que o Instituto Assaí, criado em 2022, cumpre nesse cenário. Seja ao fomentar a capacitação de empreendedores(as) – setor que tanto cresceu no pós-pandemia – ou realizando diversas ações de doação pelo país, a entidade já nasceu gigante, como é o Assaí.

Em 2022, completou-se 2 anos da cisão do GPA. Os resultados obtidos até aqui comprovam que a estratégia foi correta. Já em 2020 vislumbramos todo o potencial que esse movimento traria às Companhias e aos investidores, criando inúmeras possibilidades de negócios e fortalecendo ainda mais o Assaí, que pôde destravar todo o seu potencial e se tornar uma empresa de identidade ainda mais forte e com mais capacidade de execução. A valorização dos papéis da

empresa nesse período demonstra que o mercado e a sociedade reconheceram esse esforço bem como a força imensurável do Assaí.

Isso vem se mostrando em recorde após recorde. Em 2022 foram históricas 60 inaugurações – levando a Companhia a encerrar o ano com 263 lojas – e presença em quase todo o território nacional (23 estados, além do Distrito Federal). Em apenas um ano, foram gerados ainda 16 mil novos empregos. O Assaí iniciou também um dos mais importantes capítulos de sua história: a conversão dos pontos de hipermercados adquiridos em 2021, um movimento incomparável na trajetória do varejo nacional.

Ainda em 2022, avançou em melhorias de governança corporativa. Aprovamos a mudança do estatuto, que estabeleceu novas diretrizes para transações com partes relacionadas, e promovemos mudanças na estrutura do Comitê de Administração com a entrada de Belmiro Gomes, presidente do Assaí. Dessa forma, ele leva a essa esfera toda a sua experiência e visão no comando do negócio.

Alinhada à estratégia em ESG do Casino, o Assaí vem avançando em se tornar uma empresa cada vez mais sustentável. Registrou queda de 12,3% nas emissões de escopos 1

e 2 em relação ao mesmo período de 2021, em linha com a estratégia de combate às mudanças climáticas e meta de redução das emissões em 38% até 2030 (ano-base 2015). Em diversidade, tem avançado no seu objetivo de ser uma empresa mais diversa e inclusiva.

Como resultado, a Companhia foi aprovada para integrar importantes índices de sustentabilidade de mercado: o Índice de Sustentabilidade Empresarial da B3 (ISE B3); o Índice Carbono Eficiente (ICO2); o IGPTW B3, que reconhece empresas como um excelente lugar para se trabalhar; e integrou ainda o *Bloomberg Gender-Equality Index (GEI)*.

Por fim, melhorou a avaliação no CDP *Climate Change*, um dos principais mecanismos de avaliação e divulgação sobre gestão eficiente e de riscos relacionados a mudanças climáticas.

Agradecemos profundamente aos(as) nossos(as) colaboradores(as), conselheiros(as), investidores(as), parceiros(as) e fornecedores(as) por estarem conosco. Reafirmo a total confiança do Grupo Casino na administração do Assaí e a certeza de que a empresa terá mais um ano histórico e de muito aprendizado.

**Jean-Charles Naouri**

Presidente do Conselho de Administração

“

**Os resultados não poderiam ser melhores: as operações do Grupo na França registraram um forte crescimento e, no Brasil, o Assaí quebrou recordes – com excelentes resultados e forte crescimento.**

”

# Mensagem da Presidência

|GRI 2-22|

Um ano histórico. Após concluir a cisão com o GPA, o Assaí realizou em 2022 o maior e mais bem-sucedido plano de expansão de um varejista e atacadista de alimentos brasileiro. Foi um recorde: 60 inaugurações em 12 meses, no ano em que tivemos ainda o maior investimento já realizado na história da Companhia. Superamos, assim, o guidance inicial de 52 aberturas, o que evidencia e comprova nossa forte capacidade de execução.

Encerramos 2022 ainda com recordes de faturamento e apresentando ganhos de *market share* em todas as regiões do país. Tivemos atingimentos expressivos, mesmo diante dos desafios impostos pelo cenário macroeconômico.

Soma-se a isso outro recorde que me deixa muito orgulhoso: geramos 16 mil empregos, tornando o Assaí um dos 6 maiores empregadores privados do país. Números que fazem parte de uma estratégia consistente e atenta à importância de impactar positivamente a vida de tantos(as) brasileiros(as).

Em linha com as premissas de nosso planejamento estratégico, priorizamos a conversão das lojas do Extra Hiper adquiridas em 2021, localizadas em grandes



centros e com alto potencial de retorno comercial. Foram 47 pontos comerciais que demandaram a completa adequação dos espaços para a operação do atacarejo. Da fundação ao telhado, os edifícios foram completamente modernizados: o piso passou a sustentar um nível de carga três vezes maior, os equipamentos foram substituídos, a planta do salão de vendas e salas administrativas foram refeitas. E para apoiar todo esse processo, inauguramos também três novos Centros de Distribuição (em Belém/PA, Rio de Janeiro/RJ e Arujá/SP).

Incluídas as 13 inaugurações orgânicas do ano, as 60 unidades de 2022 sustentarão o crescimento da Companhia no futuro, mostrando ainda aos nossos diversos *stakeholders* a proposta única de valor do Assaí: temos uma marca forte, reconhecida e admirada; um modelo de negócio que privilegia o preço baixo em uma experiência de compras cada vez mais agradável; e, agora, alguns dos melhores pontos físicos nas cidades em que operamos.

Uma equação que mostra a evolução do nosso modelo de negócio e indica o caminho que seguiremos daqui para frente. Fizemos um movimento sem volta ao cruzar a última fronteira do atacarejo, levando o Assaí para ainda mais dentro dos grandes centros

urbanos – uma mudança significativa para o formato que nasceu e se fixou por anos em regiões periféricas. Isso significa não apenas ter unidades próximas de mais clientes, mas também atender a diferentes classes econômicas. E isso implicou em fomentar ainda mais mudanças em nosso formato, seja com a criação de serviços adicionais nas lojas (como açougue e Empório de Frios), no mix de produtos ou na evolução da estratégia *phygital*.

Melhorias realizadas para impactar positivamente o(a) cliente, mas que não perdem o foco em nossa essência: uma operação de baixo custo e eficiente. A despesa operacional é rigorosamente controlada – e isso não foi diferente em um ano que exigiu gastos em reformas e construção em uma expansão recorde. Assim, seguirmos firmes e rigorosos nesse controle.

Com a expansão, o Assaí movimentou ainda uma cadeia imensa de fornecedores e parceiros, gerando renda e empregos. Isso comprova a relevância da empresa e implica em uma responsabilidade ainda maior de todos os mais de 76 mil colaboradores e colaboradoras. É por isso que nossa estratégia em ESG caminha muito junto da nossa expansão, cuidando e observando para que todos os pontos de contato e de impacto da operação sejam

planejados com responsabilidade ímpar. No Assaí, o discurso anda de mãos dadas com a prática.

Por isso, em 2022, unimos esforços na criação do Instituto Assaí. Com ele, mantivemos a tradição da Companhia em realizar ações sociais, entre elas o fomento ao microempreendedorismo no setor de alimentos em regiões de vulnerabilidade social pelo Brasil, a exemplo do reconhecido Prêmio Academia Assaí.

Com o aumento significativo do nosso parque de novas lojas, estivemos atentos à necessidade também de adequar as nossas unidades e torná-las ainda mais sustentáveis para causar o menor impacto ambiental possível. Além de manter firme o compromisso em diminuir em 38% as emissões de carbono até 2030, demos passos significativos em projetos de logística reversa – com ações para atender às demandas de expansão da empresa e também para incentivar a reciclagem e práticas mais conscientes com nossos clientes –; na migração das lojas para o mercado livre de energia – para redução das emissões de escopo 2 priorizando o consumo de energia renovável –; e nas ações relacionadas à Política Nacional de Resíduos Sólidos – principal via para atendimento regulatório sobre a questão dos resíduos.

No que diz respeito a pessoas, a diversidade e a inclusão são parte da nossa cultura e atestam o compromisso perene em refletir a pluralidade da sociedade em que vivemos. Em 2022, 5,3% dos(as) colaboradores(as) eram pessoas com deficiência, resultado referência no mercado. Tivemos ainda 64,5% das pessoas da Companhia que se autodeclararam negras, sendo 43,6% dos cargos de liderança ocupados por funcionários(as) negros(as); e, em 2022, aumentamos a inclusão de pessoas trans, com crescimento superior a 48% na comparação a 2021.

Temos consciência da magnitude do que realizamos. Como diretor-presidente e agora também integrante do Conselho de Administração, não tenho dúvidas da solidez de nosso projeto, da continuidade e do enorme potencial de crescimento que temos à frente. Prova disso é a expressiva valorização obtida após a cisão e que se manteve firme ao longo do ano. Para os próximos meses, entregaremos as conversões remanescentes e aceleraremos o ritmo da expansão orgânica, totalizando aproximadamente 40 novas lojas em 2023. Na agenda de inovação, continuaremos aprimorando e investindo em iniciativas digitais e outras avenidas de crescimento.

Neste Relatório, nos orgulhamos dos resultados e de compartilhar também como

**“  
Foi um recorde:  
60 novas lojas  
inauguradas em  
12 meses, no ano em  
que tivemos ainda  
o maior investimento já  
realizado na história  
da Companhia.  
”**

trabalhamos para que nossas estratégias de negócios e demais iniciativas tragam impactos positivos à sociedade, fazendo jus à confiança depositada por investidores(as), colaboradores(as), clientes e por toda a sociedade. Mantendo a nossa simplicidade, estaremos mais preparados para colher os frutos de todo esse empenho.

Boa leitura!

**Belmiro de Figueiredo Gomes**  
Diretor-Presidente

# 1

## SOBRE O RELATÓRIO

Este Relatório traz informações relevantes a respeito de nosso Propósito e performance, e demais iniciativas orientadas ao crescimento sustentável da Companhia, geração e compartilhamento de valor para nossos(as) acionistas, investidores(as), colaboradores(as) e sociedade.

Loja de Itapetininga (BA)



# RELATÓRIO ANUAL E DE SUSTENTABILIDADE

## |GRI 2-2, 2-14|

O Relatório Anual e de Sustentabilidade Assaí 2022 traz uma prestação de contas sobre nossa governança, iniciativas, impactos e resultados ao longo de um ano muito especial para nós, quando atingimos níveis recordes de expansão.

Nesta publicação, apresentamos todo o cuidado que tivemos para sustentar o projeto de expansão, fortalecer nossa cultura corporativa entre os(as) nossos(as) colaboradores(as) e difundi-la com assertividade para os milhares que chegaram, manter o engajamento e a consistência de nossos valores em meio a uma rotina desafiadora e comprometida com as metas estabelecidas.

Este relatório abrange todas as nossas operações, a partir de abordagens e informações compatíveis com as exigências de transparência para empresas listadas no segmento do Novo Mercado da B3 (Bolsa de Valores de São Paulo) e conforme nossos pilares de estratégia ESG (Ambiental, Social e Governança, na sigla em inglês). A elaboração deste documento foi acompanhada e aprovada pelos principais executivos da Companhia, pela Presidência e as áreas de *compliance* e Relações com Investidores. Seu conteúdo e respectivos informes de resultados estão em conformidade com a legislação contábil e normas da CVM (Comissão de Valores Mobiliários).

Contamos com você para continuarmos em nossa evolução, elaborando um Relato transparente e consistente sobre nossos impactos e prestação de contas. Entre em contato conosco para esclarecer dúvidas, enviar sugestões ou dizer o que achou do nosso Relatório.

E-mail: [sustentabilidade@assai.com.br](mailto:sustentabilidade@assai.com.br)

<https://ri.assai.com.br/>



# Indicadores de referência

Para a elaboração deste Relatório, seguimos padrões adotados e em sintonia com as melhores práticas de relatos internacionais, que têm por objetivo garantir a confiabilidade, a transparência, a comparabilidade e a consistência dos dados e do conteúdo.

Seguem as diretrizes de indicadores específicos **Casino Group CSR Program<sup>1</sup>**, metodologia proprietária de nosso grupo controlador que atende às exigências da legislação francesa.

Os indicadores socioambientais monitorados e publicados são inspirados nas diretrizes estabelecidas na mais nova edição das Normas da **Global Reporting Initiative (GRI 2021)**,

O *framework* de capitais e geração de valor compartilhado da Companhia segue o padrão proposto pela **International Integrated Reporting Council (IIRC)**.

**Sustainability Accounting Standard Board (SASB)**, que aponta questões ambientais, sociais e de governança que podem impactar no desempenho financeiro de uma empresa.

Indicadores da **Task Force on Climate Related Disclosure (TCFD)**, que buscam demonstrar o impacto das mudanças climáticas nos negócios.

Somos orientados pelos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Nações Unidas (ONU).



<sup>1</sup>Os indicadores quantitativos ambientais são apurados considerando o período de outubro de 2021 a setembro de 2022, considerando 190 lojas. Os demais indicadores referem-se ao período de janeiro a dezembro de 2022.

# Direcionadores de Conteúdo e Estratégia ESG integrada



## Capital Humano

Tratamos daqueles que fazem nossa cultura e o Assaí ser o que é: Nossa Gente. Falamos aqui sobre quem e quantos somos, nossos perfis diversos, competências, habilidades, carreira, engajamento e como cuidamos de Nossa Gente em termos de benefícios, saúde física e mental e qualidade vida.



## Capital Financeiro

Apresentamos a origem de nossos recursos disponíveis e a performance dos mesmos de forma orientada ao crescimento sustentável da Companhia, geração e compartilhamento para nossos(as) acionistas, investidores(as) e sociedade.

Para a definição da estrutura de capítulos e dos conteúdos relevantes, nos valem do modelo de Relatório Integrado.



## Capital Manufaturado

Tratamos sobre nosso modelo operacional e nosso jeito de fazer negócios, nossa rede de lojas e distribuição, bem como detalhes sobre nosso processo de crescimento e expansão.



## Capital Intelectual

Refere-se à tecnologia e transformação digital a serviço de nossos negócios e dos relacionamentos, e ainda sobre nossas iniciativas de educação, capacitação e disseminação de conhecimento.



## Capital Social e de Relacionamento

Contempla informações sobre nossos princípios, iniciativas e compromissos com nossos(as) clientes, comunidades, cadeia de valor e sobre nosso engajamento em parcerias e instituições que trabalham em questões públicas relevantes para nossa sociedade.



## Capital Natural

Informamos sobre nossa gestão, iniciativas, responsabilidades e compromissos com o meio ambiente, mudanças climáticas, uso de recursos renováveis e não renováveis em prol da preservação do ecossistema de nosso país e do planeta.

Buscamos oferecer uma descrição de nossos compromissos com a agenda ESG de modo integrado e aprofundado. Especial atenção é conferida ao nosso modelo de negócios e ao potencial de geração de impactos socioambientais positivos para a sociedade e o conjunto de *stakeholders*. As dimensões econômicas, sociais e ambientais são contempladas em nossa formulação estratégica, em nossas operações e na cadeia de valor a partir dos preceitos estabelecidos pelos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas (ONU) e em conformidade com os 10 Princípios Universais da rede Pacto Global (*UN GLOBAL COMPACT*).

# Materialidade

[GRI 3-1, 3-2]

O planejamento de conteúdo deste Relatório foi realizado a partir do processo de materialidade, um recurso utilizado para definir e propagar os principais temas que orientarão nossa Companhia a alcançar seus objetivos estratégicos de forma alinhada aos interesses e expectativas de nossos *stakeholders*.

A Matriz de Materialidade, atualizada em 2022, é elaborada a partir do cruzamento das diretrizes estratégicas de cultura e negócios com as expectativas e demandas de nosso mapa de *stakeholders*. Os temas identificados permitem definir objetivos para a melhoria contínua da performance em crescimento sustentável.

A periodicidade da Matriz é bianual, seguindo as melhores práticas de mercado, com avaliação setorial e dos referenciais de sustentabilidade, como **Índice de Sustentabilidade Empresarial** (ISE B3), **Carbon Disclosure Project** (CDP), **Dow Jones Sustainability Index** (DJSI) e **Morgan Stanley Capital International** (MSCI); entrevistas e consultas a gestores(as) de diferentes áreas da Companhia, a acionistas e investidores(as), agentes reguladores, fornecedores(as) de produtos, imprensa e instituições financeiras, bem como pesquisa quantitativa e qualitativa com *stakeholders*.

Para a revisão de nossa Matriz de Materialidade, foram obtidas informações primárias em entrevistas com o conjunto da alta liderança (diretor-presidente, diretorias estatutária e executiva), e demais executivos(as) ligados(as) diretamente à estratégia, e informações secundárias provenientes de informações levantadas por diferentes áreas, com apoio de consultoria externa, bem como estudo aprofundado de pesquisas e dados sobre interesses, expectativas e principais demandas dos *stakeholders*.

A análise dos resultados permitiu a identificação/atualização dos temas materiais apresentados na **ilustração**, que alinha nossos Eixos de atuação ESG aos temas materiais identificados.

Os resultados, que consideram as perspectivas de *stakeholders* internos e externos, permitirão a elaboração de planos para o curto, médio e longo prazos e quais devem ter prioridade de tratamento. O estudo também permite aprimorar a matriz de risco da Companhia e o monitoramento das ameaças enfrentadas tanto nos níveis estratégicos, operacionais, além daquelas que se originam no contexto externo e de temas de responsabilidade sociocorporativa, que podem afetar a reputação ou a imagem do Assaí.



# Posicionamento de sustentabilidade e eixos de atuação

Procuramos equilibrar as dimensões econômicas, sociais e ambientais em nossas operações e na cadeia de valor, tendo os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU) como orientadores de nossas iniciativas. Em síntese, procuramos incorporar de modo transversal a sustentabilidade ao nosso modelo de negócios com acompanhamento permanente de indicadores e metas estabelecidas para as lideranças, de modo que nosso modelo de negócios possa acompanhar as necessidades de transformação exigidas pelo contexto socioambiental e impactar positivamente a sociedade e nossos públicos de relacionamento, contribuindo assim para a construção de uma sociedade mais justa, inclusiva e alinhada à preservação dos recursos naturais. Nossos compromissos e estratégias giram em torno de cinco grandes eixos de atuação:



**Combate às mudanças climáticas** – Temos metas para redução das emissões de carbono e buscamos reduzir continuamente a geração de resíduos, além de promover práticas de logística reversa, reduzir o desperdício de alimentos e investir em eficiência energética e fontes limpas de energia.

**Temas materiais:**

Mudanças Climáticas ● Combate ao desperdício de alimentos ● Resíduos e logística reversa



**Valorização da Nossa Gente** – Afirmamos nosso compromisso com a inclusão social, a diversidade de nosso quadro de colaboradores(as) para a criação de um ambiente justo e inovador, livre de preconceitos e antirracista. Para tanto, investimos na formação ética e profissional de todos(as) os(as) colaboradores(as).

**Temas materiais:**

Desenvolvimento de pessoas ● Diversidade e combate à discriminação ● Bem-estar, saúde e segurança



**Transformação na cadeia de valor** – Queremos impactar positivamente nosso ambiente de negócios e contribuir para o aprimoramento das práticas de nossos(as) fornecedores(as). Estabelecemos padrões rigorosos na relação com nossos(as) parceiros(as) comerciais e prestadores(as) de serviços para combater o desmatamento e garantir condições de trabalho adequadas.

**Temas materiais:**

Cadeia de fornecimento responsável



**Engajamento com a sociedade** – Queremos ser um agente mobilizador nas comunidades com as quais nos relacionamos por meio de apoio a iniciativas empreendedoras e campanhas sociais.

**Temas materiais:**

Desenvolvimento local

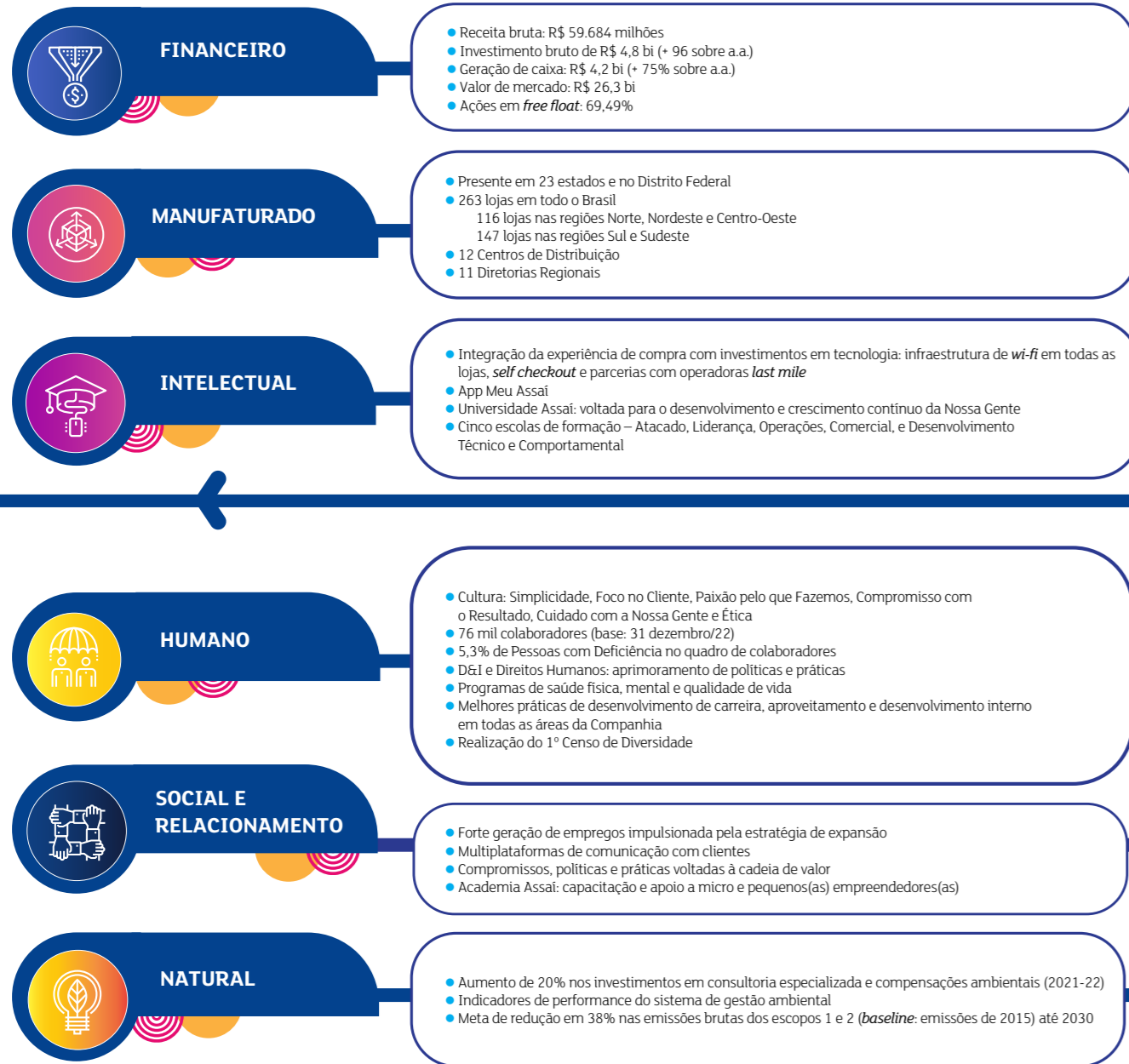


**Gestão integrada e transparência** – Publicamos nossas políticas e compromissos perante nossos públicos, prestamos contas de nossas ações em relatórios anuais de sustentabilidade e participamos de associações e coalizões. Dispomos de um canal de ouvidoria para encaminhamento de denúncias de ações que contrariam nosso Código de Ética.

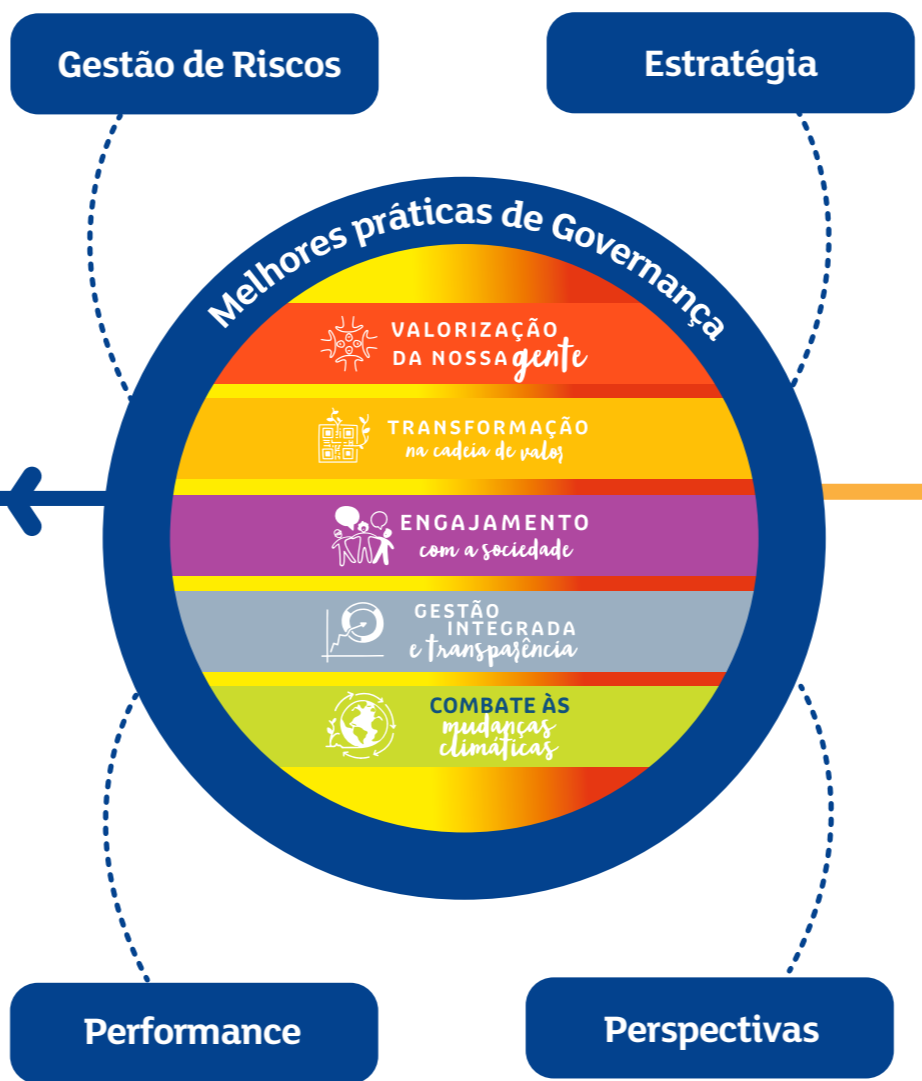
**Temas materiais:**

Relações éticas e transparentes ● Melhores práticas de Governança Corporativa ● Privacidade e proteção de dados

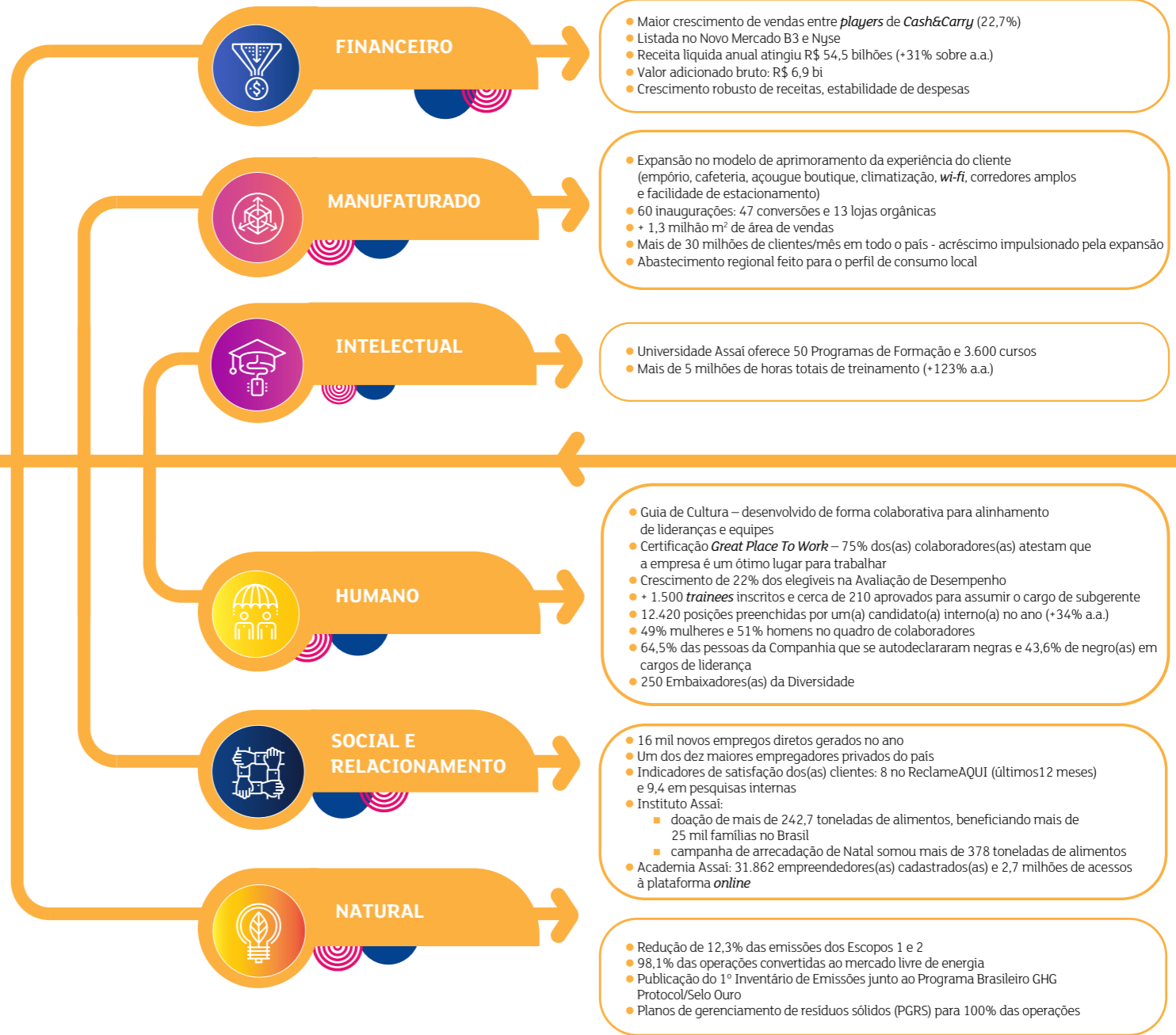
Geração de Valor



Propósito: fazer com que a prosperidade seja uma realidade para todos.

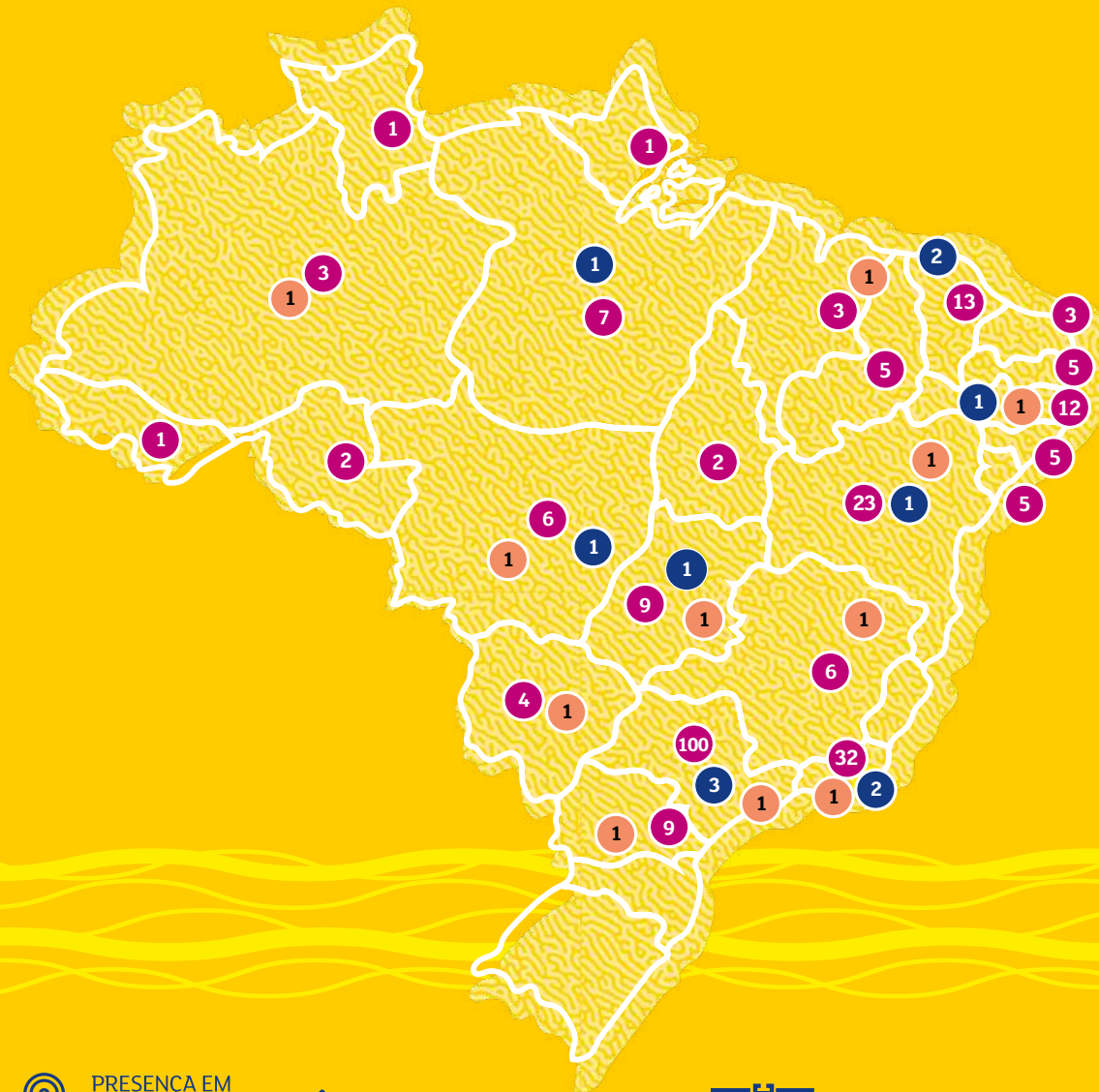


Valor Compartilhado



## DESTAQUES 2022

[GRI 2-6]



**11** DIRETORIAS REGIONAIS

**12** CENTROS DE DISTRIBUIÇÃO

**263** LOJAS  
COM 60 INAUGURAÇÕES EM 2022

- LOJAS
- CENTROS DE DISTRIBUIÇÃO
- DIRETORIAS REGIONAIS

PRESEÇA EM  
**23** ESTADOS  
E DISTRITO FEDERAL



**1,3** MILHÃO M<sup>2</sup>  
ÁREA DE VENDAS



**+ DE 76 MIL**  
COLABORADORES(AS)



**R\$ 59,7** BILHÕES  
EM FATURAMENTO

[ + 31% sobre a.a., com evolução das vendas "mesmas lojas" acima de 10% ]



LOJAS PARCEIRAS DE EMPRESAS *LAST MILE*

2021	2022
<b>128</b>	<b>159</b>



ESTADOS ATENDIDOS  
2021 E 2022

**23**  
E DISTRITO  
FEDERAL



LOJAS EM OPERAÇÃO

2021	2022
<b>212</b>	<b>263</b>



CENTROS DE DISTRIBUIÇÃO

2021	2022
<b>10</b>	<b>12</b>



LOJAS INAUGURADAS NO ANO

2021	2022
<b>28</b>	<b>60</b>



COLABORADORES(AS) (TOTAL)

2021	2022
<b>60.120</b>	<b>76.024</b>

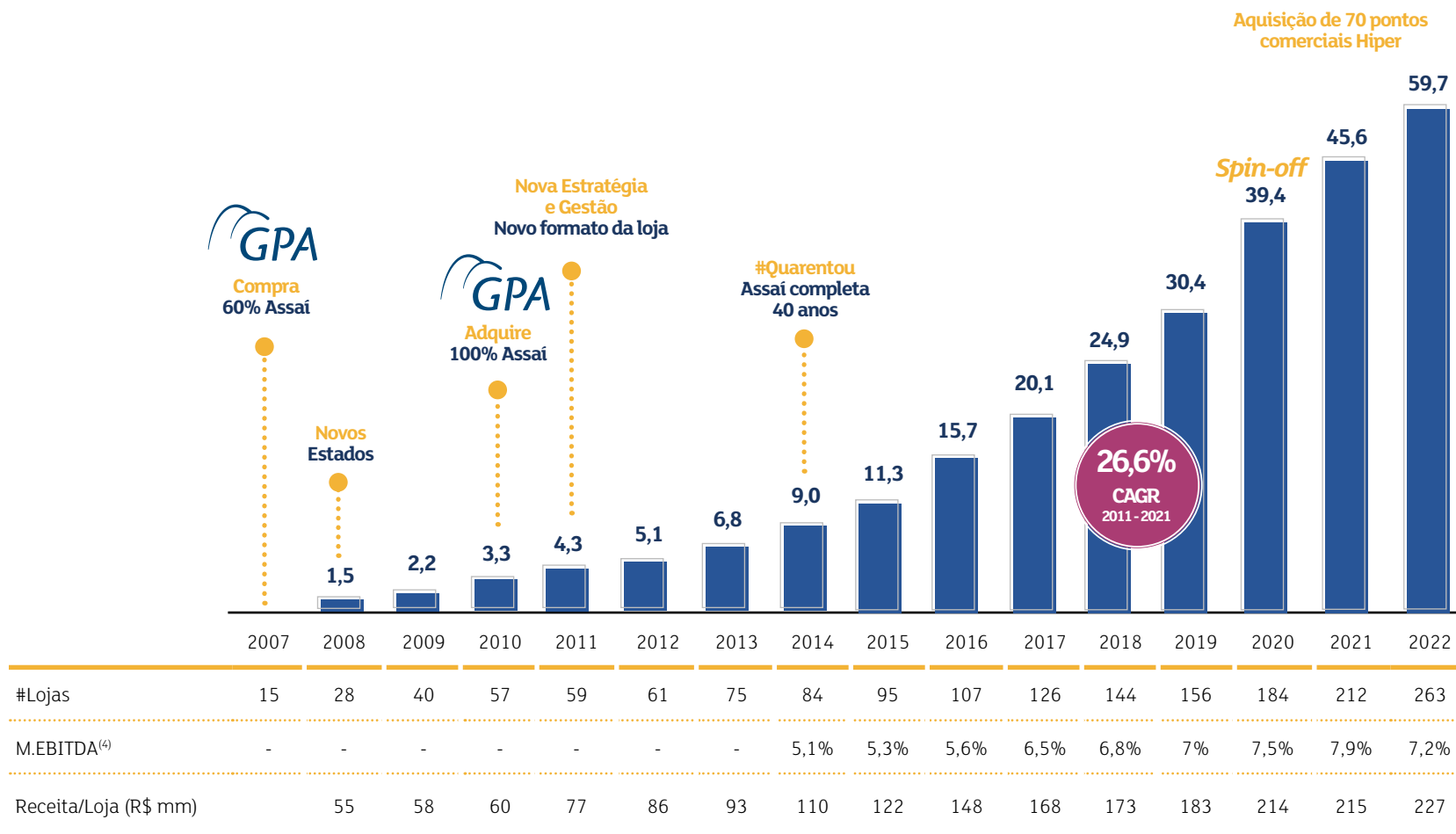


DIRETORIAS REGIONAIS

2021 E 2022  
**11**



## Maior puro *player cash&carry*, com histórico de crescimento consistente



## PRINCIPAIS RECONHECIMENTOS



## SATISFAÇÃO DO CONSUMIDOR

RECLAME AQUI



### OUTROS INDICADORES DE SATISFAÇÃO DE CLIENTES E CONSUMIDORES(AS) (PESQUISAS E AVALIAÇÕES PRÓPRIAS)

Meios de avaliação	% satisfação*
Totem	73%
Pesquisa Nacional	72%
Pesquisa Origem	81%
Espaço do Cliente	87%

\*% de satisfação refere-se às notas 9 e 10 dada pelos clientes e consumidores.

## 2

# GOVERNANÇA

Este capítulo contempla informações sobre nossa plena adesão aos princípios e melhores práticas de Governança Corporativa alinhados aos pilares de nossa estratégia ESG.



Conduzir os negócios com transparência, responsabilidade e lealdade aos nossos valores são princípios que orientam as lideranças do Assaí. Sabemos que nosso sucesso depende do respeito aos princípios éticos, às leis, às normas e aos regulamentos internos, que garantem a previsibilidade de nossas ações e condutas. Fazer o certo e do jeito certo é a melhor forma de assegurar a sustentabilidade de nossos negócios. Procuramos aliar as melhores práticas de governança de companhias de capital aberto ao comprometimento com nosso trabalho, à paixão pelo que fazemos e à motivação para construir uma empresa de atuação nacional e regional capaz de atender às necessidades de nossos(as) clientes e gerar prosperidade para toda a sociedade. Nossas políticas são revisadas a cada dois anos ou antes, nos casos de alteração nos processos internos e no ambiente regulatório a que estamos submetidos.

Obedecemos aos padrões mais elevados de governança corporativa exigidos pelo Novo Mercado, segmento da B3 do qual fazemos parte. Atendemos também às exigências de empresas listadas na Bolsa de Valores de Nova York (NYSE). Continuar neste seleto grupo é um desafio cotidiano que requer o cumprimento de regras rigorosas além das normas estabelecidas pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM), incorporadas ao nosso Estatuto Social e às

nossas políticas internas. Ao estabelecer elevado nível de governança corporativa, temos como objetivo a criação de um ambiente de negócios saudável e seguro para o conjunto de nossos *stakeholders*, pautado em relações éticas e transparentes, conferindo assim maior previsibilidade às nossas ações e projetos.

A excelência dos padrões de governança adotados pelo Assaí tem sido reconhecida pelo mercado financeiro. Ao longo de 2022, em nosso segundo ano de operações independentes, cumprimos os requisitos e fomos aprovados como participantes do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da B3, que reúne as companhias com processos de gestão comprometidas com as práticas de sustentabilidade empresarial.

**ISE - Índice de Sustentabilidade Empresarial da B3**

Indicador do desempenho médio das cotações dos ativos de empresas selecionadas pelo seu reconhecido comprometimento com a sustentabilidade empresarial. O ISE é um importante instrumento utilizado por investidores(as) para suas tomadas de decisão na definição de sua carteira de investimentos. Historicamente, as empresas que o compõem apresentam desempenho acima dos índices da B3.

Passamos a integrar o Índice Carbono Eficiente (IC02) da B3, que atesta o comprometimento com a transparência na divulgação de emissões de carbono e o preparo das empresas para uma economia de baixo carbono.

**O Assaí – único atacadista a responder o reporte CDP – melhorou a sua classificação de C, em 2021, para B, em 2022.**

Loja de Lauro de Freitas (BA)

### CDP CLIMATE CHANGE

Submetemos nossos dados para avaliação do *CDP Climate Change*, iniciativa global que constitui o maior sistema para relato de informações relacionadas à gestão climática, de florestas e água. O CDP incentiva investidores(as), empresas e cidades a se engajarem urgentemente na construção de uma economia sustentável por meio da medição e da compreensão dos impactos ambientais.

O Assaí tem a cobertura de 20 instituições do mercado financeiro. Além disso, a Companhia compõe o índice de Consumo da BFM-Bovespa, o índice de mercados emergentes do *Morgan Stanley Capital International* (MSCI) e do *Financial Times Stock Exchange Index* (FTSE). A área de Relações com Investidores é a responsável por fornecer informações oficiais sobre as políticas de ESG e resultados operacionais e financeiros para o mercado e seus órgãos reguladores, como a Comissão de Valores Imobiliários (CVM) e a *Securities and Exchange Commission* (SEC).

## ESTRUTURA ADMINISTRATIVA

Nossa estrutura administrativa foi constituída para garantir uma gestão ágil e eficiente no acompanhamento de metas sempre em consonância com nossos valores, a legislação vigente e os compromissos assumidos perante nossos *stakeholders*. As seguintes instâncias buscam garantir a solidez de nossa gestão:

**Conselho de Administração** - Tem por função estabelecer a estratégia de longo prazo e as políticas gerais da Companhia. Pode aprovar ou alterar planos de investimento e deliberar sobre emissão de ações até o limite de capital autorizado. Fiscaliza a gestão de diretores(as). É composto por nove membros, sendo três deles independentes. Temos uma mulher como membro do Conselho.

O Conselho de Administração é responsável ainda pela nomeação dos(as) integrantes dos cinco comitês responsáveis por áreas estratégicas da Companhia: Comitê de Governança Corporativa e Sustentabilidade, Comitê de Auditoria, Comitê de Gente e Cultura, Comitê Financeiro e Comitê Estratégico e de Investimento. Os membros dos comitês têm mandato de dois anos, podendo ser novamente indicados ao posto e contar com integrantes externos. **[GRI 2-13]**

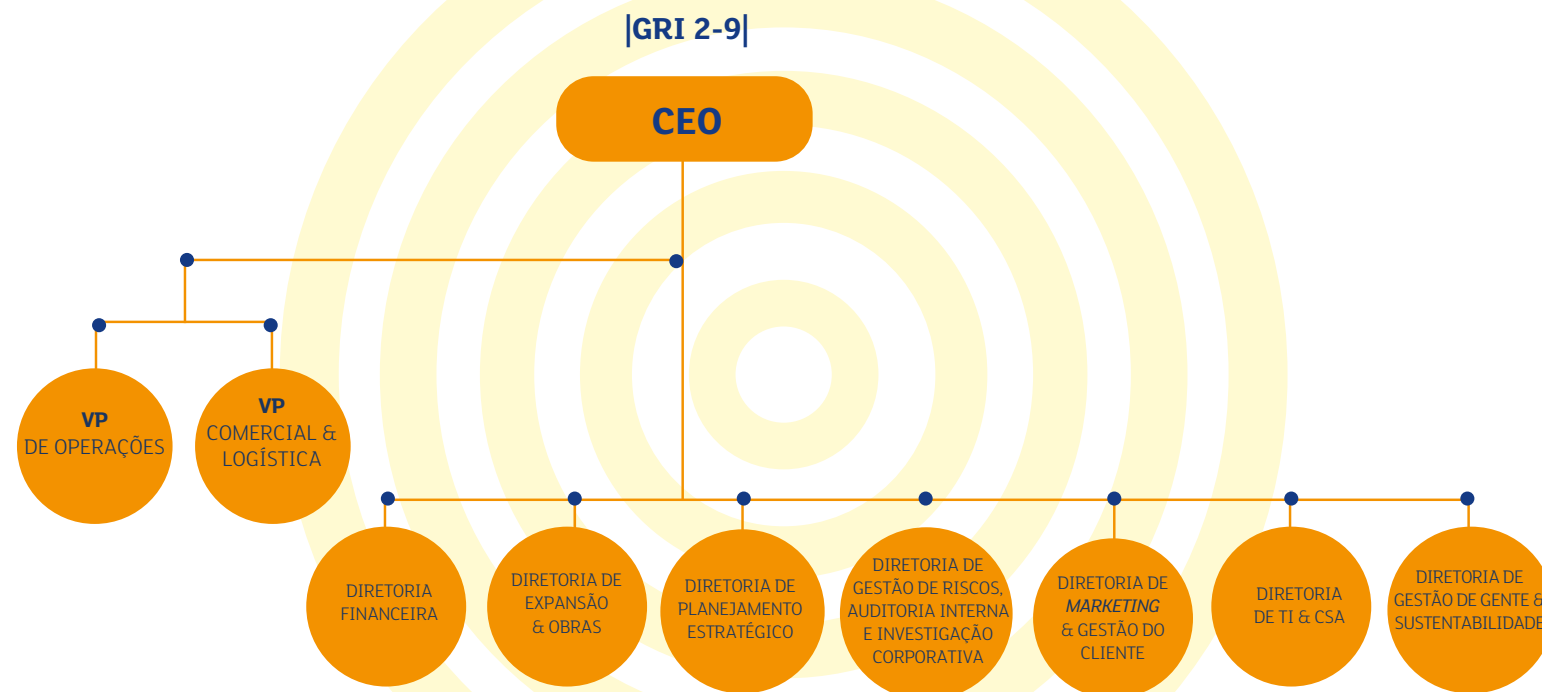
**Conselho Fiscal<sup>2</sup>** – A nossa Companhia não possui um Conselho Fiscal permanente. De acordo com a legislação societária

brasileira, o Conselho Fiscal, se instalado, opera independentemente da nossa administração e de nossos(as) auditores(as) externos(as). Sua principal função é examinar as demonstrações financeiras de cada exercício fiscal e fornecer um relatório formal aos(às)nossos(as) acionistas.

**Diretoria Estatutária** – É responsável pela implantação das diretrizes estabelecidas pelo Conselho de Administração. Formada por cinco integrantes, que representam legalmente a Companhia, a diretoria é eleita para um mandato de dois anos, que pode ser renovado.

**Comitê de Governança Corporativa e Sustentabilidade** – Acompanha e recomenda a adoção das melhores práticas ESG, além de coordenar o processo de incorporação desse modelo.

## Estrutura de Governança



<sup>2</sup>O Conselho Fiscal do Assaí não é permanente, mas pode ser instalado em atendimento à solicitação de acionistas detentores(as) de, no mínimo, 2% de ações ordinárias. Nesse caso, o conselho que terá no mínimo três membros e terá atuação independente da administração e da auditoria externa. Essa regra, descrita em nosso Estatuto Social, atende à legislação societária brasileira.

**Comitê de Auditoria** – Atende às exigências do regulamento do Novo Mercado e da Lei *Sarbanes-Oxley* (“SOx”). Tem cinco integrantes, três deles independentes e um notoriamente reconhecido pela sua expertise em contabilidade societária, e cumpre atribuições legais do Conselho Fiscal<sup>2</sup>.

**Comitê de Gente e Cultura** – Seu objetivo é fazer do Assaí uma Companhia com pluralidade de visões e opiniões no processo de tomada de decisão. Tem por função aprovar as diretrizes de remuneração na Companhia. Analisa o perfil dos(as) candidatos(as) ao Conselho de Administração e seus Comitês de Assessoramento. Também examina os(as) candidatos(as) que poderão ocupar os cargos de diretores(as) estatutários(as), tendo por base experiência profissional, capacitação técnica, representatividade econômica, social e cultural.

**Comitê Financeiro** – Responsável por analisar, recomendar e revisar medidas e ações para garantir os padrões econômico-financeiros. Contribui para decisões de investimentos e negociações

**Comitê Estratégico e de Investimento** – Sua função é acompanhar e recomendar o investimento na adoção de processos e práticas que seguem as principais e melhores tendências tecnológicas e de inovação.

ISE B3



### Gabrielle Helú

Diretora de Relações com Investidores

“Os pilares ESG (Ambiental, Social e Governança) vêm ganhando força no mercado e é a tendência que pautará, cada vez mais, as tomadas de decisão dos investidores. Sem dúvida, empresas mais alinhadas a esta agenda, a longo prazo, conseguirão mitigar mais riscos e terão uma melhor performance financeira. É este caminho que seguimos aqui no Assaí, entendemos esta importância e colocamos em prática ações concretas em sustentabilidade, que nos fizeram integrar, em 2023, a carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial da B3 (ISE), agora, de forma independente desde a nossa listagem na bolsa de valores. Este movimento reforça nossa maturidade em uma estratégia ESG consistente e transversal em nosso negócio, mesmo em um ano de expansão recorde da Companhia.”

”



### Felipe Jesus

Comprador Técnico

“

Como setor estratégico da Companhia, tratamos o Código de Ética como guia de bolso para pautar todas as nossas negociações. Estamos empenhados em agir com transparência, imparcialidade e ética, evitando conflitos de interesses e analisando todos possíveis riscos em uma contratação, praticando na íntegra a Política Anticorrupção.

”

COMPLIANCE

# Principais Instrumentos

|GRI 2-23, 2-24|

Procuramos aprimorar os nossos instrumentos de governança, documentos com regras que visam dar mais agilidade, transparência e autonomia às atividades da nossa empresa. É por meio de políticas alinhadas a nossos valores e propósitos que aperfeiçoamos a nossa gestão e privilegiamos a transparência, adotando princípios e práticas rigorosas.

**Já em nosso primeiro ano de atuação independente, consolidamos um arcabouço completo de políticas relevantes para o suporte de nossa operação e relacionamentos. Dentre elas, estão:**

- Política de Acionamento e Apuração, Ouvidoria
- Política de Consequências e Medidas Disciplinares
- Política de Diversidade e de Direitos Humanos
- Política de Divulgação e Uso de Informações Relevantes e Preservação de Sigilo
- Política de Gestão Ambiental
- Política de Gestão de Riscos Corporativos
- Política de Indicação e Remuneração de Membros do Conselho de Administração
- Política de Negociação de Valores Mobiliários
- Política de Privacidade
- Política de Transações com Partes Relacionadas.

Em 2022, procuramos aperfeiçoar nossas políticas e estabelecer parâmetros para nossa atuação em outros domínios, de modo a garantir a prática de nossos valores e conferir mais segurança para as nossas atividades. Também atualizamos nossa Política de Indicação e Remuneração dos Membros do Conselho de Administração, seus Comitês de Assessoramento, diretoria estatutária e Conselho Fiscal. Nosso Estatuto Social foi alterado para conferir mais poder de decisão aos(as) acionistas minoritários(as). Pelas novas regras, as transações com partes relacionadas acima de R\$ 100 milhões devem passar também pela aprovação dos(as) acionistas minoritários(as).

**Política Anticorrupção** – Atende aos requisitos de combate à corrupção estabelecidos na legislação brasileira (Lei Anticorrupção), na lei norte-americana sobre práticas de corrupção no Exterior (FCPA – *Foreign Corrupt Practices Act*) e da lei francesa sobre práticas de corrupção (Lei *Sapin II*). Estabelece as diretrizes para atuação das áreas de *compliance*, ouvidoria, auditoria interna, áreas apuradoras e jurídico.



### **Política de Consequências e Medidas**

**Disciplinares** – Prevê as ações cabíveis nos casos de descumprimento da legislação em vigor, do Código de Ética e das políticas internas, considerando a análise criteriosa dos casos e a medida adequada.

### **Política de Transações com as Partes Relacionadas**

– Estabelece as diretrizes para garantir que os interesses da Companhia e suas controladoras sejam atendidos nas transações, considerando os princípios de transparência e comutatividade. Tem também o objetivo de prevenir e administrar situações de conflitos de interesse.

### **Política de Divulgação e Uso de Informações Relevantes e Preservação de Sigilo**

– Atende aos termos de regulação do mercado de capitais estabelecendo regras a serem observadas pelo(a) Diretor(a) de Relações com Investidores e demais pessoas obrigadas no que se refere à divulgação de informações relevantes e à manutenção de sigilo nos casos de informações ainda não divulgadas ao público.

**Política de Gestão Ambiental** – Alinhada aos princípios definidos nos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) e à política ambiental do Grupo Casino, define

princípios, compromissos e diretrizes para atuação da Companhia, de seus(as) colaboradores(as) e prestadores(as) de serviço nas ações de sustentabilidade e gestão ambiental em conformidade com a legislação vigente.

### **Política de Negociação de Valores Mobiliários**

– Estabelece regras e procedimentos para qualquer negociação de valores mobiliários de emissão da Companhia com objetivo de assegurar práticas de boa conduta e evitar uso de informações privilegiadas. Atende aos termos da Resolução CVM 44/2021.

### **Política de Gestão de Riscos Corporativos**

– Define princípios e diretrizes além de critérios para identificação, avaliação, tratamento, monitoramento e comunicação dos riscos inerentes às atividades da Companhia e que possam afetar seus objetivos estratégicos. Seu objetivo é contribuir para proteção de valor do Assaí, bem como propiciar a incorporação da visão de riscos à tomada de decisões de acordo com as melhores práticas de mercado.

**Política de Diversidade e Direitos Humanos** – Incorpora princípios internacionais de direitos humanos que

garantem os direitos de todas as pessoas, independentemente de raça, cor, sexo, idioma, religião, opinião política ou de outra natureza. Expressa os compromissos do Assaí na criação de um ambiente sem discriminação e os posicionamentos assumidos na valorização, da diversidade e da inclusão social.

### **Política Socioambiental de Compras de Carne Bovina**

– Aprimoramos também a nossa Política Socioambiental de Compras de Carne Bovina, que tem a função de orientar sobre as relações existentes entre nós e nossos(as) fornecedores(as) de produtos de carne bovina. Estabelecemos, por meio desta política, compromissos, pilares de atuação e diretrizes que balizam o processo de compra de carne bovina da Companhia, além de zelar pelo cumprimento do Código Florestal brasileiro e das legislações vigentes. O respeito a essas diretrizes é obrigatório para todos(as) os(as) fornecedores(as) de carne bovina e é condição para o estabelecimento e para a manutenção de relações de longo prazo conosco.

**Código de Ética** – Este documento sintetiza os princípios e diretrizes mais importantes que norteiam o nosso trabalho e as nossas decisões. O Código também

apresenta as nossas expectativas em relação ao comportamento e à atuação das nossas lideranças, administradores(as), colaboradores(as), fornecedores(as), parceiros(as) de negócios e prestadores(as) de serviços, expressando expectativas, princípios e diretrizes que devem ser seguidos por todos(as) no relacionamento com os *stakeholders*. Além disso, estabelece diretrizes para a condução dos negócios e relacionamento com poder público, parceiros(as) comerciais e colaboradores(as), políticas anticorrupção e de conflito de interesses, contribuições e patrocínios, acionamento e apuração da ouvidoria, consequências e medidas disciplinares, gestão do comitê de ética, relacionamento e acordos com poder público e atendimento à fiscalização, compromisso com a promoção da diversidade e inclusão e cumprimento das leis, dos regulamentos e das normas internas, entre outros.

**Ainda em 2022, outros importantes temas de negócios e relacionamentos passaram a integrar nossos instrumentos de Governança e para abordá-los foram criadas as seguintes políticas:**

**Política de Relacionamento com a Comunidade e com as Partes Interessadas** – Tem como objetivo trazer as diretrizes gerais e específicas para estabelecer relações de longo prazo com todos os públicos que influenciam ou são influenciados pelas atividades da Companhia. A atuação nesse sentido deve ser baseada no diálogo, no engajamento, na ética e na transparência das informações, visando a geração de valor compartilhado, a identificação de oportunidades entre as partes e a gestão do capital social e de relacionamento.

**Política de Ações Comerciais de Publicidade e Marketing** – Apresenta as diretrizes gerais e específicas para a condução das ações comerciais de publicidade e de *marketing* do Assaí, tendo como objetivo garantir a observância da regulação aplicável e das boas práticas nas atividades de *marketing*, vendas e propaganda. Tais normas garantem que a comunicação dos produtos e serviços seja feita de forma responsável, ética e transparente, respeitando todos os preceitos de sustentabilidade, diversidade & inclusão, direitos humanos e direitos dos(as) consumidores(as), e estando alinhada às diretrizes de todas as nossas demais políticas.

#### **Política de Investimento Social Privado**

Este documento objetiva orientar sobre a estratégia de todo e qualquer investimento social do Assaí e apresenta as diretrizes de atuação, aplicação de recursos financeiros, humanos e materiais, tendo como propósito o benefício direto da sociedade, alinhadas às prioridades elencadas pela Companhia e, agora, conduzidas pelo Instituto Assaí.

#### **Política de Indicação e Remuneração de Membros do Conselho de Administração**

A Política de Indicação e Remuneração dos Membros do Conselho de Administração, seus Comitês de Assessoramento, Diretoria Estatutária e Conselho Fiscal tem por objetivo estabelecer critérios e procedimentos que deverão ser observados na indicação de membros do Conselho de Administração, seus Comitês de Assessoramento, Diretoria Estatutária e Conselho Fiscal da Companhia, quando requisitado por nossos(as) acionistas e devidamente instalado, visando assegurar as melhores práticas de governança, bem como definir a estratégia de remuneração dos referidos membros, em linha com as melhores práticas de mercado.



Nossas novas lojas são construídas considerando impacto ambiental e ecoeficiência

# Ouvidoria

[GRI 2-26]

No Assaí, a Ouvidoria é vinculada à Diretoria de Gestão de Gente e Sustentabilidade, e recebe as denúncias de possíveis infrações ao nosso Código de Ética, às nossas políticas internas ou à legislação vigente. Os denunciantes têm a garantia de não retaliação, sigilo e confidencialidade e anonimato. Seu papel vai muito além da aplicação de medidas disciplinares ou punitivas. A Ouvidoria cumpre um papel fundamental para garantir um ambiente respeitoso para todos os nossos públicos de relacionamento e contribui para o aperfeiçoamento de nossas práticas de gestão, assegurando a coerência e adesão aos nossos valores.

Todas as denúncias internas ou externas são analisadas e apuradas de modo independente e são tratadas conforme os parâmetros estabelecidos na Política de Consequências e Medidas Disciplinares, que estabelece ações de orientação, advertência, suspensão ou desligamento do(a) colaborador(a), de acordo com a gravidade do caso. As violações comprovadas ao Código de Ética também são avaliadas pelo Comitê de Ética. Todos os dados são analisados mensalmente e encaminhados semestralmente para o Comitê de Auditoria.

A Ouvidoria tem também o papel de elaborar - em parceria com as áreas da Companhia - medidas estruturantes, visando a melhoria de processos críticos.

	2020	2021	2022
Quantidade de ocorrências relativas aos temas do Código de Ética	2.403	3.105	4.518
Quantidade de ocorrências relativas aos temas do Código de Ética - analisadas e tratadas*	100%	100%	100%

\*Ocorrências resolvidas durante o período

Além das redes sociais, Espaço do Cliente, áreas internas e imprensa, nossos canais de contato são:

Telefone: 0800 777 3377  
E-mail: [ouvidoria@assai.com.br](mailto:ouvidoria@assai.com.br)

Canal de Ouvidoria no site institucional



# Compliance

|GRI 2-24|

O respeito aos padrões éticos, às leis e aos regulamentos internos são fatores decisivos de geração de valor para o Assaí e para a sociedade, além de contribuir para a mitigação dos riscos nas atividades da Companhia e para a preservação da sustentabilidade dos negócios. A área de *compliance* tem a missão de contribuir para promoção da nossa cultura da ética e melhores práticas de integridade no Assaí e entre nossos(as) colaboradores(as) e parceiros(as), que incluem clientes, fornecedores(as), acionistas, poder público e tomadores de recursos para projetos sociais, patrocínios, doações e contribuições.

A área tem investido na formação de Nossa Gente com o objetivo de desenvolver a cultura de *compliance* em todos os departamentos e unidades da Companhia e no trabalho conjunto com os(as) gestores(as) para esclarecimentos de dúvidas sobre as melhores práticas a serem seguidas. Em sua atuação, a área interage diretamente com a Ouvidoria, Gestão de Gente, Investigação Corporativa, Auditoria Interna, Controles Internos, e Jurídico buscando identificar situações de risco e violações ao Código de Ética com objetivo de estabelecer as medidas adequadas para tratamento dos casos.

Nosso **Programa de Integridade** é supervisionado pela alta administração e representa o conjunto de medidas desenvolvidas e implementadas, com o objetivo de prevenir, detectar e responder a ocorrência de desvios éticos, como fraude, corrupção, conflito de interesses, entre outras situações. Deve ser compreendido e atendido em conjunto com o Código de Ética, a Política Anticorrupção e demais regulamentos internos que orientam as atividades e estabelecem as diretrizes gerais sobre práticas anticorrupção, contribuindo no atendimento da legislação existente, em especial a Lei Anticorrupção Brasileira (Lei nº 12.846/13), a Lei Norte-americana Contra Corrupção no Exterior (*United States Foreign Corrupt Practices Act – FCPA*) e

A área também auxilia na definição e implementação de melhores práticas do Comitê de Ética do Assaí. Em 2022, representantes da área participaram do grupo de trabalho sobre integridade promovido pelo Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social Empresarial e que tem como objetivo estimular a formação de um ambiente de negócios pautados em sólidos princípios éticos.

a Lei Anticorrupção Francesa (*Sapin II*) e demais legislações relacionadas aplicáveis à condução do nosso negócio.

Em 2022, o nosso trabalho teve foco na organização das iniciativas, implantando indicadores de monitoramento e controles sobre o que já estava em curso, sobretudo avaliação de riscos de terceiros, Políticas e Procedimentos. Foram estabelecidos indicadores de análise de riscos de terceiros, procedimentos de recomendação de não contratação para fornecedores(as) de maior risco, indicadores sobre situação de colaboradores(as), treinamentos sobre o nosso Código de Ética e combate contra a corrupção.

A área de *Compliance* está conectada diretamente ao valor “Ética” da nossa cultura e tem a missão de promover ações e garantir as melhores práticas para integridade do Assaí



Em 2022, atualizamos nosso Código de Ética, reforçando a necessidade de mantermos nossos valores, que incluem a simplicidade, o foco no cliente, a paixão pelo que fazemos, o compromisso com o resultado, o cuidado com a Nossa Gente e a ética, e normas internas. A adesão aos regulamentos é obrigatória para todos(as) os(as) colaboradores(as), de qualquer instância hierárquica, unidades de negócios e para todos(as) os(as) fornecedores(as) e prestadores(as) fornecedores(as) e prestadores(as) de serviço.

Ao longo de 2022, 27 mil colaboradores(as) receberam treinamento na Universidade Assaí sobre o Código de Ética, obrigatório para os(as) novos(as) colaboradores(as) e nos casos de atualização do documento. Também foram realizadas formações em temas como Anticorrupção, Conflito de Interesses, Segurança da Informação, Ética, Propósito e Legado na Carreira.

A contratação de prestadores(as) de serviço, a relação com órgãos públicos, as doações e patrocínios são avaliados à luz das nossas políticas internas e do Código de Ética para prevenção de riscos reputacionais e ameaças à integridade da Companhia. Além disso, demos foco ao mapeamento de pessoas politicamente expostas, monitoramento de indicadores de doações e patrocínios, conforme determinação da Lei Anticorrupção, e revisão de todos os contratos referentes a cláusulas contratuais ligadas às Leis



27 mil  
colaboradores(as)

receberam treinamento na Universidade Assaí sobre o Código de Ética que fica disponível nos canais internos

Anticorrupção, que visa combater a corrupção pública e privado.

Em meio à forte expansão de nossas atividades, nosso principal objetivo para 2023 é difundir e fortalecer nossa cultura de *compliance* para todos(as) os(as) colaboradores(as), evidenciando os aspectos de mitigação de riscos e proteção da imagem e da reputação do Assaí e que, por consequência, zelar por essas questões passa pelas atividades rotineiras de todos.

Nossa filosofia de *compliance* entende que relacionamento e capacitação para os(as) colaboradores(as), administrativos e em todas as lojas, bem como na cadeia de valor, são cruciais para que todos entendam que os controles de riscos de *compliance* agregam valor e são fatores críticos de sustentabilidade do nosso negócio.



# Gestão de Riscos

Nossa Política de Gestão de Riscos, atualizada em 2022, faz parte do processo de governança corporativa e busca incorporar à tomada de decisões estratégicas a possibilidade de ocorrência de situações que podem afetar os objetivos e os processos de criação e proteção de valor da Companhia e lojas. Para tanto, atuamos em conformidade com os requerimentos legais e com o nosso Código de Ética, buscando dispositivos de controle e monitoramento das exposições de modo a identificar e tratar os riscos para garantir o cumprimento das metas, garantindo maior previsibilidade para nossas atividades. Seguimos padrões internacionais estabelecidos pelo *Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission* (COSO) e pela norma ISO 31000: 2018 - Princípios e Diretrizes da Gestão de Risco para orientar os processos de identificação, avaliação, tratamento, monitoramento e comunicação de riscos.

O processo de gestão de riscos corporativos é conhecido como ERM (*Enterprise Risk Management*) e tem início em reunião anual de apresentação/atualização para o CEO e Diretores(as) Executivos(as) da Companhia. Contempla a captura e o entendimento dos objetivos estratégicos de curto e longo prazos da Companhia e o ambiente em que esses objetivos são perseguidos. Esta etapa é fundamental para garantir que o processo de gestão de riscos esteja alinhado aos ciclos de gestão e de planejamento estratégico de curto e longo prazos da Companhia, identificando assim as suas capacidades e tolerâncias para maior amadurecimento dos conceitos de gestão de riscos. Os riscos são monitorados permanentemente e revisados a cada três meses ou na ocorrência de acontecimentos que impactam os negócios. Sob a liderança da Diretoria de Riscos e Auditoria, o processo busca envolver desde a alta direção até as áreas diretamente envolvidas com práticas que oferecem riscos para o negócio.

## Classificação dos Riscos

**Adotamos quatro principais classificações de riscos no processo. São eles:**

**a) Estratégicos:** Riscos que afetam a estratégia ou os objetivos estratégicos da Companhia. Estão ligados a cenários de incertezas e/ou oportunidades e estão no foco prioritário da Alta Administração.

**b) Operacionais:** Riscos decorrentes da inadequação ou falha na gestão de processos internos, de pessoas ou tecnologias que possam dificultar ou impedir o alcance dos objetivos.

**c) Externo:** Riscos provenientes de eventos externos à Companhia e estão além da sua influência ou controle. Estão ligados a fatores externos como cenário econômico, crises sanitárias, ambiente regulatório, hábito do consumidor, entre outros.

**d) Responsabilidade Social Corporativa:** Riscos relacionados a qualquer questão de natureza ambiental, social e/ou de governança, vinculada à reputação e/ou à imagem da Companhia.

Desde 2021, além dos riscos priorizados do negócio mapeados, acompanhamos também cinco riscos ESG – formalizando a classificação como riscos do negócio ou riscos socioambientais.

Os riscos ESG foram sendo organizados e definidos desde 2019, a partir de um referencial completo (dicionário de riscos) relativos a essa temática, análises de pertinência para o negócio

e posteriores entrevistas realizadas com executivos(as)-chave da empresa, permitindo o mapeamento, a identificação e a avaliação dos riscos socioambientais, valorações, além de elaboração de planos de ação para o tratamento, a prevenção, o gerenciamento e comunicação dos mesmos, dentro da governança da gestão de riscos do Assaí.

O planejamento estratégico de riscos evolui de forma consistente e **atualmente incorpora questões externas como a Guerra na Ucrânia, a ameaça de volta da covid-19, inflação e potencial perda do poder de compra da população, aumento no preço das commodities, volatilidade cambial e instabilidade política, entre outros. Dedicamos atenção especial à mitigação de riscos ambientais e sociais**, por meio de estabelecimento de

políticas de relacionamento com nossos(as) colaboradores(as), clientes, fornecedores(as) e as comunidades impactadas por nossas atividades. Conheça em detalhes nossa estratégia, instâncias e métricas de gestão de riscos acessando o Formulário de Referência CVM.

Treinamos, ainda, nosso time de prevenção de perdas – que trabalha com a segurança física das nossas lojas – e está na linha de frente do contato com o cliente para orientar sobre nossos valores e mitigar riscos. Realizamos *workshops* para fornecedores(as) que prestam serviço de apoio (segurança, limpeza, estacionamento, vigilância e refeitório), para alinhar as nossas políticas e práticas referentes à diversidade, multiplicando nossa rede de conscientização para além do Assaí.

### CINCO RISCOS ESG:

- Combate à discriminação e promoção da diversidade
- Resíduos e desperdício alimentar
- Enfrentamento das mudanças climáticas
- Impactos ambientais na cadeia de suprimentos
- Emissões de carbono provenientes de gases refrigerantes

# Tecnologia e Segurança da Informação


|SASB CG-MR-230a.1|

Os ataques cibernéticos estão aumentando em sofisticação e volume nas empresas, com a utilização da combinação de diferentes meios para atingir seu objetivo. Por outro lado, as equipes de segurança da informação utilizam soluções distintas para monitorar seus ambientes, gerenciar ativos e responder a eventuais ameaças cibernéticas, aumentando a complexidade e necessidade de se ter a visibilidade adequada a respeito dos riscos cibernéticos e de correlatar pontos de atenção com detecção e resposta a incidentes.

Por meio da Governança da Segurança da Informação, o Assaí alinha os objetivos e estratégias do tema, direcionando um programa composto por ações e implementações que visam aumentar as camadas de segurança, considerando entre outros fatores a proteção da rede e o acesso às informações, das mensagens trafegadas, proteção dos dispositivos de usuários e da cópia e restauração segura das informações. Este programa de Segurança da Informação é revisitado em suas prioridades, baseado em análises de maturidade dos fatores acima citados

*versus* riscos cibernéticos. Paralelamente, são organizadas campanhas de comunicação e treinamento para conscientização em Segurança de Informação para todos(as) os(as) colaboradores(as).

Para ajustar nossas operações às exigências da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), estabelecemos uma **Política de Privacidade**, com objetivo de expor claramente a finalidade, o uso e o tratamento de dados pessoais realizados pelo Assaí, prezando pela transparência e proteção da privacidade de nossos(as) clientes e a possibilidade de aperfeiçoamento da prestação de serviços. Também foi estabelecida uma **Política de Cookies**, arquivos que permitem saber como e quando os sites, produtos e serviços do Assaí são utilizados. A política explica as razões para a utilização de *cookies* e seus benefícios para aprimorar a experiência de consumo e de relacionamento com nossos(as) clientes, que podem pelo nosso site consultar seus dados pessoais, atualizá-los, solicitar sua exclusão, a interrupção de envio de informações promocionais, bem como revogar o consentimento dado ao Assaí.



Em 2022, aprimoramos a gestão de acessos para evitar vazamento de dados e ciberataques.



# 3

## ESTRATÉGIA

O conteúdo deste capítulo apresenta uma síntese da estratégia geral do Assaí. Informações quantitativas de apoio estão distribuídas ao longo do Relatório.

## |GRI 2-6|

Em dez anos de crescimento contínuo, nos tornamos uma empresa com presença nacional que já faz parte do dia a dia de milhões de consumidores. Alcançamos a marca de 263 lojas em 23 Estados brasileiros e no Distrito Federal. Já somos uma das maiores empresas do Brasil e uma das marcas mais valiosas do país, com aumento crescente de nossas vendas. Todos esses resultados estão ancorados em estratégias cuidadosamente estudadas para garantir a sustentabilidade da Companhia e suas operações no longo prazo, bem como sua rentabilidade.

Durante esses anos, buscamos aprimorar nosso modelo de negócios, antevendo e aproveitando oportunidades de modo a manter a preferência de nossos(as) clientes e conquistar novos(as) consumidores(as) e perfis de públicos.

Em linha com nossa estratégia de expansão contínua, em 2022, priorizamos a conversão de pontos comerciais adquiridos de hipermercados situados em localização privilegiada de grandes centros urbanos, que apresentam rápida maturação de vendas, garantindo excelentes resultados e uma contribuição significativa para o nosso faturamento. Sem nos restringir ao movimento de

conversões, a busca por pontos comerciais em localizações privilegiadas e em centros urbanos tem orientado também nossa expansão orgânica, resultante do valor criado por nossas operações, da rentabilidade de nossos negócios e do investimento interno da empresa. Com isso, entregamos ao mercado e aos(às) nossos(as) clientes 60 inaugurações, sendo 47 conversões e 13 orgânicas - com infraestrutura e operação aprimoradas, com preços cada vez mais competitivos e melhor experiência de compra.

Somos uma das maiores empresas do Brasil e uma das marcas mais valiosas do país.



Loja de Campo de Goytacazes (RJ)

Para 2023, a estratégia de expansão estará ainda voltada à entrega de cerca de 20 lojas originadas da conversão, encerrando o aproveitamento completo dos ativos adquiridos, e aproximadamente 20 orgânicas – modelo que, por sua vez, continuará a sustentar nossa jornada contínua de crescimento, em linha com investimentos oriundos não somente de recursos obtidos junto a instituições financeiras, mas principalmente da forte geração de caixa da Companhia.

Em termos operacionais, nosso modelo de negócios é flexível e facilmente

adaptável a diferentes regiões e públicos. Procuramos fortalecer a autonomia dos líderes regionais para atender mais rapidamente às necessidades de nossos(as) clientes em cada praça que atuamos. Temos assim conseguido suprir nossas lojas com produtos regionais da preferência dos(as) consumidores(as) e adotar planos de *marketing* focados nas demandas locais.

Nossa logística é descentralizada, permitindo a manutenção de estoques nas lojas, com grande sortimento e disponibilidade de produtos a preços competitivos. Procuramos manter uma estrutura de custos baixos para oferecer aos(às) nossos(as) clientes

preços competitivos e investir de forma estratégica requisitos que aperfeiçoam a experiência de compra e, ao mesmo tempo, otimizam o custo operacional, investimentos esses que comprovadamente já demonstram, não somente crescimento em vendas, mas também em rentabilidade.

Com mais de 76 mil colaboradores(as), nos tornamos o sexto maior empregador privado do País. Nossa Gente é parte fundamental de nossa estratégia, por isso buscamos criar um ambiente sempre **mais inclusivo** e diverso, respeitoso e

acolhedor. Dependemos do engajamento de nossos(as) colaboradores(as) para dar continuidade aos nossos projetos de expansão. Nosso crescimento também é o crescimento de Nossa Gente. E esse é um dos pilares de nossos fortes compromissos com a agenda ESG e com o impacto positivo de nossas ações na sociedade, que também contempla uma governança pautada em princípios éticos e prestação de contas aos(às) nossos(as) *stakeholders*.



Loja de Teixeira de Freitas (BA)

1

4

# CAPITAL FINANCEIRO

Apresentamos a origem de nossos recursos disponíveis e a performance dos mesmos de forma orientada ao crescimento sustentável da Companhia, geração e compartilhamento de valor para nossos(as) acionistas, investidores(as) e sociedade.



# Contexto macroeconômico e do segmento

O arrefecimento da pandemia da covid-19 nos países ocidentais e a invasão da Ucrânia pela Rússia afetaram decisivamente a economia mundial em 2022, que passou a conviver com as ameaças de crise energética, aceleração da inflação e aumento nas taxas de juros, como remédio para um cenário de maior demanda por produtos e serviços sem o pleno restabelecimento das cadeias produtivas mundiais. Some-se a isso a desaceleração da economia chinesa influenciada por crise imobiliária e pela política de covid zero, baseada em rigorosos *lockdowns*. Apesar do cenário restritivo e das dificuldades internacionais, a economia brasileira apresentou crescimento de 2,9% explicado por um primeiro semestre mais robusto em função da demanda reprimida, reabertura do setor de serviços, demanda externa elevada e estímulo fiscal por meio de programas sociais e redução de impostos; porém, contexto que perdeu força no segundo semestre, à exceção

dos bons resultados do setor de serviços, impactando o potencial de crescimento da economia.

O mercado de trabalho registrou melhora nos indicadores de emprego e renda, com recorde na população ocupada de 99,7 milhões de pessoas, geração de cerca de 2,2 milhões de postos de trabalho com carteira assinada e redução da taxa de desemprego para 9,3% em 2022, o menor nível desde abril de 2015. Nesse cenário, a massa de rendimentos dos salários já supera os níveis pré-pandemia e a renda média registrou aumento. A inflação apresentou trajetória de alta, como resultado dos impactos da guerra na Ucrânia nos valores das *commodities* energéticas e agrícolas. A aprovação da PEC (projeto de emenda à constituição) dos combustíveis interrompeu a elevação dos preços, porém o IPCA fechou em alta de 5,79% acima da meta de 3,5% com teto de 5%. Os itens que sofreram maiores aumentos de preços



foram os de vestuário, cuidados pessoais, saúde, alimentação e bebidas. Para conter a inflação, o Banco Central subiu a taxa básica de juros para 13,75%, no maior ciclo de alta em 20 anos. Sob o impacto de uma política monetária apertada, o ritmo de expansão da atividade econômica deu sinais de diminuição nos últimos meses do ano. Além disso, a capacidade de compra das famílias se reduziu devido ao alto comprometimento da renda com pagamento de dívidas.

As dificuldades enfrentadas pelas famílias brasileiras se refletem diretamente no comércio de bens e serviços. Mesmo com queda na taxa de desemprego, o aumento da inflação corroeu a renda e o poder de

compra dos consumidores. Diante das dificuldades, os brasileiros procuraram mudar seus hábitos de consumo, buscando produtos mais baratos e de diferentes marcas, além de reduzir a frequência das compras. Neste cenário, o setor de *cash&carry* cresceu de maneira consistente por representar uma alternativa efetiva de economia ao oferecer produtos com menor preço em relação aos demais canais de venda, pela variedade de sortimento e pelas promoções.

Para 2023, a expectativa é de desaceleração da economia mundial, com risco de recessão nos países desenvolvidos, o que deve afetar a demanda por produtos e serviços em todo o mundo. As taxas de juros ainda elevadas produzirão efeitos na economia ao longo do primeiro semestre e há expectativa de diminuição do crescimento do PIB no Brasil, que inicia um novo ciclo político ainda marcado pela instabilidade e as crises no cenário externo. O resultado futuro dos indicadores econômicos ainda dependerá da capacidade do novo governo e do Congresso Nacional de adotarem medidas para equilibrar as contas públicas e retomar as reformas que garantam a criação de um ambiente econômico propício para que o Banco Central inicie um ciclo de baixa de juros.

# Performance Econômico-Financeira Comentada

Encerramos 2022 com forte crescimento de nossas operações acompanhadas de recordes de faturamento e ganhos de *market share*. Os resultados expressivos, que superam as metas para o ano, devem-se a nossa estratégia de expansão, com inauguração recorde de 60 lojas (13 novas lojas orgânicas e a conversão de 47 hipermercados), bem como a uma estratégia comercial bem-sucedida. Localizadas em pontos comerciais privilegiados em grandes centros urbanos, as lojas convertidas em Assaí apresentam rápido processo de maturação e performance em linha com as expectativas da empresa.

A receita líquida anual atingiu R\$ 54,5 bilhões, patamar 30,7% superior ao registrado em 2021. Esse aumento deveu-se não apenas à nossa estratégia de expansão, mas também à eficiência operacional e consistência do modelo de negócios do Assaí, por meio de investimentos na modernização de seu

parque de lojas e na experiência de compra, — com rápida adaptação aos públicos de cada loja, às demandas regionais, e ao aumento de fluxo de clientes, atraídos pelos preços competitivos e pela nossa qualidade de produtos e serviços. Houve um aumento significativo na geração de caixa da Companhia, que totalizou R\$ 4,2 bilhões em 2022, 75% superior a 2021, o que permitiu atingir os elevados investimentos em expansão — R\$ 4,5 bilhões, montante histórico, duas vezes superior ao mesmo período do ano anterior.

O lucro bruto em 2022 foi de R\$ 9 bilhões, com margem de 16,4%. As despesas com vendas, gerais e administrativas correspondem a 9,5% da receita líquida anual, o que demonstra nosso rigoroso controle de despesas diante do intenso momento de expansão e a excelência do desempenho operacional. O EBITDA ajustado foi de R\$ 3,9 bilhões, com margem de 7,2%, confirmando a alta capacidade de execução da Companhia e o compromisso



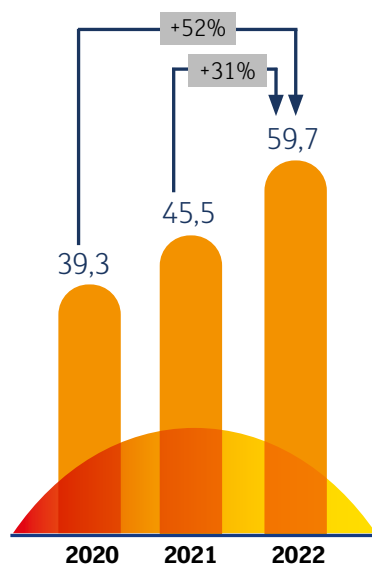
com o resultado. O lucro líquido totalizou R\$1,2 bilhão — patamar consistente, mesmo com investimentos para a implementação do projeto de conversão de hipermercados e elevada taxa de juros.

O resultado financeiro líquido atingiu R\$ 1,5 bilhão, equivalente a 2,8% da receita líquida, e reflete principalmente a forte alta nas taxas de juros no período e

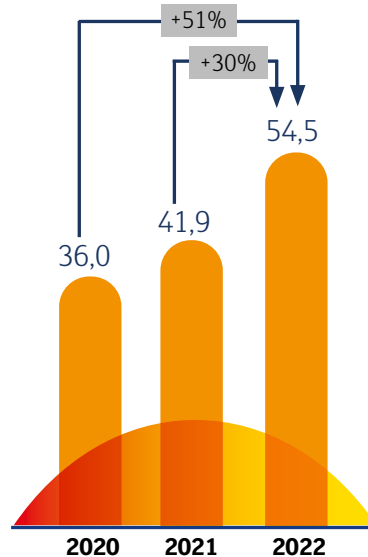
o maior volume de dívida bruta decorrente do alto nível de investimentos em expansão realizado pela Companhia.

A Companhia encerrou o ano com uma relação dívida líquida/EBITDA ajustada de 2,19x, nível de alavancagem alinhado às expectativas diante do contexto de intensa expansão.

## RECEITA BRUTA (R\$ BILHÕES)



## RECEITA LÍQUIDA<sup>(1)</sup> (R\$ BILHÕES)

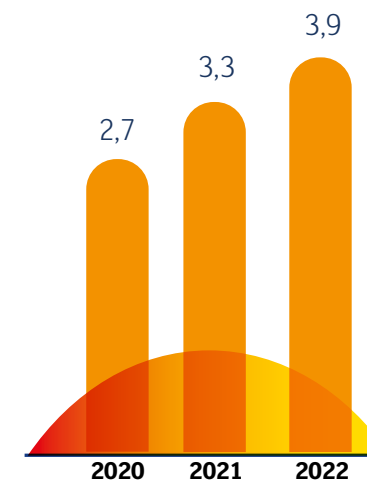


Venda <sup>(2)</sup> por m <sup>2</sup>	2020	2021	2022
	4,4	4,5	4,7

(1) Valores incluem créditos fiscais referentes à exclusão do ICMS na base de cálculo do PIS/COFINS de R\$ 175M em 2021

(2) Venda Bruta

## EBITDA AJUSTADO (R\$ BILHÕES)



Expansão de +25%<sup>3</sup> e margem de 7,2%, patamar 0,2 p.p. acima das expectativas

Margem EBITDA Aj. <sup>(1)</sup>	2020	2021	2022	Patamar consistente
	7,5%	7,5%	7,2%	

Margem EBITDA Ajustado <sup>(1)(2)</sup>	7,3%
--	------

(1)% Receita Líquida

(2) Inclui créditos fiscais referentes à exclusão do ICMS na base de cálculo do PIS/COFINS de R\$ 175M em 2021

(3) Excluindo créditos fiscais

	2019	2020	2021	2022
Receita Bruta R\$ MM	R\$ 30.387	R\$ 39.369	R\$ 45.585	R\$ 59.684
		30%	16%	31%
Receita Líquida R\$ MM	R\$ 27.806	R\$ 35.950	R\$ 41.898	R\$ 54.520
		29%	17%	30%
Lucro Bruto R\$ MM	R\$ 4.578	R\$ 5.906	R\$ 7.145	R\$ 8.963
		29%	21%	25%
Lucro Líquido R\$ MM	R\$ 802	R\$ 1.003	R\$ 1.610	R\$ 1.220
		25%	61%	-24%
EBITDA R\$ MM	R\$ 1.936	R\$ 2.457	R\$ 3.266	R\$ 3.840
EBITDA ajustado R\$ MM	R\$ 1.947	R\$ 2.696	R\$ 3.319	R\$ 3.912
Investimento bruto R\$ MM	R\$ 1.299	R\$ 1.291	R\$ 2.451	R\$ 4.815

### [GRI 201-1]

	2019	2020	2021	2022
<b>DVA - R\$ MM</b>				
Receitas	R\$ 30.876	R\$ 39.952	R\$ 45.742	R\$ 59.799
Valor adicionado bruto	R\$ 4.225	R\$ 5.347	R\$ 5.503	R\$ 6.896
(Pessoal)	R\$ 1.477	R\$ 1.917	R\$ 2.189	R\$ 2.970
(Impostos, taxas e contribuições)	R\$ 1.047	R\$ 1.245	R\$ 333	R\$ 211
(Financiadores externos)	R\$ 455	R\$ 802	R\$ 929	R\$ 1.962
(Remuneração de capital próprio)	R\$ 1.047	R\$ 1.398	R\$ 1.610	R\$ 1.220

	2019	2020	2021	2022
<b>(informações em %)</b>				
Margem EBITDA ajustada	7,0%	7,5%	7,9%	7,2%
SGA(*) (Evolução como % das vendas líquidas)	9,5%	9,0%	9,4%	9,5%

(\*) despesas com vendas gerais e administrativas



# Assaí no mercado de capitais

## COMPOSIÇÃO ACIONÁRIA

O capital social do Assaí é representado por 1.349 milhões de ações. As ações livremente negociadas (*free-floating*) representam 69,49% do total de ações emitidas.

Ao fim de 2022,  
o capital social da  
Companhia era composto por

**1.349.165**

ações ordinárias emitidas, das quais 30,51%  
sob posse do Grupo Casino (controlador) e  
69,49% em livre circulação (*free float*).

**FitchRatings**

10/2022

Rating Nacional de Longo Prazo “AAA(bra)”  
da Sendas Distribuidora S.A. (Assaí)  
Perspectiva: Estável

[GRI 201-1]

## PRINCIPAIS INSTÂNCIAS DE REPRESENTATIVIDADE E ESTRUTURA ESG APLICÁVEL

Desde fevereiro de 2021 o Assaí está listado no Novo Mercado, o mais alto segmento de Governança Corporativa da B3 (Bolsa de Valores de São Paulo). Por isso, cumprimos uma série de requisitos de governança corporativa definidos no Regulamento do Novo Mercado, na legislação societária brasileira, nas normativas da Comissão de Valores Mobiliários (CVM), bem como no nosso Estatuto Social, políticas e regimentos internos. Atendemos ainda aos padrões normativos estabelecidos pela *Securities*

*and Exchange Commission* (SEC) e da *New York Stock Exchange* (NYSE), onde somos listados também desde a mesma data.

A legislação societária brasileira requer que os(as) nossos(as) conselheiros(as) sejam eleitos pelos nossos(as) acionistas em Assembleia Geral de Acionistas e ao menos dois(uas) deles(as) devem ser independentes. Atualmente, nosso Conselho de Administração é formado por nove membros, eleitos para um mandato de dois anos, permitida a reeleição. Além disso, o

As ações de ASAI3 encerraram o período (2022) em R\$ 19,47, o que representa uma valorização de +50,2% em relação a 2021 e um desempenho +4,7% superior ao Ibovespa, principal *benchmark* de mercado.

Performance NYSE/ticker ASAI: +54,8%

Conselho de Administração é composto por três membros independentes. O Conselho também é responsável pela aprovação da emissão de novas ações, quando relacionada com o plano de opção de compra de ações atualmente vigente, desde que o limite do nosso capital autorizado seja respeitado. No entanto, qualquer emissão de novas ações que exceder o referido capital autorizado está sujeita à aprovação dos(as) acionistas.

Em função de ajustes organizacionais em razão de movimentações na estrutura acionária, em 2022 o diretor-presidente Belmiro de Figueiredo Gomes passou também a integrar o Conselho de Administração do Assaí. **|GRI 2-11|**

Em novembro de 2022, o grupo Casino vendeu parte das ações que detinha no Assaí e reduziu sua participação acionária na Companhia de 41% para 30,51%.

Nosso Conselho Fiscal opera independentemente da nossa administração e de nossos(as) auditores(as) externos(as), e é constituído por três membros efetivos, além de três membros suplentes, todos com sólida formação em termos contábeis e membros de importantes instituições que atuam em prol das melhores práticas de governança corporativa. Segundo a Instrução CVM 324/2000, a instalação do Conselho Fiscal deve ser composta por, no mínimo, três membros e pode ser solicitada por acionistas detentores(as) de, no mínimo, 2% de ações ordinárias.

Mais informações sobre os currículos e experiência de nossos Conselhos e Diretoria Estatutária podem ser encontradas em nossa página de RI

**O Assaí possui também cinco comitês em funcionamento: Comitê Financeiro, Comitê de Gente e Cultura, Comitê de Auditoria, Comitê de Governança Corporativa e Sustentabilidade e Comitê Estratégico e de Investimento, com a função de auxiliar a alta administração nas diretrizes a serem seguidas pela gestão**

## INSTITUIÇÕES DE LISTAGEM E ÓRGÃOS DE CONTROLE (BRASIL E EUA), CLASSIFICAÇÕES E *RATING(S)*

Nos termos do nosso estatuto social, nossa Companhia possui um Comitê de Auditoria Estatutário cujos membros são indicados pelo Conselho de Administração – sendo composto por membros independentes do próprio Conselho e externos – e que cumpre com (i) os requisitos obrigatórios previstos na Instrução Normativa CVM nº 308/1999; (ii) os requisitos obrigatórios previstos no Regulamento do Novo Mercado; e (iii) os requisitos normativos previstos pela *Securities and Exchange Commission* (SEC).

O Comitê de Auditoria Estatutário possui as mesmas atribuições legais do Conselho Fiscal, inclusive aquelas exigidas pela *Sarbanes-Oxley Act*, em linha com as exigências às companhias listadas na NYSE.

No fim de 2022, o Assaí foi aprovado para fazer parte da carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da B3, que reúne empresas reconhecidamente comprometidas com padrões avançados de gestão ESG. A empresa também integra o Índice Carbono Eficiente da B3, que demonstra o compromisso assumido com a transparência de suas emissões e seu engajamento na transição para uma economia de baixo carbono; e o IGPTW

B3, que reúne as melhores empresas para trabalhar, de acordo com *ranking* preparado pela organização *Great Place to Work*.

A *Fitch Rating* renovou o **Rating Nacional de Longo Prazo AAA(bra)** do Assaí, de suas segunda e quarta emissões de debêntures

e da primeira emissão de notas comerciais, com perspectiva estável para a Companhia.

A *Fitch Ratings* é uma das três agências internacionais de avaliação de crédito do mundo com sedes em Nova Iorque e Londres. As avaliações da agência orientam

escolhas de investidores(as), por trazer mais segurança na compra de ativos que não vão perder o valor e por proporcionarem um retorno sólido. Entre os critérios que a *Fitch* utiliza para atribuir notas às empresas são o tipo de dívida que ela tem e o quanto ela é sensível ao risco sistêmico.

O resultado do nosso *rating* reflete o forte posicionamento que temos no setor de atacado de autosserviço, no qual apresentamos elevada escala, capilaridade e geração de caixa, além de um histórico que combina robusto crescimento com manutenção de rentabilidade.





Loja de Barris (BA)

# 5

## CAPITAL HUMANO



A Nossa Gente faz tudo acontecer! É quem apoia o crescimento do Assaí e vive todos os dias a Nossa Cultura. Confira uma visão geral sobre quem são, a diversidade presente em cada um(a), indicadores de desenvolvimento, carreira e aspectos sobre os benefícios, práticas, políticas, além do cuidado com a saúde física e mental.

## SER ASSAÍ É ASSIM

Uma cultura forte, vivida e praticada todos os dias pela Nossa Gente. A cada ano, reafirmamos nossos valores como base para nos levar adiante.

Nossa cultura fundamenta todas as nossas ações, nos faz mais fortes, entusiastas, e nos dá energia e coragem para irmos além. Somos únicos e diversos. E é isso que faz com que a Nossa Gente atue todos os dias para apoiar no crescimento do Assaí. Aqui, o sentimento de orgulho em pertencer é visto em cada canto do país. Afinal, #SomosTodosAssaí.

Um sentimento que é reflexo do nosso compromisso em cuidar das pessoas, valorizar o ser humano, garantir um ambiente seguro e acolhedor, oferecer oportunidades de crescimento e desenvolvimento, e acreditar no poder da diversidade e inclusão: atitudes que fazem parte de nossos valores e são vivenciadas no nosso dia a dia.

Colaboradores(as), clientes, fornecedores(as), comunidade: quando tratamos de desenvolvimento, somos um só. Crescemos e espalhamos prosperidade – para o Assaí, para as pessoas, para o país. Transformamos para melhor a realidade de quem quer empreender, produzir, crescer, construir, compartilhar, viver e vencer. Afinal, nosso propósito é fazer com que a prosperidade seja uma realidade para todos(as). **|GRI 2-7|**

Nossa Gente atua com base em nossos valores – **Simplicidade, Foco no cliente, Paixão pelo que fazemos, Compromisso com o Resultado, Cuidado com a Nossa Gente, e Ética**. Eles fazem com que a **Cultura Ser Assaí é assim** seja percebida e vivida de Norte a Sul.

SER  
ASSAÍ.  
é assim



Crescemos em ritmo acelerado, e esse ritmo de expansão gera dinamismo, agilidade e diversas oportunidades para os(as) nossos(as) mais de 76 mil colaboradores(as). Afinal, o crescimento do Assaí proporciona o crescimento da Nossa Gente.

Nossos(as) colaboradores(as) se engajam diariamente para proporcionar a melhor experiência de compra aos(às) nossos(as) clientes, que buscam por variedade e economia. Somos focados em oferecer o melhor, de forma acessível, ampliando as possibilidades para a sociedade. Trabalhamos com paixão para atender a todos(as): clientes finais, transformadores(as), empresas e pequenos(as), médios(as) ou grandes empreendedores(as). Aqui, prevalece sempre o respeito, simpatia, agilidade e eficiência.



### Simplicidade

- Valorizar a nossa origem. Somos simples e temos orgulho disso.
- Buscar sempre uma forma de trabalhar objetiva, clara, prática e efetiva.
- Ser atencioso(a) e respeitoso(a) com todos(as).
- Saber escutar, ter empatia e colaborar, em qualquer posição que ocupe. Somos todos(as) Assaí!

### Foco no cliente

- Ter clareza de quem somos, o que oferecemos e quem são os(as) nossos(as) clientes.
- Considerar o(a) cliente em cada tomada de decisão.
- Ter senso de urgência para resolver problemas que impactem o(a) cliente.
- Garantir atendimento com respeito, simpatia, agilidade e eficiência.

### Paixão pelo que fazemos

- Gostar do que faz e ter prazer em servir.
- Buscar equilíbrio emocional em todas as suas atitudes.
- Ser comprometido(a) e motivado(a) para entregar melhor.
- Ser protagonista e fazer a diferença.

### Compromisso com resultado

- Ser produtivo(a) e ágil para resolver problemas, buscar soluções e alcançar os objetivos.
- Ter atitude de dono(a), visão crítica e ser capaz de realizar sempre de forma colaborativa. Juntos(as) somos mais fortes.
- Otimizar despesas assegurando o modelo de baixo custo que permite oferecer o melhor preço.
- Ser aberto(a) para mudanças e orientado(a) para inovação.

### Cuidado com a Nossa Gente

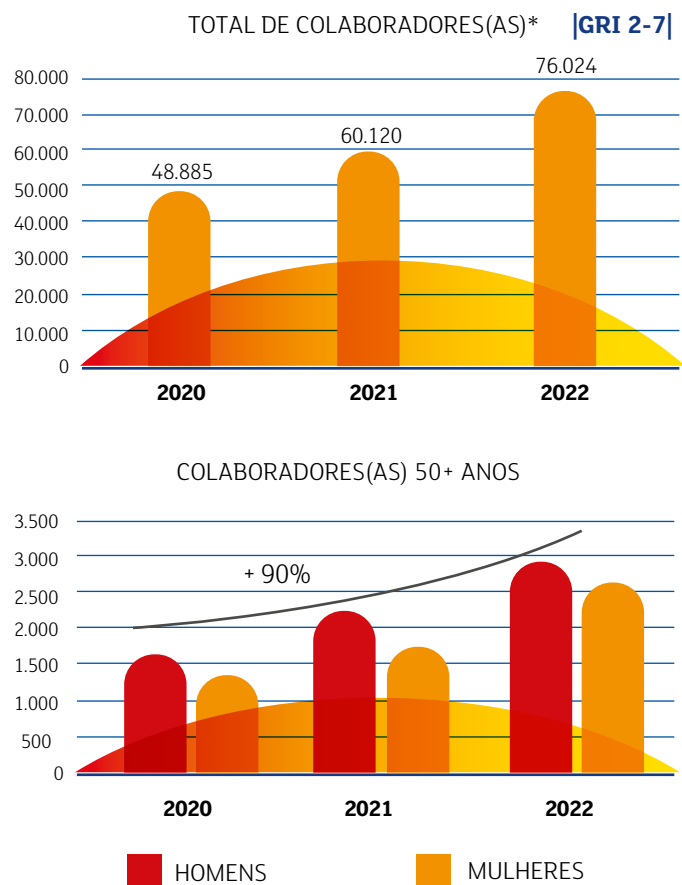
- Valorizar a Nossa Gente, reconhecer as boas contribuições e conquistas.
- Respeitar e valorizar a diversidade e oferecer equidade de oportunidades a todos(as).
- Garantir um ambiente seguro e acolhedor que proporcione o equilíbrio e que engaje as pessoas.
- Oferecer oportunidades de crescimento e desenvolvimento para a Nossa Gente.

### Ética

- Respeitar e cumprir as leis, políticas, normas e códigos de conduta.
- Ser íntegro(a), ético(a) e transparente no que faz.
- Agir de forma justa e imparcial visando ao melhor para a sustentabilidade do negócio.
- Cumprir o que foi combinado, honrando todos os compromissos assumidos em prol da empresa.

Nossa Gente representa mais de 76 mil pessoas, sendo que mais de 16 mil aproveitaram o crescimento do Assaí para iniciar uma nova jornada no mercado de trabalho. Pessoas diversas, que representam todos os gêneros, raças e gerações.

Histórias diversas, muita gente começando sua trilha profissional entre os mais de 34 mil homens e mulheres com menos de 30 anos ou aquelas que somam à nós suas trajetórias já construídas para continuar a espalhar prosperidade.



\*Não estão contemplados no cálculo conselheiros(as), estagiários(as) e aprendizes

**DISTRIBUIÇÃO DE COLABORADORES(AS)  
GÊNERO E FAIXAS ETÁRIAS**

| GRI 405-1 |

		<30	30-50	50+
2020	Homens	13.024	10.850	1.594
		<b>27%</b>	<b>22%</b>	<b>3%</b>
	Mulheres	9.929	12.174	1.314
		<b>20%</b>	<b>25%</b>	<b>3%</b>
2021	Homens	15.849	13.214	2.039
		<b>26%</b>	<b>22%</b>	<b>3%</b>
	Mulheres	12.138	15.162	1.718
		<b>20%</b>	<b>25%</b>	<b>3%</b>
2022	Homens	19.230	16.752	2.906
		<b>25%</b>	<b>22%</b>	<b>4%</b>
	Mulheres	15.096	19.409	2.631
		<b>20%</b>	<b>26%</b>	<b>3%</b>

Como um dos maiores empregadores do Brasil, temos números que nos orgulham e que representam o tamanho da nossa responsabilidade em sustentar o alto engajamento, orgulho em pertencer e em fazer com que todos(as) vivenciem e compartilhem Nossa Cultura – o que nos traz muitos desafios, aprendizados e oportunidades. Aprendemos, a cada dia, com nossos(as) colaboradores(as), somos apaixonados pelo que fazemos e conscientes do nosso papel junto à sociedade.

Em 2022, a velocidade do crescimento – potencializada pelo forte processo de expansão – induziu o fortalecimento da nossa governança, a implementação de novas políticas, a criação de novas áreas e o alinhamento de processos. Com isso, investimos fortemente em capacitação e atuamos orientados na conscientização e no acultramento dos(as) novos(as) profissionais ao nosso conjunto de políticas, especialmente às questões relacionadas à ética, *compliance* e aos nossos valores.

O Guia de Cultura está em desenvolvimento e alinhará nossos(as) líderes e equipes, e será disseminado em 2023 – os(as) recém-chegados(as) ao Assaí e os(as) que já estavam conosco nessa jornada – aos comportamentos esperados por nós, traduzido em práticas. Evidenciamos e reforçamos nossa

cultura, e orientamos, de forma clara e transparente, os comportamentos que valorizamos (ou não) nos(as) profissionais que fazem a reputação do Assaí. O Guia, que conta com versões personalizadas para a liderança e para as equipes, foi elaborado com a participação dos(as) colaboradores(as), em mais de 15 grupos focais e entrevistas. Em 2023, continuaremos fortalecendo o engajamento da Nossa Gente por meio de encontros para ampliar o entendimento, disseminação, capacitação e alinhamento à nossa cultura e às nossas políticas e práticas.

Promovemos um diálogo de qualidade com os sindicatos e os grupos de representação dos(as) colaboradores(as) da empresa, empenhando-nos para que essa prática se desenvolva de forma construtiva, considerando o respeito mútuo e o interesse comum de todas as partes. Respeitamos as regulamentações em vigor e fornecemos informações confiáveis em tempo hábil aos(às) representantes dos(as) colaboradores(as) e às instâncias sindicais. Não pertencemos a grupos ou organizações políticas, mas reconhecemos a sua legitimidade. Respeitamos a liberdade de escolha de nossos(as) colaboradores(as) em se filiar a partidos, sindicatos e movimentos sociais, desde que não usem a imagem ou falem em nome do Assaí.

Para que o desafio de cultura e gestão de pessoas seja cumprido com excelência, precisamos de profissionais capacitados e treinados. O cuidado com a Nossa Gente deve ser uma prática diária, proporcionando uma experiência positiva na jornada do(a) colaborador(a). Para garantir tudo isso, mantemos profissionais de Gestão de Gente em todas as lojas e centros de distribuição, que, além de garantir práticas e processos legais de acordo com as políticas internas, tratam do acolhimento das questões dos(as) nossos(as) colaboradores(as); do desenvolvimento – técnico e comportamental; do reconhecimento e valorização humana; apoio à gestão e liderança local; e dos desafios trazidos pela expansão. Trabalhamos fortemente para que Nossa Gente viva o melhor clima possível em nossas unidades, que se sinta reconhecida por meio de datas celebrativas e grandes momentos da sua jornada, que seja valorizada por comportamentos e atitudes alinhadas à Cultura e possa se sentir segura e respeitada todos os dias.

**O Programa Formação RH** que promove o desenvolvimento contínuo do time de RH das lojas e centros de distribuição, proporcionando o conhecimento das diretrizes, práticas e ferramentas de RH do Assaí, de modo a favorecer

a gestão da Nossa Gente em cada uma de nossas filiais, lojas e centros de distribuição, contou com 1.013 colaboradores(as) treinados(as), num total de mais de 23 mil horas, com 7.384 participações em encontros mensais ao longo do ano, que trataram de temas como: atratividade & seleção (cerca de 520 participantes) e Competências, Processos e Engajamento (aproximadamente 370 participantes).





# Da atração à retenção

Consideramos que o alinhamento aos nossos objetivos e valores, o desenvolvimento de competências técnicas e comportamentais e a retenção de talentos são estratégias importantes para mantermos continuamente um time qualificado, engajado e protagonista, com profissionais aptos a nos apoiar na nossa expansão, a atingir os melhores resultados e oferecer a melhor experiência de compra aos(às) clientes.

Para isso, nos baseamos em um dos nossos valores: o **Cuidado com a Nossa Gente**. Queremos que a jornada dos(as) nossos(as) colaboradores(as) seja um diferencial em suas carreiras desde o processo de seleção e por todo o tempo conosco. Nosso objetivo é fazer a diferença no Cuidado da Nossa Gente para que cada um(a) se sinta único(a) e entenda seu propósito no Assaí, ainda considerando os desafios do nosso crescimento exponencial. Assim, ano após ano, desenvolvemos ações para garantir que todos(as) tenham acesso ao desenvolvimento e crescimento contínuo, à equidade de oportunidades e inclusão, valorização de suas identidades, segurança e bem-estar no ambiente de trabalho.



Pela primeira vez como Companhia independente, participamos da pesquisa *Great Place to Work* – que avalia a relação de confiança nas empresas e revela a percepção do(a) colaborador(a) em relação às várias políticas e comportamentos da organização – e a percepção da Nossa Gente falou e comprovou: na primeira aplicação, conquistamos a certificação. Além disso, fomos uma das empresas da categoria com maior participação na história do GPTW: tivemos um percentual recorde de adesão, obtendo as respostas de 92% dos colaboradores(as) convidados(as), abrangendo todas as nossas unidades.

Como resultado deste ciclo, 75% dos(as) colaboradores(as) do Assaí consideram que a empresa é um ótimo lugar para trabalhar; superior à média de avaliação dos(as) colaboradores(as) das empresas do mercado na América Latina (70%). E mais: após avaliação de todas as práticas, somado a essa opinião conselheiros(as), estagiários(as), fomos incluídos entre as TOP 10 do *Ranking* das Melhores Empresas para Trabalhar, na categoria Varejo entre as que possuem mais de 10 mil colaboradores(as).

A certificação reflete o nosso compromisso com as pessoas e o reconhecimento da Nossa Gente frente às ações de desenvolvimento, respeito, carreira, engajamento e ética que sustentamos e valorizamos diariamente em todas nossas unidades.

Com a certificação obtida pelo GPTW, em 2022 fomos incluídos no índice IGPTW B3 – índice que reúne todas as empresas certificadas GPTW que possuem ativos negociados na B3, a bolsa de valores brasileira, válido para o período de janeiro a abril/23. Assim, além de ampliarmos nossa visibilidade e credibilidade no mercado, fortalecemos ainda mais nossa marca empregadora.



Promovemos o aprendizado para o desenvolvimento humano por meio da **Universidade Assaí** e constantemente revisamos políticas para garantir a valorização das pessoas e um ambiente acolhedor e livre de toda e qualquer forma de preconceito e discriminação.

No ano de 2022, marcado por uma expansão que trouxe uma necessidade recorde de atrair e reter talentos numa velocidade incomum, trabalhamos para fortalecer ainda mais o orgulho em pertencer e a nossa marca empregadora. Comunicamos ao mercado quem somos, o que fazemos, contamos como é Ser Assaí – o que nos consolidou como o terceiro maior *player* de varejo no LinkedIn em número de seguidores (1 milhão) e o primeiro no segmento *Cash&Carry*.

O processo seletivo é acompanhado pela área de Gestão de Gente, que avalia os conhecimentos, competências e habilidades necessários ao cargo em questão. A cada nova seleção, buscamos pessoas que conferem mais diversidade aos nossos times de forma imparcial e humanizada. Temos o cuidado, inclusive, de dar *feedback* para todos(as) os(as) participantes, demonstrando nosso compromisso com uma comunicação transparente e confiável.



Almejamos que a jornada do(a) colaborador(a) – em qualquer uma das etapas – seja feliz e reflita o nosso cuidado e o compromisso com a Nossa Gente.

Para ampliar a contratação de grupos minorizados, formalizamos parceria com organizações como Transempregos, Mais Diversidade, EmpregueAfro e Instituto ADUS - Instituto de Reintegração de

Refugiados, além da participação na feira DiverS/A. O uso da linguagem inclusiva tem sido prática regular em nossas comunicações e descrições de vagas. Também participamos da Feira Incluir PCD, maior evento *online* de empregabilidade, conectando pessoas com deficiência às melhores oportunidades do mercado.

E com o objetivo de aumentar a empregabilidade dos(as) profissionais sêniores, lançamos o Programa 50+, que conta com banco de talentos exclusivos na plataforma Gupy e guia de orientação para conduzirmos o processo seletivo.

E se o Assaí cresce, queremos que a Nossa Gente cresça conosco. Por isso, damos oportunidades e priorizamos nossos(as) colaboradores(as) para o aproveitamento interno – com processos seletivos específicos, como o **Prosin – Programa de Seleção Interna** ou o programa de aceleração de carreira para *Trainees*. Neste ano, o Prosin passou a ter inscrições em formato 100% digital e com

abrangência nacional, ampliando o acesso às oportunidades, que resultaram em 34% a mais de posições preenchidas internamente em relação ao ano anterior.

Ainda como estratégia de fortalecimento da Expansão, dentro do Projeto Olimpo – que tinha como objetivo receber os(as) colaboradores(as) do modelo Varejo; criamos o **Programa de Aculturação ao Assaí para Lideranças**, onde disseminamos Nossa Cultura e Valores Assaí, além de desenvolver, preparar e capacitar a liderança no modelo de negócio de atacado de autosserviço. Foram mais de 620 participações e 7.455 horas de treinamento.

Devido à grande quantidade de profissionais que anualmente ingressam no Assaí foi preciso criar uma estratégia assertiva para o nosso momento de integração, chamada de **Seja Bem-vindo ao Assaí**, que proporciona a melhor experiência de entrada do(a) novo(a) colaborador(a) em nossa empresa, bem como acelerar o processo de adaptação

e aprendizado sobre suas funções e desafios. Tratamos de todos os temas que são essenciais para esse início da jornada do(a) colaborador(a), reforçando nossa cultura, nossos valores, Código de Ética, informações institucionais e sobre diversidade, entre outros.

O modelo adotado se adapta muito bem à nossa essência de agilidade; por isso temos um WebApp (*interface* de um aplicativo *mobile*), que disponibiliza uma trilha especial, abordando nossa integração (seja bem-vindo ao Assaí), sendo liberado para todos(as) os(as) novos(as) colaboradores(as). Tudo de forma gamificada e que facilita e encanta a Nossa Gente durante todo o seu processo de Integração no Assaí.

Como forma de reconhecer e seguir valorizando cada momento da jornada, o programa **#FuiPromovido** celebra o momento do anúncio de promoção nas lojas e CDs de forma padronizada e institucional, reforçando o sentimento de #SomosTodosAssaí e viralizando nas redes sociais. Em 2022, mais de 6 mil colaboradores(as) foram reconhecidos(as) pelo programa.

Os dados de série histórica dos últimos três anos sobre taxas de *turnover* apresentam-se compatíveis com os desafios trazidos pela expansão de unidades da Companhia por todo o País, especialmente em 2022 e, ainda assim, consistentes de forma positiva em termos de movimentação líquida.



**Sandra Vicari**

Diretora Executiva de Gestão de Gente e Sustentabilidade



*Aqui no Assaí, vivemos nos últimos anos um ritmo acelerado de crescimento, inaugurações por todo Brasil e conquistas históricas. Hoje, somos o sexto maior empregador do segmento privado do país, e nosso sucesso é construído pelo fator mais importante: o cuidado com os nossos colaboradores. Afinal, somos uma empresa de pessoas, que atende pessoas e leva em sua cultura o valor Cuidado com a Nossa Gente. São eles que fazem do Assaí um excelente lugar para trabalhar – onde oferecemos oportunidades de carreira, desenvolvimento, valorização, promoção de um ambiente diverso, inclusivo e que respeite a todos e todas.*



DA ATRAÇÃO À RETENÇÃO

## CONTRATAÇÕES - NÚMEROS ABSOLUTOS

|GRI 401-1|

	2020	2021	2022
<b>Total</b>	<b>17.554</b>	<b>26.482</b>	<b>39.648</b>
Por tempo determinado	1.715	2.355	2.951
Por tempo indeterminado	15.839	24.127	36.697

Por faixas etárias > 26			
	8.569	12.344	17.260
	49%	47%	44%
Por faixas etárias 50+			
	379	860	2.035
	2%	3%	5%

## TAXAS DE *TURNOVER*

|GRI 401-1|

	2020	2021	2022
(acumulado)	23,8%	24,5%	29,0%
(mensal) (média)	2,0%	2,1%	2,4%
TO Involuntário Acumulado	11,3%	8,4%	6,8%
TO Voluntário Acumulado	12,5%	16,1%	22,2%

## MOVIMENTAÇÃO LÍQUIDA\*

	2020	2021	2022
Quantidade	5.083	10.709	15.904

## DEMISSÕES - NÚMEROS ABSOLUTOS

|GRI 401-1|

	2020	2021	2022
Demissões involuntárias por outras causas de pessoas com contrato por tempo indeterminado	5.267	4.613	7.822
Demissões de pessoas com contratos por prazo indeterminado	10.756	13.418	21.337

(\*) contratos por tempo indeterminado menos demissões

## DESENVOLVIMENTO HUMANO E ORGANIZACIONAL

Para fazermos valer que o crescimento do Assaí represente o crescimento da Nossa Gente, implementamos uma estratégia de incentivo ao desenvolvimento pessoal e profissional, capacitação contínua técnica e comportamental e programas de aceleração de carreira da Universidade Assaí. Cuidamos da Nossa Gente, da sua jornada e da sua carreira.

No Assaí, a gestão de carreiras é realizada durante toda a jornada do(a) colaborador(a), desde o primeiro contato do(a) candidato(a) com o Assaí.

O Comitê de Carreira é conduzido pela área de Gestão de Gente. Trabalha para valorizar nossos(as) profissionais – com ações comemorativas pela atuação diária, ou no recebimento das promoções – e ainda permite à empresa tomar ações corretivas ou realizar planos de prevenção e conscientização, em casos de desafios a serem superados. Também analisa a evolução de profissionais e identifica possíveis sucessores(as) para posições críticas em níveis de liderança.

Utilizamos um sistema que gerencia nosso modelo de gestão de carreiras – o **Avance**, gerando autonomia para os(as) gestores(as) e um método estruturado que contempla avaliação de competências, mapeamento de desempenho, aderência a cultura, conversa de carreira, bem como comitês de carreira, e planos de desenvolvimento individualizados, para lideranças e especialistas.

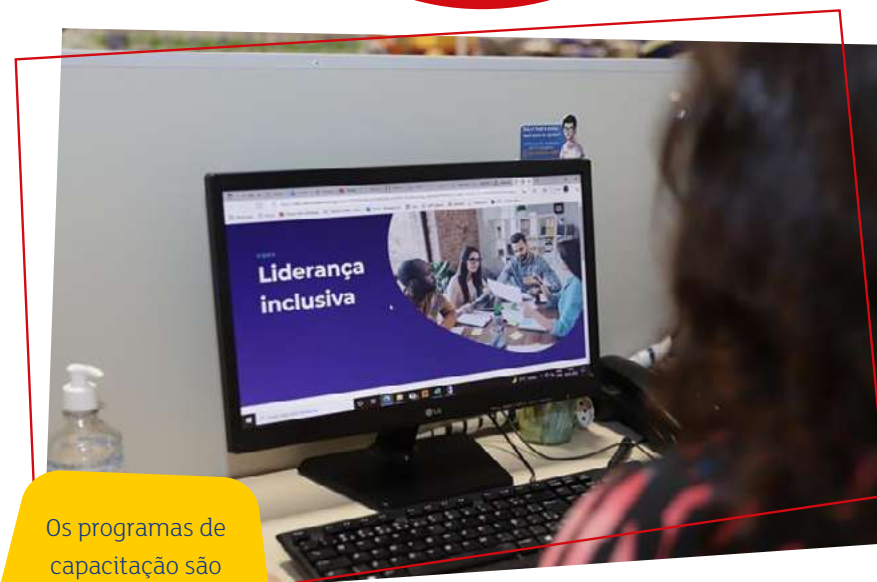
### AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO

**CRESCIMENTO DE 22%**

DOS(AS) ELEGÍVEIS NA AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO (cargos administrativos dos escritórios e Lideranças de lojas e CDs)

**PARTICIPAÇÃO DE MAIS DE 92%**

DOS(AS) ELEGÍVEIS EM AO MENOS UMA ETAPA DO PROCESSO DE AVALIAÇÃO



Os programas de capacitação são realizados por meio da Universidade Assaí.

**SAIBA MAIS**

Participam deste programa profissionais corporativos – de assistente à diretor(a) – das nossas lojas e centros de distribuição (de chefe a gerente). Realizamos formação para líderes sobre os conceitos de avaliação e como realizar conversas de carreira, feedback e incentivo ao protagonismo para nossos(as) colaboradores(as).

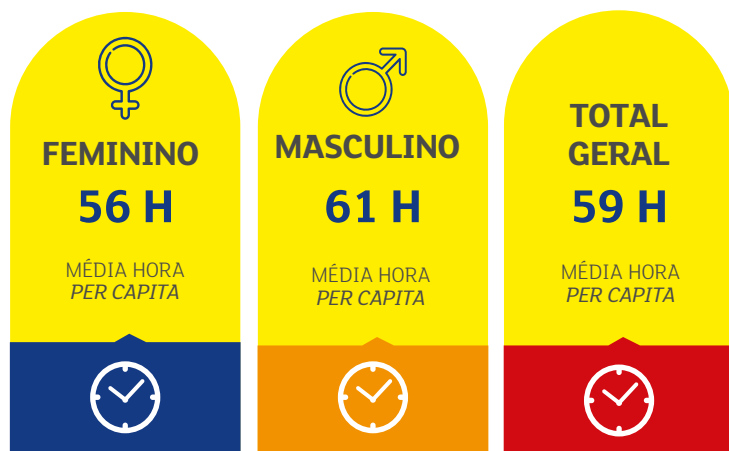
Além disso, periodicamente são feitos mapeamentos para identificação de sucessores(as) e planos de desenvolvimento.

Investimos continuamente em novas tecnologias e possibilitamos acesso para nossos(as) colaboradores(as) com totens implementados nas lojas e Centros de Distribuição para acesso aos treinamentos ou ao sistema da Companhia. Por meio deles, os(as) colaboradores(as) realizam cursos *online*, acessam o programa “Seja Bem-vindo ao Assaí”, a cooperativa, ficam por dentro das notícias do Assaí na intranet, conferem vagas disponíveis no Prosin e fazem gestão de sua carreira no Avance. Além disso, disponibilizamos biblioteca com conteúdos diversos na plataforma da Universidade Assaí, para que as pessoas possam ter ainda mais acesso ao aprendizado digital. [|GRI 404-2|](#)

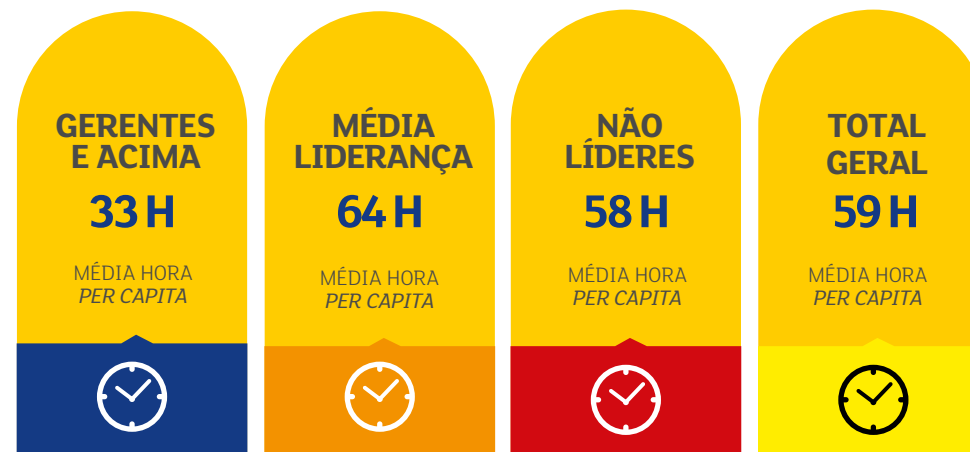


MÉDIA DE HORAS DE CAPACITAÇÃO REALIZADA PELOS(AS) COLABORADORES(AS) |GRI 404-1|

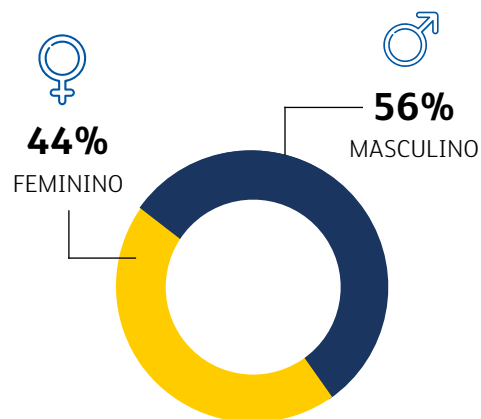
POR GÊNERO



POR NÍVEL HIERÁRQUICO



PERCENTUAL DO TOTAL DE COLABORADORES(AS) QUE RECEBERAM AVALIAÇÃO DESEMPENHO E/OU DE DESENVOLVIMENTO DE CARREIRA DURANTE O PERÍODO DO RELATO |GRI 404-3|



# Formação e desenvolvimento de lideranças

[GRI 404-2]

A questão do engajamento é crucial para nós e sabemos como os(as) mais de 498 líderes (gerentes e acima) possuem grande responsabilidade e influência na jornada de cada colaborador(a). Afinal, são eles(as) que traduzem, praticam e incentivam a vivência da nossa cultura, de forma que estratégias e iniciativas estejam alinhadas ao nosso Propósito de trazer prosperidade para todos, e que sejam guiadas por nossos valores. Assim, se torna ainda mais essencial a capacitação em temas de gestão e liderança, estimulando a responsabilidade e o sentimento de dono(a).

Em 2022, inclusive, esse compromisso em capacitar e desenvolver foi ainda mais intenso. Num contexto de expansão acelerada e com objetivo de dar sustentação a esse processo, buscamos investir na capacitação para lideranças de lojas, Centros de Distribuição (CDs) e escritórios do Assaí.

Para garantir a melhor experiência de entrada da nossa Liderança, conhecimento do nosso negócio, disseminação da nossa Cultura e Valores, em setembro migramos a integração para o formato digital via app; dessa forma, 100% da Nossa Gente já integra esse formato.

Lançamos o **Programa de Formação de Gerentes Regionais de Operações** com o objetivo de desenvolver e capacitar os(as) profissionais em competências comportamentais, técnicas e visão estratégica de negócio, preparando(a)-os(as) para atuar nos desafios presentes e futuros da organização. Contamos com 203 participações em sete turmas, num total de 550 horas de treinamento, iniciativa inédita voltada aos(às) profissionais que fazem a gestão de grupos de lojas.

Nossos(as) gerentes de loja participaram da **capacitação para Formação de Portavoz**, cujo propósito é prepará-los(as) para

atuar como comunicadores assertivos em momentos de abordagem espontânea da mídia ou em gestão de crises. Também participaram da trilha de carreira do **Dono do Negócio**, que conta com três novos módulos. Durante a trilha, com 182 participações e 365 horas de treinamento, os(as) participantes puderam aperfeiçoar seu papel como líderes.

Retomamos em formato presencial o **Programa Crescer** [capacitação em formato presencial e desenvolvimento profissional para média liderança - chefes de seção, encarregados(as) dos Centros de Distribuição e nutricionistas]. Em 2022, o programa

voltou a ser presencial para o primeiro nível de liderança de loja e CDs, garantindo alinhamento de processo e cultura. Foram treinados(as) mais de 5.778 colaboradores(as), em quase 42 mil horas de treinamento.

Investimos ainda em ações de mentoria no Programa Crescer, com o **Projeto Mentoring**, para preparar e impulsionar a carreira de chefes de seção e nutricionistas, buscando maior protagonismo desde o primeiro estágio de liderança. Com a formação, os(as) participantes adquirem conhecimento abrangente das operações do Assaí e visão sistêmica de nossos negócios para que tenham melhor desempenho nos processos de seleção do Programa de *Trainee*. No total, tivemos 296 colaboradores(as) e mais de 1.200 horas de treinamento.







Já nossos(as) **trainees** passam por um intenso processo de fortalecimento de suas habilidades técnicas, conhecimento do negócio e competências de liderança para que possam atuar como gestores(as) de loja, no curto e médio prazos.

Em 2022 tivemos dois programas em andamento, o Trainee de Operações e o Carreira em Operações, esse último voltado

para pessoas do corporativo com interesse em migrar para área **core** do negócio.

Nos **Diálogos com as Lideranças**, programa que visa garantir, por meio dos encontros, conteúdos de conscientização dos líderes para que fundamentem suas decisões na Cultura e nos Valores Assaí, compreendendo e praticando comportamentos diários que impactam a organização e as pessoas. Neste ano os(as) líderes da matriz e dos escritórios regionais foram capacitados(as) no tema Anticorrupção.

Seguindo nosso compromisso em formar Lideranças mais inclusivas e conscientes de seu papel de agentes de inclusão, diversidade e valorização do humano, realizamos constantemente ações de capacitação e de conscientização, das primeiras lideranças até altos executivos (saiba mais na página 54).



Mais de  
**1.500**  
*trainees* inscritos

e cerca de  
**210**  
preparados(as) e aprovados(as)  
para assumir o cargo  
de subgerente.

Mais de  
**819 participações**  
em 6.604 horas de  
treinamento *Trainee*  
Carreira em  
Operações.



Mais de  
**123 mil**  
**horas**  
apenas no  
*Trainee de*  
Operações

# Reconhecimento

Cada conquista do Assaí é celebrada ao lado da Nossa Gente, pois entendemos o quanto de dedicação, garra e empenho colocam diariamente para que possamos superar nossos desafios. É graças aos(às) nossos(as) colaboradores(as) que nosso crescimento tem sido possível todos os anos. Por isso, mantemos nosso Programa de Reconhecimento, o **Assaí Pensando em Você**, que promove ações de reconhecimento em datas celebrativas, reforça comportamentos que esperamos, celebra as conquistas dentro da jornada de cada um(a), ambienta as unidades em dias especiais e considera também as famílias dos(as) colaboradores(as), que os(as) apoiam em todos os momentos da sua jornada conosco.

## 03

O **Programa Destaque do Mês** elege até cinco colaboradores(as) nas lojas e CDs e os(as) reconhece moralmente por seus comportamentos e atitudes alinhadas aos nossos valores. Em 2022, mais de 13 mil colaboradores(as) foram reconhecidos(as) nos canais internos e receberam pins e certificados.

## 01

Como forma de fortalecer a jornada, celebramos cada promoção no **Programa de Promovidos para Lojas e CDs** realizando a entrega de uma carta e kit com novo uniforme e itens para utilizar na nova rotina.

## 02

Para reconhecer a dedicação de cada colaborador(a), homenageamos anualmente os(as) profissionais que completam **tempo de empresa, a partir do seu 10º aniversário e a cada cinco anos de empresa**. Como reconhecimento, recebem uma bonificação salarial. Em dezembro de 2022 foram contemplados(as) 683 colaboradores(as).

## 04

**Promovemos ações em celebração das datas, como Dia dos Pais** – que trouxe o conceito “pai conectado” e reforçamos a importância da presença na vida de seus filhos. Distribuímos mais de 14 mil presentes para todos os elegíveis.

## 05

**Dia das Mães** – sob o mote “mãe, a primeira influenciadora”, reforçamos a importância do exemplo, da presença e do apoio aos(às) filhos(as) em todas as fases das suas vidas. Presenteamos mais de 17 mil colaboradoras.

## 06

**Dia das Crianças** – presenteamos filhos(as) de colaboradores(as) com idade até 12 anos, distribuindo mais de 44 mil brinquedos escolhidos conforme o perfil etário. Além disso, milhares de crianças visitaram nossas unidades e puderam conhecer o trabalho dos pais e se divertir com ações interativas.



## DIVERSIDADE E INCLUSÃO

### Acreditamos e promovemos a diversidade e a inclusão.

Acreditamos na potência da diversidade e da inclusão como um valor e também uma alavanca para o nosso desempenho e inovação. Por isso, em pleno crescimento e expansão do nosso negócio, mantemos ações intencionais e direcionadas para trazer cada vez mais pessoas diversas para somar talentos e conhecimentos.

Nossos indicadores de D&I apresentam evoluções significativas e consistentes nos últimos três anos, o que demonstra estarmos no caminho certo. Nesse cenário, vivemos a diversidade e a inclusão com respeito, garantindo a valorização de todos(as).

**Missão em D&I (Diversidade & Inclusão): ser uma empresa referência na promoção da diversidade, inclusão e direitos humanos, combatendo toda e qualquer forma de preconceito e violência que levam à discriminação.**

Crescer, com consciência e cuidando para que o respeito seja realidade de Norte a Sul.



## Gestão de Diversidade e Inclusão

Desde 2016, Diversidade e Inclusão estão entre os temas estratégicos validados pelo Conselho de Administração do Assaí.

Dessa forma, atuamos firmemente para evoluir na conscientização e no combate aos vieses que levam à violência e a atitudes discriminatórias que violam direitos e geram prejuízos na relação com colaboradores(as), fornecedores(as), parceiros(as) e clientes.

Juntos(as) estamos construindo um ambiente baseado na valorização e no respeito às diferenças e individualidades, garantia de direitos humanos e a igualdade de oportunidades.

Adicionalmente, mapeamos situações sensíveis para atuação preventiva, que são auditadas regularmente para garantir a sustentabilidade e o resultado das ações.

Em 2022, realizamos o **primeiro Censo de Diversidade**, em parceria com o Instituto Identidades do Brasil (ID\_BR) - organização sem fins lucrativos que auxilia na aceleração da promoção da igualdade racial no mercado de trabalho, que contou com a participação espontânea de 56,4% de colaboradores(as). Isso nos permitiu conhecer o perfil e a amplitude da nossa diversidade: origem, cultura, condições econômicas/sociais, orientação sexual e vários outros dados demográficos. Além disso, nos possibilita aprofundar os diagnósticos e mapear prioridades e ações específicas a partir da contribuição dos(as) próprios(as) colaboradores(as).

Contamos com um **Comitê (intitulado Grupo de Diversidade)** para impulsionar o diálogo e a transformação do ambiente de trabalho em prol da Diversidade e Inclusão – além de propor melhorias considerando a visão do negócio e a realidade do negócio. Esse grupo é formado por líderes, coordenadores(as) e gerentes representantes de cada área de negócios. Para a governança do Comitê, contamos com a consultoria da Mais Diversidade.

Estabelecemos a Política de Diversidade e Direitos Humanos, que tem como objetivo dar transparência aos nossos posicionamentos e direcionamentos, visando um ambiente livre de discriminação, que fomenta e valoriza o respeito e a igualdade de oportunidades. A Política está alinhada aos princípios internacionais dos Direitos Humanos, abrangidos pela Declaração Universal dos Direitos Humanos da ONU.

Entendemos que é responsabilidade de todos(as) assumirem seu papel como agentes de mudança em prol do respeito à diversidade e dos direitos humanos, por isso consideramos todos os fatores que dizem respeito aos Direitos Humanos: nas relações de trabalho que mantemos com nossos(as) colaboradores(as) e nos elos da cadeia onde estamos inseridos.

Em 2022, organizamos nossas ações de diversidade e direitos humanos sob o conceito **#PessoasDiferentesOportunidadesIguais**, que alinha nosso posicionamento e ações em prol da igualdade de direitos e oportunidades

e do respeito à diversidade. Para nós, gerar oportunidades iguais a todas as pessoas que são diferentes, é possibilitar o crescimento da Nossa Gente presente nas diferentes unidades e regiões do país, fortalecendo geração de renda e economia local, consequentemente nossa marca e nosso negócio. Por meio desse mote, fortalecemos o compromisso em garantir o respeito e a valorização da diversidade, para que todas as pessoas possam ser quem são e ter oportunidades iguais de crescerem, se desenvolverem e serem reconhecidas durante a sua jornada conosco. Para consolidação do novo conceito a nossos *stakeholders*, realizamos diferentes ações de comunicação e engajamento, como vídeo manifesto, comunicações nos diversos canais internos (TV, Mural, Intranet e Mídias Sociais) e página de diversidade no *site* externo, entre outras.

Neste processo, definimos cinco temas prioritários (Raça, LGBTQIAP+, Gênero, Pessoa com deficiência e Gerações) para o fortalecimento de políticas e processos a fim de garantir o direito, o respeito, a valorização e a equidade, considerando as quatro frentes de atuação de Diversidade & Inclusão: Governança, Posicionamento da Marca, Cultura Inclusiva e Ações Afirmativa e de Inclusão.

Definimos metas e estabelecemos metodologias para acompanhamento dos indicadores de participação de pessoas com deficiência no quadro de colaboradores(as) e

para avançarmos com a representatividade de mulheres em posição de liderança (gerência e acima). O indicador referente às mulheres, inclusive, é um dos considerados no Índice de Sustentabilidade e Diversidade (ISD), que compõe parte da remuneração variável de nossos(as) executivos(as). Além disso, acompanhamos outros indicadores como a inclusão de pessoa 50+, pessoas negras e jovens do Programa Aprendiz, assim como, a representatividade de pessoas que solicitam o uso no nome social. Entendemos que, dessa forma, estabelecemos um avanço importante na nossa jornada em direção à equidade no Assaí.

Para criar um ambiente respeitoso, onde pessoas possam ser reconhecidas e valorizadas, com garantia de direitos e igualdade de oportunidades, promovemos campanhas, ações de conscientização e engajamento – para aumentar o conhecimento, fortalecer o respeito e combater vieses e atitudes capacitistas no processo de contratação e/ou no desenvolvimento profissional.

Além disso, atuamos como protagonistas de uma agenda estratégica pela Diversidade, Inclusão e Direitos Humanos e em particular pelo tema da não violência no setor atacadista. Com isso, temos como compromisso engajar outras empresas em prol da realização de ações afirmativas e treinamentos, de forma a combater a violência motivada por discriminação.



Fomos incluídos no *Bloomberg Gender-Equality Index* (GEI), que contempla as empresas para o índice 2023, a partir das respostas do questionário em 2022 com informações referentes ao ano de 2021. Trata-se de um índice internacional que acompanha o desempenho das empresas de capital aberto comprometidas em apoiar a igualdade de gênero por meio do desenvolvimento de políticas, representação e transparência. Apresentamos os melhores desempenhos em Políticas contra Assédio Sexual e Cultura Inclusiva.

Participamos dos Indicadores Ethos-MM360 para promoção da Equidade de Gênero, com nota 8 no desempenho geral dos indicadores, resultado de uma autoavaliação a partir dos Indicadores Ethos-MM360 para promoção da Equidade de Gênero.

O objetivo é proporcionar a reflexão, aprendizagem e melhoria das práticas de Responsabilidade Social e Sustentabilidade. No Guia Temático: Inclusão da Pessoa com Deficiência, recebemos a nota geral 7,7.

## Acreditamos na capacitação da liderança para promover ainda mais a diversidade e inclusão

Em parceria com a Mais Diversidade, consultoria especializada, realizamos **treinamento de Vieses Inconscientes, Diversidade e Inclusão para os Altos Executivos** para ampliar o conhecimento e a conscientização da importância do tema para colaboradores(as), clientes, fornecedores(as) e acionistas. O tema também foi pauta no programa Crescer, focado nos(as) Chefes de Seção de loja e Encarregados(as) de CD, e na formação de *trainees*, com o objetivo de ter as lideranças alinhadas aos conceitos e estratégias sobre diversidade, inclusão e direitos humanos.

Temos investido fortemente na **formação de nossas lideranças** em temas de direitos humanos, de modo que multipliquem esse conhecimento, não reproduzam estereótipos e inibam condutas discriminatórias em suas equipes. Nossos(as) líderes são nossos(as) multiplicadores(as) na construção de uma



cultura organizacional inclusiva e um ambiente de segurança psicológica para todos(as), portanto, é primordial que conheçam, pratiquem e multipliquem nossa **Política de Diversidade e Direitos Humanos**.



## GÊNERO

Agimos orientados em melhorar a distribuição de renda, a representatividade e participação da mulher em cargos e posições de decisões, contribuindo para a igualdade de direitos e oportunidades, bem como combatendo os preconceitos de gênero e posturas discriminatórias e ofensivas contrárias à equidade de gênero.

	HOMENS	MULHERES
2020	25.468	23.417
	<b>52%</b>	<b>48%</b>
2021	31.102	29.018
	<b>52%</b>	<b>48%</b>
2022	38.888	37.136
	<b>51%</b>	<b>49%</b>

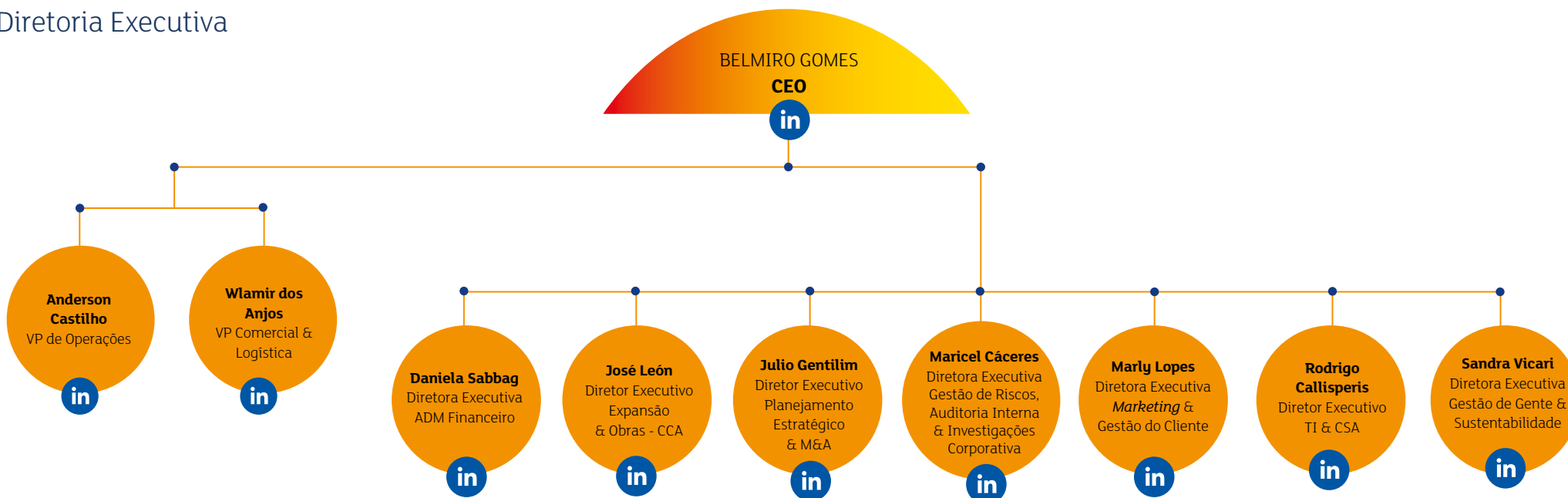


Contamos com 25,70% de mulheres em cargos de liderança (gerente e acima), sendo que quatro delas compõem nossa diretoria executiva

|GRI 405-1|

	ALTA ADMINISTRAÇÃO - CONSELHO			DIRETORIAS			GERÊNCIA			SUPERVISÃO/COORDENAÇÃO		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
<b>TOTAL</b>	9	9	9	24	35	40	343	381	458	3843	4630	6187
<b>Homens</b>	8	8	8	17	26	30	265	280	340	2310	2777	3528
	<b>89%</b>	<b>89%</b>	<b>89%</b>	<b>71%</b>	<b>74%</b>	<b>75%</b>	<b>77%</b>	<b>73%</b>	<b>74%</b>	<b>60%</b>	<b>60%</b>	<b>57%</b>
<b>Mulheres</b>	1	1	1	7	9	10	78	101	118	1533	1853	2659
	<b>11%</b>	<b>11%</b>	<b>11%</b>	<b>29%</b>	<b>26%</b>	<b>25%</b>	<b>23%</b>	<b>27%</b>	<b>26%</b>	<b>40%</b>	<b>40%</b>	<b>43%</b>

## Diretoria Executiva



## DIVERSIDADE RACIAL

Com nossos valores, políticas e práticas de D&I esperamos ampliar a representatividade nos vários perfis de minorados e construir um ambiente inclusivo e respeitoso, onde todas as pessoas de diferentes raças e etnias possam ser valorizadas e ter direitos e oportunidades iguais de desenvolvimento profissional.

Nosso posicionamento em garantir a inclusão e ações afirmativas, permitiram atingir a média de 61,7% de contratação de pessoas negras – percentual que supera a média nacional levantada pelo IBGE sobre a demografia da população negra no Brasil (54%).

## PERFIL RACIAL

Racial I - Headcount Gênero & Raça/Etnia	2020	2021	2022
Headcount Feminino por raça/etnia (Amarela)	431	668	749
Headcount Feminino por raça/etnia (Branca)	5.781	8.011	10.643
Headcount Feminino por raça/etnia (Indígenas)	74	111	104
Headcount Feminino por raça/etnia (Não informados)	4.138	1.476	1.847
Headcount Feminino por raça/etnia (Negra)	12.993	18.752	23.793
<b>TOTAL FEMININO</b>	<b>23.417</b>	<b>29.018</b>	<b>37.136</b>
Headcount Masculino por raça/etnia (Amarela)	299	487	579
Headcount Masculino por raça/etnia (Branca)	5.824	8.178	10.635
Headcount Masculino por raça/etnia (Indígenas)	145	188	225
Headcount Masculino por raça/etnia (Não informados)	5.162	1.636	2.216
Headcount Masculino por raça/etnia (Negra)	14.038	20.613	25.233
<b>TOTAL MASCULINO</b>	<b>25.468</b>	<b>31.102</b>	<b>38.888</b>
<b>TOTAL GERAL</b>	<b>48.885</b>	<b>60.120</b>	<b>76.024</b>



**ENTRE OS(AS) LÍDERES (GERENTES E ACIMA),  
43,6% SE AUTODECLARAM  
PESSOAS NEGRAS**





## E MAIS:

### [GRI 405-1]

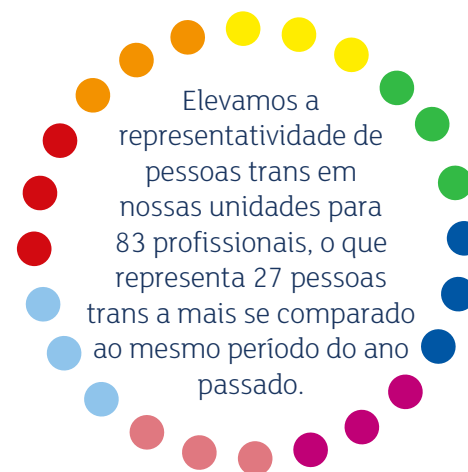
Somamos 4.056 pessoas com deficiência, ao final de 2022, em nossos Centros de Distribuição, Lojas, Matriz e Escritórios em todo o país – o que representa 5,3% do total de colaboradores(as) (indicador superior ao exigido por Lei: 5%). Garantimos às Pessoas com Deficiência o mesmo acesso à capacitação, ao desenvolvimento profissional e às oportunidades de carreira. Investimos em diversos meios de acessibilidade, possibilitando a quebra de barreiras atitudinal, arquitetônica, tecnológica e comunicacional aos(as) nossos(as) colaboradores(as) com deficiência. Revisamos fluxos e processos como de Atração e Seleção, Integração e Desenvolvimento para garantir às pessoas com deficiência uma melhor experiência. Desde 2020, em parceria com empresas especializadas, proporcionamos trilha de treinamento, “Protagonize sua Carreira”, acessível e personalizada.

### Em termos de progressão de carreira, 119 pessoas com deficiência promovidas em 2022.

PcDs	2020	2021	2022
Número total de pessoas com deficiência	2.574	3.206	4.056
% de pessoas com deficiência	5,3%	5,3%	5,3%
Número total de pessoas com deficiência em cargos de liderança (gerente e acima)	6	7	8
% de pessoas com deficiência em cargos de liderança (#pcd's em cargos de liderança (gerentes e acima) #total de cargos de liderança (gerentes e acima)	2%	1,7%	2%



Em 2022, mapeamos a representatividade de colaboradores(as) que se declaram imigrantes e/ou em situação de refúgio e identificamos 509 colaboradores(as). Também consolidamos a parceria com a Adus - Instituto de Reintegração do Refugiado, com o objetivo de avançar com projetos que possibilitem elevar a contratação a melhor experiência de pessoas em situação de refúgio.





**Jackeline Andressa Lima**  
Trainee Operações

“ Durante a minha transição, passei por várias situações de preconceito em empregos anteriores, por não ser aceita pela minha identidade de gênero. Vejo que aqui no Assaí, empatia, respeito e inclusão fazem toda a diferença e deixam o ambiente de trabalho mais acolhedor. Aqui, tenho a garantia dos meus direitos e a oportunidade de me desenvolver e evoluir em minha carreira. Hoje, estou no processo de trainee para me tornar subgerente de loja e, sem dúvida, esse crescimento profissional é motivador e me deixa segura, principalmente, por ver que na Companhia a inclusão, diversidade e direitos humanos são pilares prioritários e refletidos, também, na estratégia de desenvolvimento dos colaboradores. ”



**Ronald Afonso da Silva**  
Diretor de Prev. de Perdas

“ Nosso Programa de Diversidade tem como foco gerar conhecimento e conscientização para que, cada vez mais, possamos ter um espaço psicologicamente seguro, livre de toda e qualquer forma violência e atitudes que levam a preconceitos e discriminação. Em 2022, aderimos à Iniciativa Empresarial pela Igualdade Racial com o qual reforçamos nosso comprometimento com a criação de estratégias de ações afirmativas e inclusivas para incentivar o crescimento profissional de pessoas negras em todas as áreas e relações do Assaí, sejam elas internas ou na contratação de fornecedores. Somente a partir desse respeito, conseguimos atender ao cliente com toda a atenção e o diferencial que tanto valorizamos, criando ainda um ambiente de inclusão, respeito e valorização da diversidade. ”

## Iniciativas em Destaque

● Desenvolvemos e implementamos, no Brasil, a ação de **“Embaixadores(as) da Diversidade”**, possibilitando que lojas e CDs tenham colaboradores(as) representantes e aliados(as) de Diversidade com foco em alavancar em sua unidade a promoção da inclusão, do respeito e da valorização da diversidade considerando todas as frentes de atuação: LGBTQIAP+, Crença, Cultura, Raça, Gênero, Gerações e Pessoa com Deficiência. A ação contempla workshop e treinamentos, além de reuniões e/ou comunicados de orientação para atuarem nas ações como Semana da Diversidade, Semana da Mulher etc.

Ao todo, são 250 Embaixadores(as) da Diversidade de diferentes cargos e posições.

● Lançamos também o 2º módulo do programa **“Protagonize sua Carreira”**. Contando com diferentes recursos acessíveis – como lives, vídeos e revista eletrônica – contemplou o desenvolvimento em temas como Autoconhecimento, Comunicação Assertiva e Gestão de Conflitos. A trilha tem como objetivo o desenvolvimento e empoderamento contínuo dos(as) nossos(as) colaboradores(as) com deficiência. Ao todo, se inscreveram 511 colaboradores(as) com deficiência.

● Realizamos a **6ª edição Semana da Diversidade**, que contemplou ações

para todas as unidades do Brasil e teve como objetivo gerar conhecimento e conscientização para fortalecer atitudes voltadas à inclusão, ao diálogo respeitoso e à valorização da diversidade presente em Nossa Gente e clientes. O evento contou com uma live para abordar o tema raça, na qual registramos a importância do Dia da Consciência Negra e anunciamos nosso compromisso com a Iniciativa Empresarial pela Igualdade Racial, da qual passamos a ser signatários. A Semana também contemplou ações de treinamentos e engajamento, com foco em letramento para todas as frentes de atuação. Mais de 5.800 colaboradores(as) participaram da Semana, que contou com mais de 2 mil horas de treinamentos.

Lançamos a trilha de treinamento, com foco no Combate à Violência Contra Mulheres e Meninas e a Cartilha de Diversidade & Inclusão, versão *online* disponível a todos(as) colaboradores(as), por meio da Universidade Assaí. A versão impressa também foi contemplada a todos(as) colaboradores(as) para facilitar o acesso e a leitura, ampliando assim aprendizados, atitudes respeitadas e inclusivas, conforme nossos valores.

● Promovemos a **4ª Semana da Mulher** com ações em todas as Unidades com foco na visibilidade, reconhecimento e

empoderamento da mulher. Especialistas convidados abordaram temas como Violência contra mulher, Carreira, Visibilidade e Desenvolvimento com especialistas, da trilha “Jornada à Equidade de Gênero”, composta por treinamentos voltados para Liderança Feminina com Impulso Beta, Percurso de Masculinidade Responsável com Papo de Homem e Parentalidade, Maternidade e Paternidade com a Filhos no Currículo. Tivemos a participação das lideranças em todas as lives realizadas, reafirmando nosso compromisso e nossa orientação para a discussão do tema e para a inclusão. Durante o evento, também firmamos o **Compromisso Movimento Mulher 360** (que visa contribuir com o empoderamento econômico da mulher brasileira em uma perspectiva 360 graus), reforçando nossa posição como agente transformador da sociedade e fortalecendo o desenvolvimento de políticas

e de iniciativas que promovam a equidade e inclusão feminina.

- Mantivemos a agenda constante sobre inclusão e respeito em nossos canais internos e externos (LinkedIn, Facebook, Instagram), proporcionando conhecimento, conscientização e visibilidade, por meio do **Diálogos sobre Diversidade**.
- Lançamos o **Programa 50+**, que tem como objetivo ampliar a faixa etária de inclusão



e estender o programa a todas as áreas da Companhia. Visamos aumentar a empregabilidade dos(as) profissionais 50+, além de desenvolver suas habilidades e competências de forma contínua. Também contribuimos para novas oportunidades, lançamos um banco de talentos na plataforma Gupy, exclusiva para inscrição de talentos 50+, Guia de orientação ao RH para melhorar a experiência no processo seletivo, propiciamos transições de carreira e preparamos o(a) colaborador(a) para um mundo cada vez mais digital, conectado e veloz.

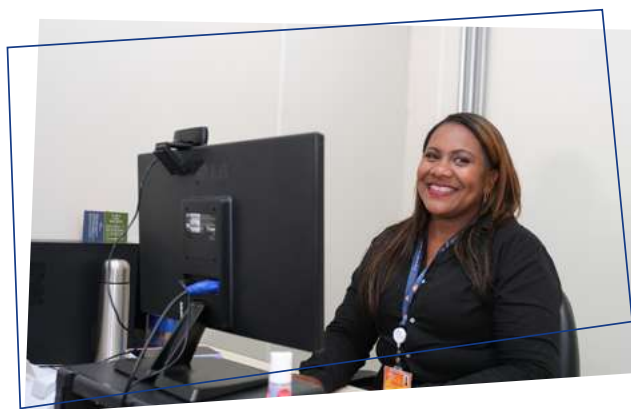
- Realizamos **campanhas e ações de letramento**, treinamentos, sensibilizações e conscientização – que geram aprendizagem e contribuem para o combate ao preconceito e à discriminação. Dessa forma, procuramos erradicar comportamentos não aceitáveis relacionados a questões de gênero, discriminação racial e outras temáticas relevantes.

- Realizamos mais de 40 turmas de treinamento de **Vieses Inconscientes e Protocolos de Atendimento** a todos(as) os(as) colaboradores(as) de Frente de Caixa, Atendimento ao Cliente, Prevenção de Perdas, Segurança Patrimonial e lideranças de todas as seções. Intensificamos **treinamentos para áreas do negócio**, como Jurídico, *Marketing*, Imprensa e RH, com temas como Diversidade e Vieses

inconscientes e ABC da Raça. Também lançamos a versão a trilha *online* desse treinamento, com a participação da liderança de Diversidade, Prevenção de Perdas e ID-BR para ampliar nosso poder de alcance por meio da expansão.

- Lançamos, com a Universidade Assaí, a trilha **Aliados anti-LGBTFobia**, que amplia o conhecimento e a consciência sobre a história, os desafios e as conquistas das pessoas LGBTQIAP+.

- Em parceria com a Universidade Assaí e Impulso Beta, lançamos o **Juntos(as) no Combate à Violência contra Mulheres e Meninas**, uma trilha de aprendizagem composta por três vídeos. Os participantes puderam conhecer os diversos tipos de violência (e a forma como pode atingir cada uma delas), identificar as fases da violência doméstica e, principalmente, como acolher e apoiar as vítimas de agressores.



DIVERSIDADE



**Fernanda de Souza Alexandre**  
Chefe de Seção

“ Comecei aqui no Assaí em 2016, como operadora de loja. Na época, eu não tinha formação e experiência, mas o Assaí me deu a oportunidade de capacitação profissional. Durante estes anos que estou aqui, realizei alguns cursos na Universidade Assaí e, após chegar em um nível de liderança na empresa, participei do Programa Crescer. Esta iniciativa me ajudou muito no meu desenvolvimento. Hoje, sou chefe de loja e continuo fazendo os treinamentos para evoluir cada vez mais na Companhia. Neste cargo, levo sempre o meu legado e o impacto do Assaí na minha vida como referência para o time que lidero



## Conheça nossos compromissos com a promoção do respeito à diversidade e inclusão no nosso país:

- Aderimos ao **Movimento Mulher 360** (Movimento Empresarial pelo Desenvolvimento Econômico da Mulher). Com isso, pretendemos contribuir para a discussão da agenda sobre equidade de gênero e empoderamento feminino. Reforçamos nosso compromisso com o respeito, valorização e inclusão entre nossos(as) colaboradores(as) e nossa rede de relacionamento.
- Fazemos parte da **iniciativa Empresarial de Igualdade Racial (ID\_BR)**, movimento formado por empresas e instituições comprometidas com a inclusão racial e a superação do racismo no ambiente corporativo. Compartilhamos sua agenda de trabalho expressa em 10

Compromissos de Empresa com a Promoção da Igualdade fortalecendo ações de inclusão, desenvolvimento e carreira, combatendo o racismo dentro e fora do Assaí.

- Aderimos à **Carta aberta ao Poder Executivo Federal** para assinatura da Convenção 190 para **Eliminação da Violência e Assédio no Trabalho**, movimento liderado pela Coalizão Empresarial pelo Fim da Violência contra mulheres e meninas, do qual o Assaí é signatário.
- Consolidamos parceria com o **Projeto Intercompany**, liderado pela TIM e pelo Movimento Mulheres Positivas a fim de apoiar a inclusão e o desenvolvimento de mulheres.



## PRÊMIOS

Nossas práticas de diversidade estão em **3º lugar em Inclusão de Pessoas com Deficiência** e acima da média no setor varejo da 1ª Pesquisa Ethos/Época de Inclusão, realizada em parceria com o Instituto Ethos e Época Negócios.

A pesquisa, que levantou as melhores práticas de diversidade, equidade e inclusão de 169 empresas brasileiras, indicou as 72 companhias com melhor desempenho em prol da equidade de gênero, racial e geracional, da inclusão da pessoa com deficiência e da promoção dos direitos LGBTQIAP+ em nossa sociedade e o Assaí está entre elas com práticas consideradas acima da média no varejo em promoção da igualdade

de gênero, equidade racial, direitos LGBTQIAP+ e equidade geracional.

Conquistamos o terceiro lugar em “Destaques na Inclusão de Pessoas com Deficiência” (segunda melhor no segmento).

Esse reconhecimento reforça o nosso papel como um agente transformador da nossa sociedade, que valoriza e promove um ambiente respeitoso, diverso e livre.

Conquistamos o **3º lugar no prêmio Melhores Empresas em Práticas e Ações de Diversidade**, na categoria “Empresas não Signatárias – Práticas do Mercado”, realizado pela Iniciativa Empresarial pela Igualdade Racial, que reconhece as nossas ações realizadas no ano de 2021.

## QUALIDADE DE VIDA

|GRI 403-6|

Cuidamos da Nossa Gente e da sua saúde mental e física.

Aqui no Assaí, não medimos esforços para apoiar, acolher, oferecer auxílio e garantir que se sintam amparados(as) 24 horas por dia, sete dias por semana.

Ser Assaí é assim.

Cuidamos da Nossa Gente. Oferecemos atendimento social e psicológico aos(as) colaboradores(as) e familiares para cuidar da sua saúde mental e física. O Serviço Social oferece suporte para todos(as) os(as) colaboradores(as) e familiares, 24 horas por dia, sete dias por semana.

Contamos com uma equipe multidisciplinar, composta por assistente social, psicólogos(as), advogados(as) e consultor(a) previdenciário.

Não toleramos nenhum tipo de violência. Por isso, acolhemos nossos(as) colaboradores(as) que foram vítimas de violência doméstica por meio da escuta e do apoio a quem está passando por esse momento. Acreditamos que esse é um pilar muito importante para encorajar e fortalecer as vítimas. Quando recebemos alguma demanda relacionada a violência doméstica, reunimos profissionais da área social, diversidade, jurídico e prevenção e perdas para alinhamento em conjunto das diretrizes e condução do processo. Prestamos todo o acolhimento social, e disponibilizamos todos os nossos benefícios de apoio, como: atendimento psicológico presencial pelo convênio médico ou teleconsulta pela consultoria de Serviço Social. O atendimento orientativo

é disponibilizado 24 horas/sete dias por semana e o impactado poderá buscar o apoio que necessitar a qualquer momento.

Para proporcionar acesso a uma melhor qualidade de vida – física e mental – entre nossos(as) colaboradores(as), oferecemos um amplo pacote de benefícios, além de diversas iniciativas para a promoção da qualidade de vida, tais como:

- Incentivamos a adoção de hábitos saudáveis para prevenção de doenças. Além de promovermos campanhas educacionais, webinars e palestras sobre nutrição, saúde mental, bem-estar físico, medicina e laboral, contamos com parceria com academias de ginástica em todo Brasil.

**Academia:** Titulares e dependentes (13 mil usuários)

**Assistência Médica:** Titulares e dependentes (mais de 94 mil vidas cadastradas)

**Assistência Odontológica:** Titulares e dependentes (50 mil vidas cadastradas)

- Ter uma boa alimentação traz maior Qualidade de Vida e mais produtividade. Por isso, nossas nutricionistas orientam para as **boas práticas de alimentação saudável**, com indicação de um cardápio balanceado e sempre diferenciado. Todos os(as) nossos(as) colaboradores(as) em lojas, CDs, Escritórios Administrativos, contam com nossos refeitórios internos para Café da Manhã, Almoço, Café da Tarde, Jantar e Ceia.

- A **Cesta Básica** é oferecida para todos(as) os(as) colaboradores(as). Trata-se de um cartão com um crédito mensal para compra de produtos alimentícios em nossas lojas. Em 2022, contemplamos aproximadamente 61 mil colaboradores(as) mensalmente (elegíveis).



- Também concedemos o **cartão Multichecke** que proporciona aos(as) colaboradores(as) a oportunidade de comprar qualquer produto nas nossas lojas com desconto de 5% no total da compra. Dependendo da data da compra, o pagamento pode ser realizado em até 60 dias, com desconto em Folha de Pagamento.

- Concedemos às colaboradoras mães o direito de **estender a Licença-Maternidade por mais 60 dias** além do prazo concedido em lei, totalizando 180 dias corridos. A licença é extensiva a filhos adotivos e mulheres em casamentos homoafetivos, conforme critérios legais. Cerca de mil mães usufruíram esse benefício em 2022.

- O **Cartão Mamãe** é um valor concedido mensalmente às colaboradoras elegíveis que têm filhos entre 6 meses até 4 anos, 11 meses e 29 dias. É um crédito no cartão



para compras de artigos de necessidade básica, sendo: nutrição e alimentos, artigos de higiene, fralda, lenços umedecidos entre outros. Em 2022, tivemos mais de 4 mil crianças beneficiadas, considerando também filhos de mulheres em casamentos homoafetivos e filhos adotivos.

- O **Enxoval de Bebê** é um benefício concedido aos filhos recém-nascidos de nossos(as) colaboradores(as). Oferecemos um kit com todos os itens básicos para a chegada do(a) bebê, tais como: roupas, sapatos, kit mamadeira, meias, mala, produtos de higiene, entre outros. Durante o ano de 2022, concedemos aproximadamente 1.880 kits.

- O **Seguro de Vida** é um benefício oferecido para o bem-estar da família, com objetivo de garantir proteção financeira, caso o(a) colaborador(a) venha a faltar por falecimento ou aposentadoria por invalidez.

- Por meio do **Plano de Previdência Privada fechado**, contribuímos para que os(as) nossos(as) lideranças – gerentes e acima – tenham mais uma opção de investimento. Com o Assaí Prev, é possível optar por diversas modalidades, que contam com a coparticipação da empresa em percentuais entre 1% e 4%.

- Presenteamos nossos(as) colaboradores(as) com 75 mil **Cestas de Natal** e Aves.



Em parceria com uma Cooperativa de Crédito, **contribuímos e ajudamos nossos(as) colaboradores(as) em projetos pessoais**. Todos(as) os(as) colaboradores(as) são elegíveis — atualmente são 45.600 cooperados(as). Desta forma, os(as) estimulamos a poupar. A Cooperativa retorna 100% do valor total contribuído para o(a) colaborador(a), além de ter os seguintes benefícios:



- Empréstimo consignado com desconto em folha de pagamento e até 36 meses para pagar
- Bolsas de estudo para graduação e pós-graduação com até 75% de desconto
- Parcerias com escolas de idiomas
- Curso de educação financeira
- No início de cada ano, todos(as) os(as) colaboradores(as) cooperados(as) têm direito ao benefício Estuda+, refere-se a um valor de crédito para cada dependente legal com idade entre 4 anos e 17 anos, para apoiar na compra de material escolar.
- Auxílio para a compra de óculos, lentes de contato, órteses e próteses
- Campanha de vacinação contra a gripe

Consideramos também Vale-Transporte, com investimento de R\$ 107 milhões

## SAÚDE E SEGURANÇA INTEGRADOS

|GRI 403-1, 403-3, 403-6|

Acreditamos que a saúde e a segurança são inegociáveis e demandam um olhar atencioso, integrado e que reflita o Cuidado com a Nossa Gente. Por isso, adaptamos nossa forma de gestão dessas áreas para potencializar a jornada do(a) colaborador(a) desde o momento de sua admissão.

Procuramos alinhar o conjunto de elementos estabelecidos na política de saúde, com os objetivos e processos para alcançar as metas corporativas de SESMT (Serviço Especializado em Segurança e Medicina do Trabalho). Esee é um dos nossos principais objetivos.

Ao unificar as ações de SESMT em um contexto compartilhado, temos a oportunidade de otimizar os recursos de saúde – o que proporciona o acolhimento próximo dos(as) colaboradores(as) nas suas necessidades individuais, e assim, asseguramos aos(às) colaboradores(as) e clientes o nosso comprometimento com a gestão de Saúde e Segurança no Trabalho.

Além de garantir a integralidade do cumprimento da legislação, os cuidados se concentram no desenvolvimento dos planos de ações que asseguram a diminuição da gravidade e severidade dos diferentes eventos laborais, a partir da análise dos dados e indicadores para a construção de uma visão capaz de mitigar os riscos ocupacionais, reduzir os eventos de doenças ocupacionais e acidentes de trabalho.

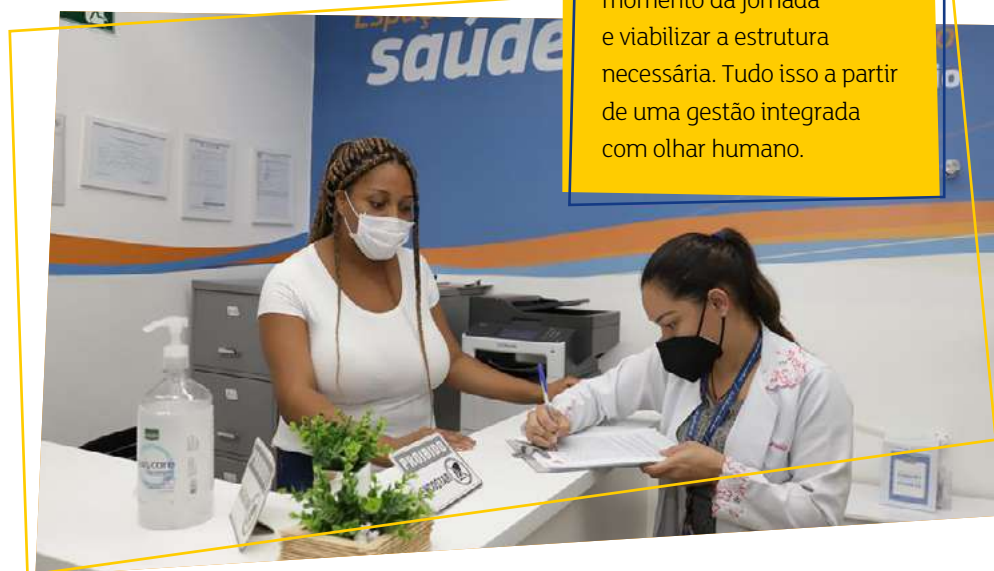
Procuramos desenvolver e capacitar nossos(as) colaboradores(as) por meio de treinamentos, comunicação, conscientização

e metas desafiadoras para o atingimento da excelência em nossas operações. Dessa forma, potencializamos os aprendizados focados na cultura de melhoria contínua da prestação de serviços de saúde na Companhia.

Implementamos o Circuito de Saúde nas áreas administrativas e corporativas, com o rastreamento e mapeamento do perfil de saúde da Nossa Gente. O foco do rastreamento se expande para a captação de hipertensos, diabéticos e outros transtornos metabólicos que possam ser identificados pelas ferramentas de análise.

Por meio dos diferentes canais de monitoramento, mais de 1.400 colaboradores(as) foram direcionados(as) para programas de saúde das operadoras de saúde: cerca de 370 para o acompanhamento de saúde Nutricional; 260 para Cardiologia, mais de 310 para Endocrinologia.

Cuidar da saúde e segurança da Nossa Gente é estar próximo, entender as suas necessidades em cada momento da jornada e viabilizar a estrutura necessária. Tudo isso a partir de uma gestão integrada com olhar humano.





## AMBULATÓRIOS POR TODO O BRASIL

Possuímos dois ambulatórios assistenciais de média complexidade, localizados na nossa sede administrativa em São Paulo e na Central de Distribuição de Cajamar. Implementamos 12 ambulatórios ocupacionais, instalados em Belém, Campo Grande, Cajamar, Cuiabá, Fortaleza, Goiânia, Recife, Rio de Janeiro (duas unidades) Salvador e São Paulo (duas unidades). Cada unidade conta com um(a) médico(a) do trabalho e um(a) técnico(a) de enfermagem do

trabalho para prestar atendimento médico ocupacional mais próximo e acolhedor. Em 2022 realizamos mais de 7 mil atendimentos.

Em parceria com as operadoras de saúde, ampliamos os cuidados em 2022 realizando o acompanhamento de mais de 3 mil beneficiários internados em hospitais, sendo cerca de 930 casos em clínica médica para o atendimento às mais diversas necessidades.

Outro ponto que se destaca em nosso atendimento assistencial são os(as) nossos(as) profissionais de enfermagem

totalmente capacitados(as) para realizar triagem e aplicação de medicamentos intravenosos e intramusculares. Com um atendimento diferenciado e acolhedor, em 2022 nossos ambulatórios realizaram cerca de 26 mil atendimentos.

Cuidamos da saúde mental dos(as) nossos(as) colaboradores(as) com programas específicos – em ambulatórios ou por meio de parceiros(as), além de programas de formação e treinamento para apoio emocional. No Programa de Saúde Mental, os cuidados com terapias individuais com psicólogo, terapias em

grupo, e em cuidados com psiquiatra, realizaram o acolhimento superior a 1.500 colaboradores(as) no ano de 2022.

As mudanças trazidas pela pandemia modificaram alguns contextos sociais e familiares, e isso trouxe um reflexo de novas necessidades sentidas nessa área de cuidado. A equipe de Medicina atuou no acolhimento e atendimento superior a 11 mil colaboradores(as), entre teleconsultas, orientações, estabelecendo condutas terapêuticas e realizando o direcionamento para os Programas de Saúde interno e das operadoras de saúde.



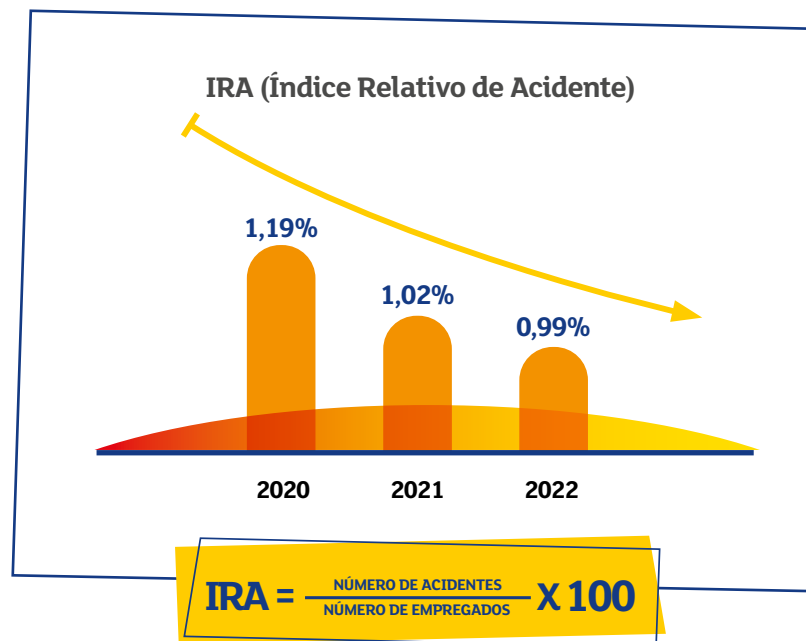
# Segurança do Trabalho

|GRI 403-2, 403-4|

Cuidamos da Nossa Gente, da sua saúde e da sua segurança. Por isso, são temas inegociáveis e sobressalentes para nós. Com a expansão das nossas lojas – e o rápido crescimento da quantidade de colaboradores(as) em todo o país, mantivemos o foco estratégico nas questões de segurança, atuando firmemente nos pilares de prevenção, controle e acompanhamento/mensuração.

Para identificar os riscos na operação, realizamos inspeções de segurança em campo. Contamos com o apoio de um aplicativo personalizado de *checklist*, englobando 20 temas de segurança, que vão desde documentações legais até ações de prevenção. Por meio dele, mapeamos riscos; monitoramos o Índice Relativo de Acidente (IRA) – indicador que mede a taxa de acidentalidade de uma empresa – regulamentado pelo Ministério do Trabalho; e propomos ações preventivas e corretivas.

Nossa taxa IRA se reduz a cada ano, indicando que estamos no caminho certo para Gestão e Controle nos Índices de Acidentes.



### Checklist:

mais de 10 mil aplicações da ferramenta *Checklist* Fácil Inspeção de Segurança em lojas e CDs. Utilizada para analisar conformidades nas operações das lojas e Centros de Distribuição (CDs).

### Média de 78,93 pontos

de itens em conformidade nas operações das lojas e CDs.

Nossos processos e controles operacionais garantem o atendimento às normas regulamentadoras vigentes: com 100% de atendimento ao Programa de Gerenciamento de Riscos (PGR), à Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (CIPA), além dos nossos programas de proteção contra incêndio, atendimento a emergências e de análise ergonômica do trabalho.

Os Centros de Distribuição Anhanguera, Arujá e Cajamar também foram inseridos nas ações de mapeamento de riscos, com foco principal em identificar os riscos presentes em cada atividade e no ambiente e propor medidas de controle e proteção.

Realizamos **Diálogos de Segurança** de forma estruturada, em todas as unidades do Assaí, que se valem da tecnologia de QR Code para padronizar e agilizar nossa comunicação, além de monitorar a acompanhar as presenças.

### Quantidade de horas aplicadas aos Diálogos de Segurança e trabalhos em Campo (Lojas e CDs)

2020	2021	2022
86.856 HORAS	96.096 HORAS	100.000 HORAS

## Segurança do trabalho em números

[GRI 403-4, 403-5]

Diálogo de Segurança: 100 mil horas de orientações sobre ações de segurança em lojas, Centros de Distribuição e escritórios, com a abordagem de mais de 200 temas

+ 5.000 horas de treinamento de CIPA (Comissão Interna de Prevenção de Acidentes)

Implantação do PAE (Plano de Atendimento à Emergências) em mais de 240 unidades – lojas, Centros de Distribuição e sede administrativa

+ 10.000 horas de treinamento com a Brigada de Emergência, com a formação de mais de 10 mil colaboradores(as), capacitados(as) e prontos(as) para agir em qualquer emergência

Entre nossos novos serviços, em 2022 tivemos atenção especial aos açougues. Por meio da Universidade Assaí Investimos em treinamentos e capacitações, principalmente em atendimento à NR 12, referente à segurança no trabalho em máquinas e equipamentos. Entre as ações especiais realizadas durante o ano está a implantação do treinamento presencial para profissionais do açougue (em todas as unidades). Entregamos mais de 900 cartilhas – para açougueiros(as) e chefes de açougue – com o objetivo de assegurar a plena atuação e o cumprimento das normas regulamentadoras. [GRI 403-5]

Também cuidamos da prevenção de acidentes na operação de máquinas e equipamentos, assegurando o treinamento e a capacitação dos(as) operadores(as) de máquinas e equipamentos que auxiliam no transporte e movimentação de cargas em todas as nossas unidades. Elaboramos e distribuímos mais de 3 mil “Cartilhas de Segurança para equipamentos de movimentação de cargas” – entregues na integração de Operadores(as) de Empilhadeiras e Transpaletas Elétricas – que padronizam os procedimentos de segurança que deverão ser adotados. [GRI 403-5]



## Multiplicando informação e conhecimento



**Campanha Abril Verde:** tem o objetivo de conscientizar a população sobre os riscos dos acidentes de trabalho e das doenças ocupacionais e suas formas de prevenção. Por meio dos Diálogos de Segurança estruturado junto aos(às) nossos(as) colaboradores(as) das lojas, Centros de Distribuição e escritórios, apoiamos a Campanha Nacional e contribuimos para conscientizar Nossa Gente na prevenção de acidentes. Contamos com mais de 2 mil horas de diálogo.



**Campanha Maio Amarelo:** chama a atenção da sociedade para o alto índice de mortes e feridos no trânsito em todo o mundo. No Assaí, focamos na conscientização dos acidentes de trajeto, envolvendo todas as nossas unidades. Somamos 2 mil horas de comunicação para conscientização do nosso time.

## MESPAT

[GRI 403-7]

A MESPAT (Mês de Prevenção em Acidentes do Trabalho) reflete o cuidado que temos com a Nossa Gente. Nos preocupamos com o bem-estar dos(as) nossos(as) colaboradores(as), e a garantia da preservação de um ambiente seguro e saudável para se trabalhar. O evento ocorre em nossas lojas, Centros de Distribuição e escritórios. Procuramos informar nossos(as) colaboradores(as), orientá-los(as) e sensibilizá-los(as) a respeito dos riscos ocupacionais a que eles(as) estão expostos, e as medidas de prevenção a serem adotadas. Os temas abordados a cada semana foram personalizados, considerando as características de cada operação e suas particularidades nas lojas, Centros de Distribuição e nos escritórios. Também reforçamos as principais práticas da empresa, para alinhamento entre todos(as), minimizando ou eliminando a ocorrência dos acidentes e das doenças ocupacionais.

Realizamos mais de 500 horas de atividades de conscientização em lojas, Centros de Distribuição e escritórios. Contamos com profissionais participantes da CIPA e técnicos de segurança para o reforço das mensagens nas lojas e Centros de Distribuição, assim como a utilização de materiais visuais, adesivando ambientes.



## Estendendo os cuidados de saúde da Nossa Gente

[GRI 403-3, 403-6]

Durante a MESPAT, contamos com a parceria de uma rede de ótica para a realização de testes de acuidade visual. Após o exame, nossos(as) colaboradores(as) tinham a opção de adquirir óculos com lentes e armações variadas, com preços e condições de pagamento diferenciada.

Realizamos a campanha de vacinação contra gripe (com participação voluntária) durante os meses de maio a junho de 2022, quando tivemos um surto de gripe provocada pelo vírus H3N2. Imunizamos 40% dos(as) nossos(as) colaboradores(as) – cerca de 23 mil pessoas.

Desde 2022, nossos(as) colaboradores(as) de outros estados não precisam mais se deslocar para São Paulo para participarem do nosso programa de *check-up*. Descentralizamos o programa e, em parceria com fornecedores(as) de Belo Horizonte (MG), Cuiabá (MT), Brasília (DF), Fortaleza (CE), Recife (PE), Janeiro (RJ), Salvador (BA) e São Paulo (SP), ampliamos em 30% a participação no programa, além de diminuirmos o tempo dispendido para esse cuidado.

Os cuidados com a saúde estendem-se também aos(às) dependentes dos(as) colaboradores(as). Entre as principais ações realizadas, destacam-se os atendimentos em consultas eletivas, de emergência, realização dos exames complementares, terapias e diagnósticos.



## COVID-19

A pandemia de covid-19 impactou milhares de profissionais no âmbito do comportamento social, familiar e pessoal - e isso não foi diferente no Assaí. Preocupados com essa questão, a área de medicina implementou na sede administrativa um programa que tem como objetivo cuidar da saúde mental dos(as) nossos(as) colaboradores(as). Para isso, contamos com dois profissionais psicólogos que atendem todos os dias em horário comercial, realizando mais de 300 consultas mensais.

Com os atendimentos que disponibilizamos aos(as) nossos(as) colaboradores(as) por meio dos nossos SESMTs, ambulatórios assistenciais e programa de saúde mental, conseguimos mapear todas as questões que impactam a saúde dos(as) nossos(as) colaboradores(as) seja ocupacional, assistencial ou mental e, desse modo, garantir alternativas para melhorar qualidade de vida de todos(as).

Em nossos ambulatórios, atuamos com testagem contínua para covid-19, e em 2022 foram realizados mais de 12 mil testes. Com essa ação de testagem e com os recursos que disponibilizamos, foi possível evitar que vários(as) colaboradores(as) necessitassem procurar atendimento externo.

Durante o pico da pandemia ocorrido de janeiro a março de 2022, atuamos com médicos capacitados para atendimento *online* teleconsulta. De acordo com o nosso protocolo, durante o período de infecção e no término do afastamento, todos(as) os(as) nossos(as) colaboradores(as) passavam por essa experiência, nos certificando que estavam aptos(as) para o retorno ao trabalho. Essa estratégia proporcionou segurança e bem-estar a mais de 1.200 colaboradores(as).

Outro diferencial do nosso programa de covid 19, iniciado em 2020 e ainda ativo, foi o acompanhamento aos(as) colaboradores(as) que necessitavam de internação. Atuamos junto às nossas operadoras de saúde na garantia da disponibilização de leitos e UTIs, além de um acompanhamento diário realizado pelos nossos médicos para os(as) colaboradores(as) que se encontravam nessa situação. Também facilitamos o atendimento médico dos(as) colaboradores(as) e seus familiares, principalmente nas cidades onde houve falta de leito hospitalar. Atuamos diretamente com as operadoras de saúde para agilizar as remoções, quando necessário um atendimento mais especializado.

Prestamos o acolhimento psicológico e social aos familiares dos(as) nossos(as)



Cuidamos da saúde física e mental dos(as) colaboradores(as)

colaboradores(as) internados por meio da nossa equipe médica e serviço social, realizando a interface com hospital para obter o estado de saúde dos(as) nossos(as) colaboradores(as) e, assim, tranquilizar os familiares, tendo em vista a dificuldade que os hospitais tiveram em passar as informações, além da impossibilidade de acompanhantes.

Nos casos de falecimento de colaboradores(as), a área de serviço social prestou todo o apoio psicológico aos familiares, agilizou o processo funerário e o pagamento do seguro de vida.



# 6

## CAPITAL MANUFATURADO



Tratamos do nosso modelo operacional e nosso jeito de fazer negócios, nossa rede de lojas e distribuição, bem como detalhes sobre nosso processo de crescimento e expansão.

# Nosso jeito de fazer negócios é

Assaí Atacadista: empresa de atacado de autosserviço que está entre as maiores empregadoras privadas do país. Contratamos mais de **16 mil pessoas** na expansão. Estamos localizados em **23 estados e no Distrito Federal**, com **263 lojas**, **12 Centros de Distribuição** e **11 Diretorias Regionais**. Somos considerados como uma das **15 Marcas Mais Valiosas do Brasil**, segundo o *ranking* anual promovido pela *Brand Finance*.

**Flexível.** Temos um modelo que se adapta aos diferentes públicos das diversas regiões do Brasil.

**Regional.** O Brasil é um país continental, com diferentes culturas, costumes e particularidades, e procuramos atender a todas essas diferenças.

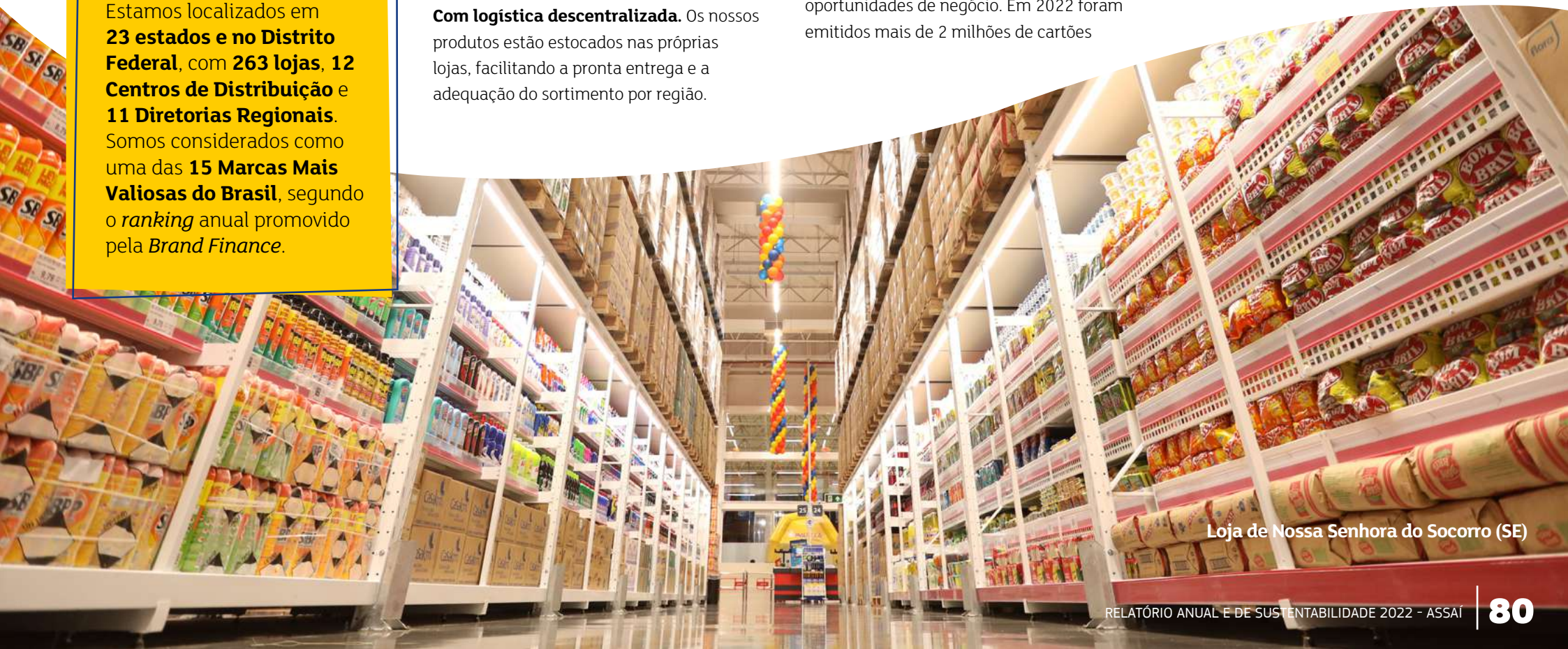
**Com logística descentralizada.** Os nossos produtos estão estocados nas próprias lojas, facilitando a pronta entrega e a adequação do sortimento por região.

**Eficiente e produtivo.** Nossa estrutura é de baixo custo, eficiente e oferece uma experiência de compra focada na qualidade e na economia.

**Facilidade em serviços financeiros.** O nosso foco é a satisfação dos(as) nossos(as) clientes, o que inclui facilidades e novas oportunidades de negócio. Em 2022 foram emitidos mais de 2 milhões de cartões

Passaí, representando cerca de 6% das vendas brutas em nossas lojas.

**Acessível.** Nossos(as) consumidores(as) compram no Assaí de forma presencial ou remota, nos pontos de venda em lojas físicas, televendas (com retirada na loja) e aplicativos “*last mile*”.



Loja de Nossa Senhora do Socorro (SE)

## Nós, em expansão

O ano foi marcado pela operacionalização de nosso plano de expansão. Embora tenhamos passado por um momento econômico muito desafiador, com escassez de materiais, taxa de juros elevada e inflação, conseguimos sustentar um robusto processo de expansão aliando conversões de estruturas adquiridas e lojas orgânicas a um controle financeiro saudável.



O nosso plano de expansão tem por premissa aliar o cronograma de conversões de lojas adquiridas à expansão orgânica, com a meta de chegar a R\$ 100 bilhões de vendas em 2024.

Em 2022, foram inauguradas 47 lojas por meio de conversões de pontos comerciais de hipermercados adquiridos em 2021 e 13 novas lojas orgânicas, com acréscimo de 36% da área de vendas. Isso foi possível com foco e disciplina no cumprimento de nosso planejamento estratégico de longo prazo, que nos levou a ampliar e fortalecer nossa presença em regiões com elevado potencial de crescimento, como Norte e Nordeste, e em cidades importantes como Ribeirão Preto (SP) e Betim (MG). Atualmente, são 263 lojas em 23 estados mais o Distrito Federal, sendo 139 no Sudeste.

A expansão também gerou mais de 16 mil pessoas contratadas, expandindo inclusive o time de colaboradores(as), que já soma mais de 76 mil.

As novas lojas aumentam a oferta de sortimentos e de serviços, que agregam mais facilidade e completam a cesta de compras do dia a dia dos(as) nossos(as) clientes, adequando o nosso modelo de negócio para a realidade brasileira atual. Criamos empórios, açougues, serviços de frios e cafeterias. Esse processo foi iniciado há algum tempo, por conta das mudanças de hábitos de consumo de alimentos dos(as) nossos(as) clientes, que consomem mais em casa, além da

busca por melhores preços. A instalação de açougues, iniciada no fim de 2020, foi consolidada, e em 2022 somamos mais de 150 unidades em nossas lojas; os empórios de frios estão presentes em aproximadamente 50 estabelecimentos.

Para adaptação das lojas, realizamos negociações com proprietários(as) de imóveis e licenciamento das obras, além da elaboração de projetos que exigiram mudanças para ajuste dos prédios à estrutura atacadista. Procuramos equacionar a melhor estrutura no menor tempo possível e com padrões elevados de segurança e sustentabilidade.

Com a 60ª inauguração de 2022 - loja Campinas Abolição - atingimos o total de 100 lojas no Estado de São Paulo, posicionando a Companhia como a maior rede de *Cash&Carry* em número de lojas no Estado.



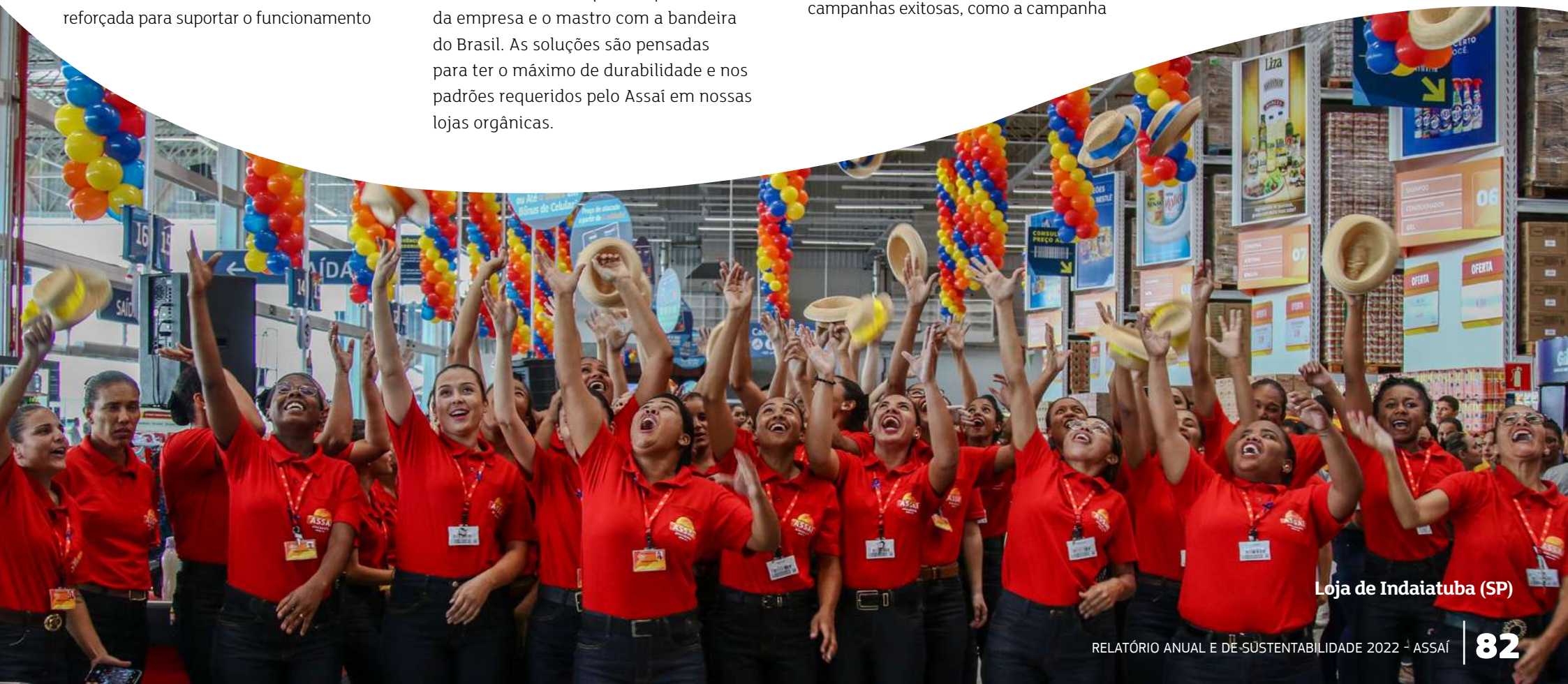
Em comum, todas as unidades inauguradas – convertidas ou orgânicas – fazem parte da geração mais moderna de lojas da empresa. O modelo é baseado no aprimoramento da experiência de compra do cliente dentro da alta demanda de circulação de pessoas – por mês, o Assaí recebe mais de 30 milhões de clientes em todo o país. Para isso, os pontos convertidos em lojas Assaí foram completamente reformados. No solo, a estrutura é reforçada para suportar o funcionamento

de um atacado de autoserviço (com uma estocagem de produtos cerca de três vezes maior que a de um hipermercado) e a pavimentação dos pisos é refeita do zero. Por dentro, o salão de vendas, as salas administrativas e as docas são totalmente remodeladas. Já a fachada também recebe adequações que levam em consideração a nova operação, como pintura atualizada, a instalação do totem com o sol nascente que compõe a marca da empresa e o mastro com a bandeira do Brasil. As soluções são pensadas para ter o máximo de durabilidade e nos padrões requeridos pelo Assaí em nossas lojas orgânicas.

Cada uma das novas lojas está abastecida com sortimentos adequados e direcionados à demanda local dos(as) consumidores(as), de modo a levarmos o nosso modelo de negócios a cada vez mais pessoas, reduzindo a necessidade de deslocamentos para que os(as) clientes se abasteçam com preços mais baixos e variedades de produtos.

Este cenário, aliado ao investimento em campanhas exitosas, como a campanha

de aniversário de 48 anos, contribuiu para aumentarmos em 23% o ticket médio das lojas, que recebem, mensalmente, mais de 30 milhões de clientes. Estes indicadores expressam, significativamente, a assertividade de nosso conjunto de estratégias e capacidade de realização.



Loja de Indaiatuba (SP)

# Gestão de impactos

## [GRI 2-25]

Temos por compromisso o respeito integral à legislação ambiental e à necessidade de compensação com padrões de sustentabilidade acima dos requeridos. Os registros das obras seguem rigorosamente a legislação para descarte. Procuramos manter a permeabilidade das áreas conforme requerido por prefeituras e pelo Ministério do Meio Ambiente. Os materiais utilizados seguem padrão de sustentabilidade, assim como os equipamentos, principalmente os de refrigeração, são absolutamente novos e ecoeficientes em termos energéticos. Há também uma preocupação especial com eficiência energética, iluminação LED, construção de poços artesianos e ar-condicionado.

Temos nos preocupado com as vizinhanças para não gerar barulho, respeitar os horários das obras e causar menos impactos sobretudo em áreas urbanas densamente povoadas.

### Construindo Juntos

Em 2022, criamos e realizamos o projeto Construindo Juntos. Por meio dele, abrimos um canal de diálogo com a comunidade no entorno das construções, o que envolveu diversos públicos, como

moradores(as), associações e até veículos de imprensa regionais.

Antecipamos as contratações de mais de 150 chefes administrativos de unidades prioritárias, que passaram a atuar também como ponto focal no nosso relacionamento com a vizinhança. Esses(as) colaboradores(as) receberam um Manual de Apoio Administrativo, criado para guiá-los(as) e apoiá-los(as) com boas práticas entre os(as) moradores(as) do entorno das obras. Também passaram por um treinamento *online* para consolidar esses direcionamentos.

Durante as construções das lojas, a equipe do projeto mapeou as vizinhanças e estabeleceu ações para cada unidade considerando os perfis dos(as) habitantes. Convidamos os(as) moradores(as) a participarem de um grupo, no qual puderam esclarecer dúvidas, dar suas sugestões e compartilhar informações como: projeto da futura nova loja; benefícios e facilidades implementados; processo seletivo para a contratação de colaboradores(as); além de dados da obra em si, como dias e horários de realização de atividades e o andamento total do processo.

Saiba mais sobre nossas políticas, processos e indicadores de sustentabilidade no capítulo sobre Capital Natural



Loja de Lauro de Freitas (BA)

# Excelência Operacional e de Serviços

## |GRI 2-6|

Com foco na regionalização, temos hoje 11 diretorias regionais administradas por nossos(as) líderes, que possuem autonomia na tomada de decisões. São 116 lojas nas regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste, e 147 lojas nas regiões Sul e Sudeste, todas com abastecimento regional, feito de acordo com o perfil de consumidor local. Além disso, há uma estratégia de comunicação regional, onde o *marketing* é totalmente voltado para a audiência local. As lojas, por sua vez, estão inseridas ou próximas a centros urbanos, atendendo às necessidades da população da região.

Para as compras, procuramos sempre aprimorar a experiência dos(as) nossos(as) clientes, oferecendo, em média, 9 mil SKUs - sigla que significa *Stock Keeping Unit* (Unidade de Manutenção de Estoque, em português), incluindo um grande sortimento de frutas, legumes e verduras; mais de 150 açougues em operação, automatização, ambientes climatizados e bem iluminados, *wi-fi* disponível em todas as lojas, caixas atendendo B2C e B2B (conceitos que definem o perfil do público-alvo da empresa), além de amplos estacionamentos.

Nossos açougues oferecem várias opções de cortes de carnes bovinas, suínas e de aves;

e atendimento especializado para que as peças possam ser cortadas e/ou moídas conforme o(a) cliente desejar, o que faz muita diferença para a compra de pequenos empreendedores e negócios de alimentação, por exemplo. Entre as novidades exclusivas, também estão o Empório de Frios – com uma seleção de embutidos e queijos nacionais e importados, além de serviço de fatiamento e opções em bacalhau e azeitonas a granel. A cafeteria traz diversas opções de cafés, doces e salgados fresquinhos e saborosos para quem deseja um momento de pausa enquanto faz as suas compras.

Investimos em lojas mais amplas, dependendo da demanda e do perfil do público do entorno de cada loja, temos um sortimento diferenciado, como carnes nobres, seção de churrasco, vinhos importados, azeites e queijos. Essa ampliação de sortimento e da oferta de serviços impulsiona as nossas vendas e contribui para a diluição de despesas.

Observamos que a evolução do modelo fortalece a rentabilidade da loja, pois investimos em melhor localização, iluminação, ar-condicionado, equipamentos modernos, automatização dos processos,

ampliação do sortimento e inclusão de serviços e constatamos que tais melhorias resultam em elevada produtividade, com venda bruta/m<sup>2</sup> da Companhia em 2022 de R\$ 4,7 mil (R\$ 4,5 mil em 2021), sem alteração do patamar de despesas como percentual da receita. Nos últimos anos, apresentamos o maior crescimento de vendas entre *players* de *Cash&Carry* (22,7%).

Para as compras,  
procuramos sempre  
aprimorar a experiência dos(as)  
nossos(as) clientes



# 7

## CAPITAL INTELLECTUAL

Refere-se a tecnologia e transformação digital a serviço de nossos negócios e dos relacionamentos, e ainda sobre nossas iniciativas de educação, capacitação e disseminação de conhecimento.



## TECNOLOGIA E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

Nos últimos anos, temos vivido uma verdadeira transformação digital em nossa Companhia, processo que tem resultado em ganhos de agilidade, assertividade e proximidade com a Nossa Gente. As mais modernas tecnologias digitais estão presentes na nossa rotina de trabalho. A modernização e implantação de novos


projetos, além da atualização constante dos(as) nossos(as) colaboradores(as), foram intensas em 2022.

Com a forte expansão do Assaí, tivemos a oportunidade de rever nossos sistemas e otimizar a nossa qualificação, otimização, eficiência e performance nos ambientes tecnológicos e novas soluções para viabilizar esse crescimento. Adotamos processos e ferramentas que suportam a entrega de novas lojas, que contribuem com antecipação de atividades, priorizações

e automatizações (tarefas/testes) que proporcionam velocidade e confiabilidade, no suporte às áreas de Operações, Financeira, Gestão de Gente e demais áreas da empresa.

Também temos investido na integração da experiência de compra com investimentos em infraestrutura de *Wi-Fi* em todas as

lojas, *self checkout* e vendas digitais por meio de parcerias com as operadoras de *last mile*. Em 2023, pretendemos implantar em todo o Brasil a tecnologia de *Customer Relationship Management* (CRM), que se integrará ao aplicativo Meu Assaí, para conhecermos os hábitos de consumo de nossos(as) clientes.



Colaboradores(as) no escritório na Matriz

## O digital na experiência de compras

O isolamento social, resultante da pandemia de covid-19, acentuou as mudanças no perfil do público consumidor, que está migrando dos hipermercados e supermercados para o atacado de autosserviço, em busca de preços mais baixos e de produtos para serem consumidos em casa. Para tanto, a nossa área de Novos Negócios está dedicada a pensar no “**Atacado do Futuro**”, ou seja, a junção do mundo digital com o físico, criando uma experiência *Phygital*, com o compromisso de fidelizar o(a) cliente pela qualidade de serviços e não apenas pelos preços competitivos.

Também lançamos uma nova funcionalidade no aplicativo **Meu Assaí**, que consiste na ativação de descontos, com ofertas especiais em seis estados do Brasil desde o lançamento, em julho de 2022.

O aplicativo está disponível para sistemas Android e iOS, e busca aprimorar a jornada de nossos(as) clientes com a marca, integrando lojas físicas e serviços com ofertas customizadas e ativação de descontos, que garantem preços mais baixos para os(as) usuários(as). Com a criação de novas funcionalidades, é possível personalizar as

ofertas e realizar campanhas exclusivas para os itens mais consumidos de acordo com o perfil de compra de nossos(as) clientes.

Por meio do aplicativo Meu Assaí, estamos cada vez mais próximos dos(as) clientes, produzindo conteúdos variados e relevantes para o dia a dia deles(as), como receitas exclusivas e músicas, na rádio Assaí.

Com essas ações, buscamos o aprimoramento contínuo do relacionamento com o(a) cliente, com a possibilidade de oferecer uma série de oportunidades comerciais no dia a dia em termos de vendas,



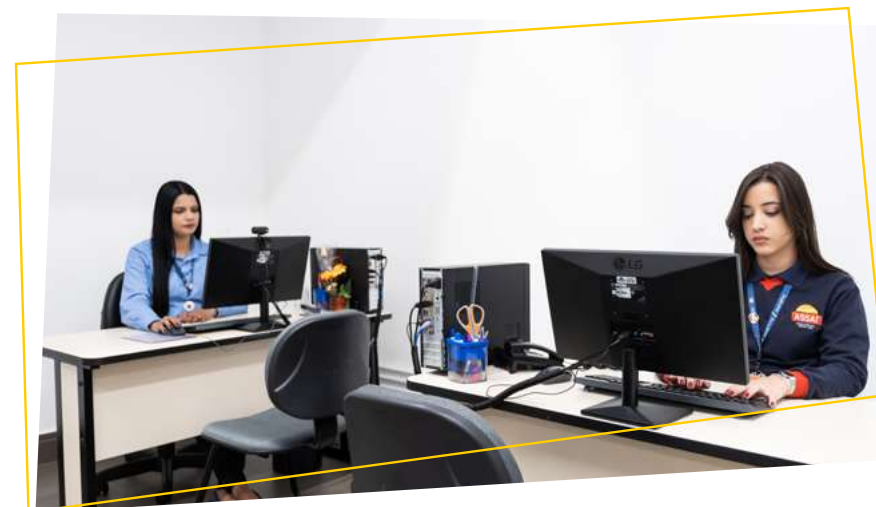
além de maior visibilidade sobre os hábitos de consumo e consequente identificação de novas funcionalidades dentro do app para continuar engajando nossos(as) clientes e melhorar a experiência em loja.

## Tecnologia e sustentabilidade

Em relação ao *hardware*, tivemos a homologação de *desktops* corporativos que contemplam dois rótulos ecológicos relevantes: EPEAT (Conselho Global de Eletrônicos) e *Energy Star* (padrão internacional de consumo eficiente de energia). Além disso, o descarte ou doação de equipamentos, como *notebooks* e *desktops* será realizado com base nos direcionamentos

feitos pelo Instituto Assaí em conjunto com a área de Sustentabilidade do Assaí.

Em 2022, alcançamos uma redução de 55% (out/2021 a set/2022) no consumo de *tonner*. Além disso, nosso parceiro de serviços de impressão desenvolve um programa de logística reversa, recolhendo cartuchos para preservar o meio ambiente.



## [GRI 404-2]

Desenvolvimento contínuo do nosso time, treinamentos e capacitações fazem parte da nossa rotina, pois acreditamos que nossa empresa só cresce quando a Nossa Gente cresce junto. A cultura de aprendizagem, inclusive, é um dos pilares de sucesso da nossa empresa, que estimula o protagonismo e o desenvolvimento dos(as) colaboradores(as), dando oportunidade de crescimento e fomentando o sentimento de pertencimento entre o time.

Diante disso, desde 2013 estamos investindo em um modelo estruturado de educação corporativa, a **Universidade Assaí (UA)**, criada como parte da estratégia para estimular o desenvolvimento e crescimento contínuo do nosso time, em linha com o forte crescimento do nosso negócio.

O conhecimento disseminado na Universidade Assaí gera valor para as pessoas e sociedade porque, para nós, conhecimento transforma pessoas e multiplica nas vidas dos(as) colaboradores(as) e entre suas conexões. Cuidamos de tratar de conhecimento técnico e comportamental. Trata-se de conhecimento que somamos nas contratações diversificadas, que produzimos e processamos, que disseminamos e multiplicamos por meio de colaboradores(as); conhecimento que empodera pessoas.

A universidade conta com estrutura física com salas de aula, além de uma plataforma *online* que utiliza a Inteligência Artificial, com o objetivo de oferecer um portal intuitivo e de fácil acesso. A UA abrange cinco escolas de formação – Atacado, Liderança, Operações, Comercial e Desenvolvimento Técnico e Comportamental –, além de mais de 3.600 cursos e trilhas personalizadas de acordo com a área de atuação, trajetória de carreira e necessidades de desenvolvimento de cada colaborador(a), contemplando desde os níveis básicos de loja até a diretoria.

As ações implementadas pela Universidade Assaí em 2022 nos permitiram ter pessoas ainda mais preparadas para sustentar o crescimento do negócio e aderentes à cultura e ao modelo de governança.

Atualmente, a Universidade Assaí oferece mais de 50 programas de formação e 3.600 cursos que abrangem desde temas de governança, ética e *compliance*, conhecimento do negócio e do nosso modelo de operação, formação de líderes para todos os níveis, formação técnica para lojas e CDs, cursos e formações obrigatórias, cursos de formação escolar básica e de educação continuada, além de todos os temas de sustentabilidade, diversidade, atendimento ao cliente e tantos outros técnicos e comportamentais.



**Michele Rangel Castro**  
Diretora Global de Operações da  
*Crossknowledge*

*“A nossa parceria com a Universidade Assaí busca criar um ambiente de aprendizagem 100% digital, com uma solução centrada na experiência do colaborador. Proporcionamos um formato de educação corporativa acessível. Alinhados ao cenário de forte expansão dos negócios do Assaí, junto com a Crossknowledge, o Assaí investiu em aplicativo, comunidades de aprendizagem, inteligência artificial e outros formatos de treinamento que, apoiados na tecnologia, proporcionam aos colaboradores uma experiência de autodesenvolvimento personalizada.”*

UNIVERSIDADE ASSAÍ

Cuidar de nossos(as) colaboradores(as), garantir imersão a nossa cultura e trabalhar na sua capacitação contínua são metas estratégicas para a Universidade Assaí. Conheça as principais iniciativas de 2022:

● **Por meio de totens Assaí Pensando em Você – implantados em todas as nossas lojas e CDs** – oferecemos estrutura para acesso a informação, solicitação de serviços de RH e diversos conteúdos da Universidade Assaí. Esses recursos tecnológicos ampliam as oportunidades de acesso digital de muitos(as) de nossos(as) colaboradores(as) – ainda que localizados em área de cobertura restrita de banda larga –, adquirindo autonomia para buscar notícias, acessar holerite e realizar treinamentos a distância.

● **Fortalecimento do ZapUA:** um canal de informação e interação com nossos(as) colaboradores(as). Ele conta com uma assistente virtual de aprendizagem, a Maia (Multiplicadora de Aprendizagem Inteligente da Universidade Assaí), um robô humanizado que monitora interesses e níveis de conhecimento para oferecer diferentes caminhos e feedbacks ao aprendiz, apoiando, de maneira mais próxima e humanizada, nossos(as) colaboradores(as) no seu desenvolvimento e crescimento. Também combina pílulas de conteúdo, inteligência artificial, plataformas de conversa (WhatsApp) e árvores de decisão para apoiar programas de aprendizagem. Tudo ágil e simples. Além disso, por meio de uma conversa, a Maia compartilha conteúdo sobre Diversidade, com foco em gerar conhecimento, promover a inclusão e o respeito, combatendo toda e qualquer forma de preconceito e discriminação, e ainda orienta em relação à prevenção e ao cuidado contra a covid-19, por meio do Programa **Aprendendo a Cuidar**.

● **Nova trilha de Segurança da Informação (SI):** Nossa Gente foi capacitada nos temas de Vazamento de Dados, Classificação de Informação, *Phishing* e Segurança da Informação, a fim de promover a utilização de ferramentas e recursos do Nosso Assaí de forma correta.

● **Produtividade e segurança:** é uma obrigatoriedade legal, mas também faz parte da nossa cultura cuidar da Nossa Gente.

Para garantir a capacitação e atender às normas e legislações vigentes, realizamos os treinamentos das Normas Regulamentadoras (NRs), que consistem nas orientações sobre os riscos ocupacionais do nosso negócio e definem os procedimentos que devem ser aplicados para a proteção da saúde e segurança dos(as) profissionais. No Assaí, atuamos com dez NRs, que são treinadas tanto de forma *online* quanto presencial.

Integramos, no *onboarding*, seis treinamentos de NRs *online* a fim de que o(a) colaborador(a) inicie em sua função somente após conhecer os principais





## UNIVERSIDADE ASSAÍ - TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO

Passado o período crítico da pandemia de covid 19 após o avanço da vacinação, estamos trabalhando o retorno dos treinamentos para o formato híbrido (*online* e presencial).

	2020	2021	2022
<b>Horas de treinamento</b>	<b>1.487.395,47</b>	<b>2.359.292,90</b>	<b>5.258.225</b>
Total de colaboradores(as) treinados(as)	38.601	67.392	88.640
Total de gerentes e acima treinados no ano	341	473	536
Média liderança treinada no ano	4.049	5.121	6.818
Não líderes treinados	34.211	61.809	81.994

riscos operacionais do seu cargo. Além disso, atualizamos o painel de indicadores, facilitando a leitura e identificação das NRS que precisam ser trabalhadas nas lojas e CDs. Dessa forma, possibilitamos a tomada de decisão ágil e eficaz pelos(as) gestores(as) de Gente e Gestão para o estabelecimento de planos de ação e mitigação de riscos.

- Mais de 600 colaboradores(as) participaram do **Programa de Capacitação de Multiplicadores Internos**: tem como objetivo capacitar colaboradores(as) que nos apoiam na disseminação de conhecimento técnico para a Nossa Gente, por meio dos programas de desenvolvimento da Universidade Assaí. Foram disponibilizados mais de 597 acessos aos conteúdos digitais.

- **Formações Técnicas**: capacitar o time de operações nos processos operacionais da área. Tivemos 42 mil participações e mais de 39 mil horas de treinamento nos temas em

geral. No Papo de Qualidade, por exemplo, temos de demonstrar boas práticas e fomentar cultura de Segurança dos Alimentos junto aos(as) colaboradores(as) manipuladores(as) de alimentos. Cerca de 18 mil participações em quase 9.500 horas de treinamento.

- **Formação RH Expansão**: Promover o desenvolvimento contínuo do time de RH Expansão, por meio de conexões diretas entre as suas ações e os resultados desejados, maximizando a performance, com foco na mudança de comportamento

contínuo sustentado pela aprendizagem e com apoio necessário para aplicar o conhecimento no seu dia a dia.

- **Formação comportamental do time de Prevenção de Perdas**: procuramos aperfeiçoar as competências pessoais que ampliam o desempenho individual e melhoram a qualidade das interações com colegas, líderes e clientes, trabalhando com temas como Ética, Cultura, Valores, Diversidade, Gestão de Conflitos e Atendimento ao Cliente. Fizemos o lançamento do programa para todas as lojas (time de prevenção elegível), com a participação da Gerência Nacional de Prevenção de Perdas.



● **Programa de Letramento Digital**, cujo objetivo é preparar a Nossa Gente para a transformação digital, bem como atender à evolução do negócio.

● Como apoio emocional e garantia de sustentação de um ambiente emocionalmente seguro, mantivemos aos(as) nossos(as) mais de 76 mil colaboradores(as) o programa **Gestão das Emoções**.

● **Programa Aprende + Corporativo**: ações de treinamento e capacitação contínuas com o time do corporativo. Desenvolver os(as) colaboradores(as) da Central Administrativa, Diretorias Regionais e Corporativo CDs, em competências técnicas e comportamentais, essenciais à função e área de atuação. Capacitação técnica dos(as) colaboradores(as) com temas como a metodologia GTD (*Getting Things Done*), Excel, Power Point; Aprimoramento das habilidades interpessoais, buscando desenvolver dentre elas a Comunicação, Negociação, Inteligência Emocional, Empatia e Saúde Mental. Tivemos um aumento significativo do engajamento e participações nos eventos. Trabalhamos temas específicos para liderança, apoiando nos desafios e necessidades do momento.



### UAINDICA

É uma curadoria de conteúdos personalizados, segmentados para liderança e demais colaboradores(as). Disponibilizamos um canal, onde os(as) colaboradores(as) podem sugerir temas que tenham interesse, para que possam ser ofertados. Entre os 12 conteúdos indicados, estão:

- Como criar uma cultura de inovação
- Equipes colaborativas
- Ferramentas *Office*
- Lider ágil
- Metodologias ágeis
- Conecte-se com o mundo digital
- Pensamento *Lean*
- Conectividade e comportamento nas redes sociais



# 8

## CAPITAL SOCIAL E DE RELACIONAMENTO



Contempla informações sobre nossos princípios, iniciativas e compromissos com nossos clientes, comunidades, cadeia de valor e sobre nosso engajamento em parcerias e instituições que trabalham em questões públicas relevantes para nossa sociedade.

## NOSSOS(AS) CLIENTES, NOVOS DESAFIOS

Com o forte e rápido processo de expansão, acompanhamos o intenso crescimento do volume de clientes, com diferentes perfis, necessidades e expectativas, nas variadas regiões onde estamos localizados. Além do aumento de fluxo de clientes, agregamos novos perfis de compradores(as). São famílias que vivenciam em nossas lojas novas experiências no atacado de

autosserviço, na busca por nossa proposta de valor de variedade de produtos aliada à uma economia real.

Atuamos em um modelo de negócio de baixo custo operacional, com preços competitivos, produtos e volume de mercadorias adequados aos perfis de nossos(as) clientes, que têm a opção de fazer compras pagando o preço de atacado (ao adquirir volumes maiores de um mesmo item, o que confere desconto ao

valor final da compra) e varejo (quando compra pequenas quantidades). Além de atender os(as) clientes finais em busca de preço baixo e variedade, o Assaí é o ponto ideal para varejistas de alimentos (como restaurantes, pizzarias e lanchonetes) e varejistas convencionais (mercearias

e supermercados locais). A Companhia comercializa seus produtos em lojas físicas, televidas (com retirada na loja) e por aplicativos parceiros de entregas (como a *Conershop by Uber*, Clubbi e Rappi).



### Espaço do Cliente

Investimos em tecnologia para aprimorar nosso serviço de atendimento ao cliente, oferecendo mais agilidade a quem busca informações sobre nossas lojas, produtos e serviços. Criamos em 2021, a área do Espaço do Cliente e canais de autoatendimento passaram a ser utilizados, como o WhatsApp e URA eletrônica.

A tecnologia que utilizamos em nossa Central permite-nos calibrar rapidamente nossa capacidade de atendimento, conforme o volume demandado. Desta forma, conseguimos atender o cliente com a mesma eficiência, mesmo com a forte expansão de lojas que tivemos em 2022.

Neste mesmo ano, atendemos 3 vezes mais em volume de contatos, comparados ao ano anterior. Por meio da assistente virtual SOL, cujo nome é uma homenagem à nossa marca (Assaí significa “sol nascente” em japonês) são solucionados até 80% dos casos no autoatendimento; os demais são resolvidos pela equipe interna de colaboradores(as).



## Indicadores de Satisfação do cliente

Nossa reputação nos últimos 12 meses na plataforma Reclame Aqui é considerada ótima. Com índice 8,1 de satisfação, o indicador se agrega ao registrado em nossas pesquisas de satisfação realizadas em nossos canais de atendimento. Isso reflete a confiança e a seriedade na resolução de conflitos com os(as) clientes.

Internamente, também medimos a satisfação dos(as) clientes que passaram em nossos canais de atendimento por meio de uma pesquisa interna, que tangibiliza nossa filosofia de Foco No(a) Cliente e fortalece nossa credibilidade.

Ela é realizada após o contato telefônico com o cliente, que é convidado a atribuir uma nota de zero a dez ao atendimento recebido. Em 2022, obtivemos a nota média 9,38 (acima do índice de mercado, que é acima de 7,0).



A percepção do(a) cliente também garantiu, pela terceira vez, o reconhecimento por meio do Prêmio ReclameAQUI. Fomos eleitos pelo voto popular, na categoria Supermercados e Atacados, concorrendo com mais 14 marcas, entre supermercados, hipermercados e atacadistas nacionais e regionais.



### Marly Yamamoto Lopes

Diretora Executiva de Marketing & Gestão do Cliente

“Estou muito orgulhosa do crescimento contínuo da nossa empresa e do papel fundamental que a área de Gestão de Clientes desempenhou nesse processo. No último ano, abrimos 60 novas lojas em todo o Brasil, enquanto investimos e aprimoramos nossos canais de atendimento ao cliente. É uma grande honra que a atuação da área tenha sido reconhecida por diversos prêmios, incluindo o Reclame Aqui. Estamos comprometidos em continuar oferecendo um excelente atendimento ao cliente e fortalecendo nosso relacionamento com nossos clientes enquanto continuamos a crescer como empresa.



## Nossos compromissos com a sociedade

|GRI 2-24, 2-28|

Queremos contribuir para o desenvolvimento sustentável, potencializando nosso impacto por meio do engajamento ativo em questões críticas importantes para nossos *stakeholders* e toda a sociedade.

Somos signatários de iniciativas e movimentos que visam contribuir para uma sociedade mais responsável e inclusiva e para que possamos implementar as melhores práticas do varejo em termos econômicos, ambientais, sociais e de governança.

### Acordo Ambiental São Paulo

Incentiva empresas, associações e municípios a assumirem compromissos voluntários de redução de emissão de gases de efeito estufa para conter o aquecimento global abaixo de 1,5 °C, alinhando-se ao esforço internacional estabelecido no Acordo de Paris, em 2015; e referendado na COP 26, em Glasgow, em 2021.



### Aliança Sem Estereótipo

Desde 2019 integramos a Aliança Sem Estereótipo (*Unstereotype Alliance*), um programa da ONU. Reúne empresas líderes de mercado com o objetivo comum de eliminar estereótipos de gênero de sua publicidade.



### Associação Brasileira dos Atacadistas de Autoserviço (ABAAS)

Somos associados desde sua fundação, em 2014. A ABAAS representa o setor atacadista e atua sobre as demandas específicas junto à iniciativa privada, à indústria, aos(às) clientes e aos órgãos públicos, sejam eles municipais, estaduais ou federais.



### Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS)

Somos associados à entidade desde a sua fundação, em 2009. 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.



### Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX)

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



### Associação Paulista de Supermercados (APAS)

Integramos a Associação desde 2009, comprometidos com o seu propósito de reunir empresários(as) supermercadistas do Estado de São Paulo para integrar toda a cadeia de abastecimento, profissionalizar o setor, garantir a excelência na operação e apontar as tendências do varejo.



### Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS)

Neste ano, firmamos parceria com a entidade, que é uma associação civil sem fins lucrativos que promove o desenvolvimento sustentável por meio da articulação junto aos governos e a sociedade civil, além de divulgar os conceitos e práticas mais atuais do tema. Por meio de pesquisas e ferramentas, a associação oferece às empresas insumos que auxiliam na tomada de decisão em sustentabilidade. Além disso, promovem a atuação das empresas em formato de rede, com o objetivo de influenciar políticas públicas.



### Coalizão Brasil Clima, Florestas e Agricultura

Tem como objetivo tratar das questões decorrentes das mudanças climáticas por meio de propostas concretas para o fim do desmatamento e da exploração ilegal de madeira, a recuperação de áreas degradadas, o ordenamento fundiário, a proteção social de comunidades, bem como o estímulo à produção competitiva e sustentável de alimentos, produtos florestais e bioenergia.

### Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FECOMERCIO)

Somos membros da Fecomercio/SP desde 2009. A entidade representa os interesses das empresas do setor e desenvolve uma atuação voltada para promover o crescimento econômico do País.

### Coalizão Empresarial Pelo Fim da Violência Contra Mulheres e Meninas

Com o objetivo de dar maior visibilidade ao tema e avançarmos com a pauta violência contra mulheres, aderimos ao compromisso que mobiliza mais de 130 empresas brasileiras na promoção de ações que possibilitem gerar transformações nos diversos espaços da sociedade.

### Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+

Aderimos ao Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+. Trata-se de uma mobilização de empresas comprometidas em reconhecer e promover os direitos de pessoas LGBTQIAP+.

### Grupo de Trabalho da Pecuária Sustentável (GTPS)

Reúne representantes de diversos elos da cadeia produtiva relacionada à pecuária. Como associados, reforçamos nossa articulação dentro da cadeia de carnes, que é prioritária para nós, visando melhoria contínua da atividade e adoção de boas práticas.

### Grupo de Trabalho dos Fornecedoros Indiretos (GTFI)

Principal fórum de discussões sobre soluções de rastreabilidade, monitoramento e transparência com foco no controle do desmatamento em fornecedores(as) indiretos(as).

### Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social

A instituição é uma OSCIP que atua há mais de 20 anos para contribuir com uma sociedade mais justa, diversa, inclusiva e sustentável. Por meio da associação, o Instituto Ethos apoia o Assaí no aperfeiçoamento de suas políticas e práticas socioambientais.

### Instituto para Desenvolvimento do Varejo (IDV)

Desde 2009, somos membros do IDV, que tem como objetivo fortalecer a representação de empresas varejistas de diferentes setores de atuação nacional.

### Adesão aos Princípios de Empoderamento das Mulheres (WEPs)

Os Princípios, elaborados pela ONU Mulheres e Pacto Global da ONU, trazem diretrizes para fortalecer ainda mais nossas práticas de equidade de gênero para Nossa Gente e a sociedade como um todo.

### Rede Empresarial pela Inclusão Social (REIS)

Propaga boas práticas de inclusão no trabalho por meio da soma e união de diferentes iniciativas da sociedade que promovam empregabilidade da pessoa com deficiência.

### Pacto pela Erradicação do Trabalho Escravo

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



# Ações para transformar, oportunidades para crescer

|GRI 413-1|

“Promover oportunidades e caminhos de prosperidade para pessoas e comunidades”: a partir deste propósito, o Assaí Atacadista lançou, em 2022, o Instituto Assaí – uma organização independente e sem fins lucrativos que passa a ser o responsável pelo investimento social da Companhia para potencializar o compromisso com o desenvolvimento de pessoas e de comunidades em todo o Brasil.

A criação do Instituto traduz a relevância que damos para a agenda de Responsabilidade Social e nosso compromisso com o impacto social positivo que pretendemos causar até 2025. Além disso, marca o amadurecimento e a evolução da nossa atuação social consolidada após a cisão com o GPA; portanto, com diretrizes e estratégias definidas a partir das características, valores e o jeito de ser

Assaí. Com o alinhamento de propósitos entre Instituto Assaí e a Companhia, nosso crescimento se consolida com o crescimento da Nossa Gente e das regiões onde atuamos.

**Fortalecemos nosso impacto positivo com nossa cultura, promovendo o cuidado com a Nossa Gente e o desenvolvimento das comunidades.**

**CONFIRA O VÍDEO.**

## MANIFESTO

O desejo de ajudar pessoas e comunidades sempre esteve presente em nosso dia a dia.

Através de nosso negócio, já conseguimos impactar muitas vidas, mas queremos ir além.

Nasce assim o Instituto Assaí. O nosso instituto. Com empatia, ética e respeito.

Trabalharemos de forma autônoma ou unindo forças em parcerias, promovendo iniciativas em Empreendedorismo, Alimentação e Esporte.

Sempre com o foco na criação de possibilidades para as pessoas que batalham por uma vida melhor.

Que querem ver sonhos tornarem-se realidade, por meio de seus esforços.

Nossa visão é ambiciosa, e somos apaixonados pelo que fazemos.

Afinal, somos movidos por um propósito: Promover Oportunidades e Caminhos de Prosperidade para Pessoas e Comunidades.

*Temos a certeza de que, com um verdadeiro compromisso com a sociedade, conseguiremos atingir nossa missão.*

## Processo de concepção

A proposta para a criação do Instituto Assaí foi realizada por meio de um processo colaborativo e de cocriação. Dentro do nosso propósito, acreditamos na potência da atuação do Instituto Assaí para promover transformações na sociedade, multiplicando as possibilidades de crescimento e oportunidades para as pessoas.

O Instituto atua em conexões para multiplicar impactos positivos, pois acredita que a conscientização, o engajamento e a colaboração são os únicos caminhos para uma atuação verdadeira. Dessa forma, fortalecer e ampliar parcerias – com clientes, fornecedores(as), colaboradores(as), outras empresas e organizações da sociedade civil – é um dos focos estratégicos para multiplicar a quantidade de beneficiários dos programas.

A partir dos macrodirecionadores como propósito, visão, missão, valores e das frentes de atuação (empreendedorismo, alimentação, esporte) definidas em 2021, nós iniciamos, em 2022, o processo de planejamento estratégico para definirmos como iremos contribuir nessas temáticas. Para isso, fizemos uma pesquisa e diagnóstico da situação e necessidades em cada tema por meio de *benchmarking* no setor e entrevistas com mais de 30 especialistas,

três *workshops* envolvendo diferentes áreas do Assaí e chegamos às principais linhas de investimento em cada uma dessas frentes.

Dessa forma, 2022 foi o ano que atuamos no desdobramento dos novos programas

Oferecer oportunidades que impactem no desenvolvimento das pessoas e das comunidades por meio de iniciativas focadas em empreendedorismo, alimentação e esporte, de forma autônoma ou em parcerias.

Contribuir efetivamente para o desenvolvimento social, transformando a vida das pessoas para o alcance de seus sonhos e prosperidade.

e projetos para atender às demandas sociais de cada uma das nossas frentes de atuação, contribuindo para um maior número de pessoas beneficiadas e as localidades atendidas.

### PAIXÃO QUE TRANSFORMA

Somos apaixonados pelo que fazemos, pois sabemos que nossos esforços podem mudar a vida das pessoas para melhor.

### ACREDITAMOS NAS PESSOAS

Valorizamos o potencial de cada pessoa. E com empatia, trabalhamos para apoiá-las na sua transformação.

### COMPROMISSO PARA VALER

Temos um compromisso real com a sociedade, promovendo iniciativas de médio e longo prazo, estruturadas e com qualidade.

### ACOLHEMOS COM RESPEITO

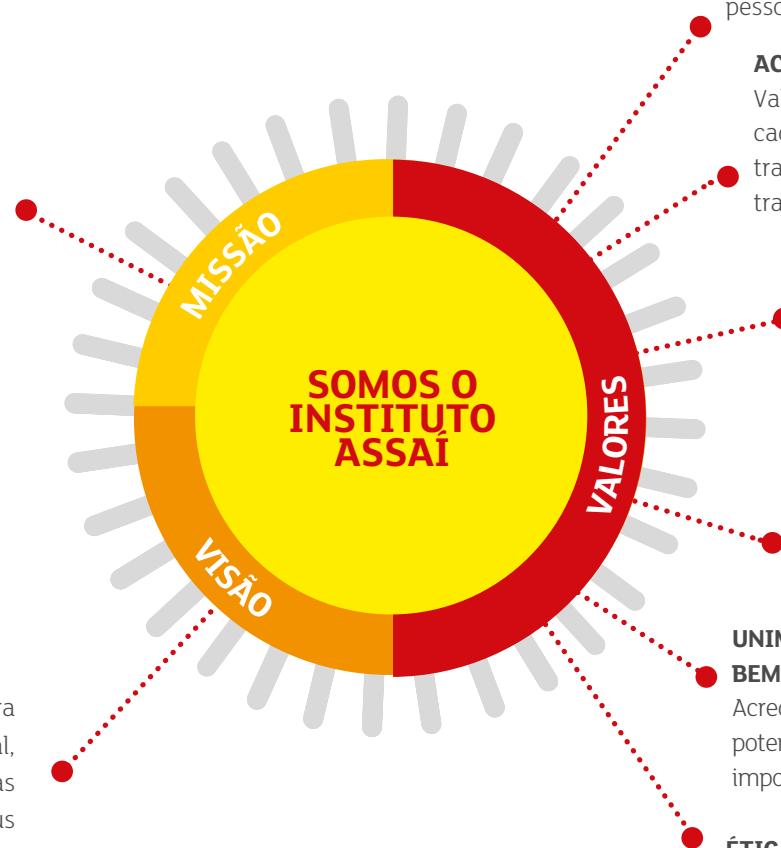
Nós abraçamos a diversidade e a inclusão de forma genuína e verdadeira.

### UNIMOS FORÇAS PARA UM BEM MAIOR

Acreditamos no poder de parcerias para potencializar resultados. Afinal, é mais importante a ação do que o holofote.

### ÉTICA NÃO SE NEGOCIA

Na vida podemos flexibilizar muita coisa, mas a nossa ética não!



## Governança

Tendo o Assaí como principal mantenedor, a estrutura administrativa do Instituto é constituída por Conselho Deliberativo, Conselho Fiscal (3 membros efetivos) e diretoria executiva, a cargo de Sandra Vicari, profissional indicada em Assembleia Geral e diretora de Gestão de Gente & Sustentabilidade do Assaí.

Anualmente, os(as) associados(as) se reúnem na Assembleia Geral – liderada pelo Presidente do Conselho Deliberativo, Belmiro de Figueiredo Gomes, diretor-presidente do Assaí. O Conselho Deliberativo é órgão de deliberação e orientação superior do Instituto, tem como atividades prioritárias a orientação geral e estratégica e as diretrizes de investimento de recursos do Instituto.

O Instituto tem uma equipe focada no desenvolvimento dos seus projetos e programas.

### Focos de atuação

O Instituto Assaí nos permite atuar de maneira ainda mais focada e estruturada em três frentes - Empreendedorismo, Alimentação e Esportes –, orientadas pelos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Organização das Nações Unidas:

Eles estão em linha com o compromisso das ações sociais que já tínhamos estabelecido nos anos anteriores, e com o planejamento estratégico do Instituto Assaí, com alcance até 2025.



## FRENTE

# Empreendedorismo

Fomento ao empreendedorismo alimentar, com ações de apoio por meio da Academia Assaí – que desde 2017 atua junto a micro e pequenos(as) empreendedores(as) da área de alimentação. Viabilizamos o acesso ao conhecimento, além de oferecer recursos financeiros e promover acessos a mercados de forma contínua.

■ A Academia Assaí – iniciativa social do Assaí desde 2017, referência no apoio ao empreendedorismo – passa a fazer parte dos programas do Instituto.

Trata-se de um programa de investimento social que apoia micro e pequenos(as) empreendedores(as) de diferentes áreas de negócios da alimentação, desenvolvendo suas competências, compartilhando conhecimentos específicos do setor de alimentação e proporcionando troca de experiências e práticas para o incremento dos seus negócios. Atua fomentando a geração de trabalho e renda por meio de cursos, disseminação de conteúdos gratuitos e de qualidade, eventos e apoios diversos.

Também realizamos, anualmente, o Prêmio Academia Assaí, para contribuir e valorizar os(as) empreendedores(as) da área de alimentação.

Em 2022, iniciamos um processo de avaliação de impacto da Academia, considerando os resultados desde quando começaram as atividades por meio do Assaí. Esta será a base para a validação, os ajustes e a evolução da Academia agora sob a gestão do Instituto Assaí, com o foco em potencializar as iniciativas que geram mais impacto para empreendedores(as) e sociedade.



**Adriana Barbosa**  
CEO da Plataforma PretaHub e Presidente do Instituto Feira Preta

“Ano passado, reunimos na Feira Preta mais de 40 mil pessoas, que puderam desfrutar de uma programação de um mês de atividades que ocorreram de forma descentralizada. De regiões periféricas à região central de São Paulo. Na Casa PretaHub, temos recebido, também, diversos(as) empreendedores(as) que enxergam as casas como um lugar, para criar, produzir, comunicar e escoar as suas produções. Toda essa potência de mobilização, articulação de diversos atores e impacto social não seria possível sem o apoio do Instituto Assaí que é um parceiro de longa data e que está comprometido com uma mudança com impactos estruturantes.

”

## Direcionamentos Estratégicos da Frente Empreendedorismo 2023-25

Ampliar o acesso à informação e capacitação, chegando em 1 milhão de empreendedores(as) até 2025, de forma recorrente.

Dar continuidade ao apoio financeiro a empreendedores(as) do setor de alimentos, e contribuir para o acesso a diferentes estratégias de vendas.

Apoiar organizações sociais que atuam no fortalecimento dos(as) empreendedores(as) – foco do Instituto Assaí.

Estabelecer e ampliar a atuação junto aos(as) empreendedores(as) rurais, apoiando o desenvolvimento de modelos econômicos. Com isso, objetivamos estabelecer conexão entre agricultura familiar e as nossas lojas – por meio da revenda nas gôndolas ou da utilização das frutas, legumes e verduras (FLV) em nossos refeitórios.

Liderar movimentos junto ao mercado e às autoridades públicas para que a compra da produção da agricultura familiar por mercados privados seja política pública.

## JORNADA EM 2022 – INICIATIVAS, PARCERIAS E ENGAJAMENTO

Estabelecemos duas importantes parcerias estratégicas com organizações-chave do setor para apoiar a gestão das nossas ações e fortalecer o ecossistema relacionado ao empreendedorismo:

**Aliança Empreendedora:** oferece capacitação e *advocacy* para os(as) empreendedores(as).

**Pretahub:** *hub* de criatividade, inventividade e tendências pretas – respeitando a existência da população preta enquanto potência criativa e empreendedora. Fortalece nossas atividades presenciais em suas duas unidades Casa PretaHub, em São Paulo (SP) e Cachoeira (BA), focadas na aceleração do empreendedorismo negro.



## Academia Assaí



Desenvolvemos competências,  
compartilhamos conhecimentos e  
proporcionamos troca de  
experiências

ACADEMIA ASSAÍ DIRIGE SUAS INICIATIVAS PARA:



**INFORMAÇÃO E CAPACITAÇÃO**

Por meio de uma plataforma *online*, divulgamos conteúdo gratuito e personalizado sobre o segmento alimentício 2022:

As capacitações são realizadas no formato presencial ou *online*, com aulas gravadas e ao vivo. Em 2022, introduzimos, também, novos temas nos cursos gravados para abranger mais empreendedores(as) e com mais efetividade: “Ambulantes” e “Boleiros, Salgadeiros”, “Restaurantes” e “Padarias e Confeitarias”, além de outros temas já estabelecidos. Disponibilizamos 17 cursos na plataforma *online*, além de outros cursos ao vivo, como os oferecidos em parceria com o Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas).

**IMPULSIONAMENTO, RECONHECIMENTO E VALORIZAÇÃO**

Desde 2018, realizamos anualmente o Prêmio Academia Assaí – visando fortalecer e reconhecer empreendedores(as) de todo o país que trabalham na área de alimentação – auxiliando-os(as) financeiramente e oferecendo ferramentas para apoiá-los(as) no desenvolvimento dos seus negócios. O processo de seleção tem entre seus critérios o perfil socioeconômico de cada participante, priorizando os(as) de maior vulnerabilidade.



## APOIO A OUTRAS INICIATIVAS NA ÁREA DE EMPREENDEDORISMO

Desde 2018, apoiamos financeiramente diversos projetos e organizações sociais que atuam com o fomento e a capacitação de micro e pequenos(as) empreendedores(as) em todo o Brasil. O valor investido é proveniente do repasse de valor monetário do lucro obtido com a venda de sacolas plásticas em nossas lojas.

Em 2022, apoiamos 16 instituições (Amazonas, Bahia, Minas Gerais, Rio de Janeiro e São Paulo), que beneficiaram mais de 1.400 empreendedores(as) do segmento de alimentação.



### Luis Coelho e Jennifer Rodrigues Fundadores da Empreende Aí

*“A parceria com o Assaí é de importância estratégica para nós da Empreende Aí. É uma possibilidade de unir forças com uma empresa que está realmente comprometida com o impacto social na vida dos(as) pequenos(as) empreendedores(as) da área de gastronomia. Em 2022, tivemos a oportunidade de, em conjunto, formar empreendedores(as) de todo o Brasil e premiar financeiramente alguns(umas) para que pudessem melhorar seus negócios e ampliar suas atuações nos seus territórios.”*

ACADEMIA ASSAÍ

## APOIO A OUTRAS INICIATIVAS NA ÁREA DE EMPREENDEDORISMO

INSTITUIÇÃO PARCERIA	PROJETO	SOBRE O PROJETO
Ciclos 	Aceleradora Gastronômica de Ilhéus - BA	O projeto tem por objetivo fortalecer a estrutura de produção e vendas dos(as) empreendedores(as) informais da alimentação da região e possibilitar o acesso a recursos para obterem renda justa e competitividade. Capacita os(as) participantes para educação financeira, consolida redes de comercialização e cria aceleradora de negócios.
Instituto Empodera 	Ciclo musas: Celebrar e nutrir - Sorocaba - SP	Apoiar grupos no enfrentamento da pandemia, criando laços, tecendo redes afetivas entre pessoas de diferentes regiões do Brasil, e ampliando o olhar para as possibilidades e oportunidades.
Redes da Maré 	Maré de Sabores Rio de Janeiro - RJ	O projeto oferece qualificação profissional em gastronomia para mulheres da Maré e realiza outras ações gerando sustentabilidade para as atividades de formação da Casa das Mulheres da Maré.
Projeto Arrastão 	Periferia Sustentável - Arrastão São Paulo - SP	Contribui para o desenvolvimento socioeconômico da região Sul da cidade de São Paulo, com o apoio à ampliação de mercado e sustentabilidade de negócios da área de alimentação saudável, segura e acessível. Promove atividades de formação e mentoria, realizando a pré-aceleração de negócios de gastronomia.
Asplande 	Sabores do Rio - Niterói - RJ	Contribui para qualificar e promover a atuação empreendedora de mulheres que atuam na área gastronômica em regiões onde a associação atua.
Vale do Dendê 	Aceleração de Negócios de Alimentação - Salvador - BA	Por meio do projeto é realizado um edital de aceleração de negócios de alimentação, por meio de treinamentos, consultorias e mentorias com temas focados na gestão e no desenvolvimento dos empreendimentos.
Firgun 	Fundo Periferia Empreendedora - Brasil	Apoiar microempreendedores(as) durante e pós o período de pandemia por meio de crédito para seus negócios e oferece capacitações e uma comunidade de relacionamento para a ampliação do seu mercado.
Peabiru 	Produtos da Amazônia Belém - PA	Mantem um espaço físico e <i>online</i> de apoio à comercialização de produtos de micro e pequenos(as) empreendedores(as) de produtos da sociobiodiversidade da Amazônia, além de oferecer assistência técnica a famílias criadoras de abelhas especiais nos municípios de Curuçá e Monte Alegre.



INSTITUIÇÃO PARCERIA	PROJETO	SOBRE O PROJETO
Empreende Aí 	Despertando o Empreendedor na Gastronomia - Brasil	Promove o curso Despertando o Empreendedor na Gastronomia no formato <i>online</i> . O curso que atende empreendedores(as) da área da alimentação em todo território nacional, conta com conteúdo relevante para a realização gestão de um negócio e desenvolvimento do perfil empreendedor.
Aliança Empreendedora 	Apoio Institucional - Curitiba - PR	O apoio institucional à Instituição visa fortalecer o trabalho por ela realizado de apoio e capacitação gratuita de microempreendedores (as) formais e informais em comunidades de baixa renda de todo o país.
Centro Educacional Profissional do Coroadinho 	Janela para o Futuro São Luís - MA	Capacita jovens e adultos em cursos de gastronomia nas áreas de panificação, confeitaria e doces e salgados, com disciplinas de empreendedorismo e informática. Contribui para o aumento da geração de renda e trabalho.
Anjos da Tia Stellinha 	Qualificação Profissional Rio de Janeiro - RJ	Promove cursos gratuitos de qualificação profissional em temas como: pães, bolo caseiro e sobremesas. Contribui para o aumento da geração de renda e trabalho.
Associação Educadora e Beneficente (CESPROM) 	Cursos de Capacitação Jundiá - SP	Promove cursos de capacitação em panificação, confeitaria e auxiliar de cozinha. Contribui para o aumento da geração de renda e trabalho.
União da Saúde sem Fronteiras (UNISF) 	Geração de Renda - Mauá - SP	A oficina de geração de renda prepara as participantes para adquirirem competências, habilidades, práticas e conhecimentos técnicos e comportamentais necessários para o exercício de uma atividade e para o empreendedorismo. Tem foco no fortalecimento das mulheres negras, refugiadas e mulheres em situação de violência doméstica.
Ação Moradia 	2E: Empoderar e Empreender Uberlândia - MG	Oferece capacitação profissional em produção de hortaliças e culinária funcional, assessorias e apoio a mulheres que passam por situação de vulnerabilidade social e/ou financeira.
Instituto PretaHub 	PretaHub Cachoeira - BA e São Paulo - SP	Plano de impacto social e comunicação para fortalecer o empreendedorismo negro no Brasil. O Instituto PretaHub propõe ações de impacto social por meio de educação, crédito, digitalização, conteúdo e comunicação que tem como objetivos: apoiar o empoderamento de empreendedores negros, periféricos e LGBTQIAP+, nos processos da criação, produção, distribuição e consumo.

O **5º Prêmio Academia Assaí 2022** distribuiu mais de R\$ 850 mil em prêmios para os(as) participantes, que puderam se inscrever em três categorias: Vendas por encomendas; Ponto de venda fixo; e Vendedor(a) ambulante. Durante a pandemia por covid-19, quando os negócios em geral foram fortemente impactados, aumentamos a quantidade de premiados de 15 para 150 (2019/2020), ampliando nosso apoio e contribuição junto a empreendedores(as). Ainda entendendo e reconhecendo as consequências desse cenário, em 2021 ampliamos nossa abrangência para 1.500 premiados.

Em 2022, tivemos forte mobilização e engajamento de nossos(as) colaboradores(as) para a divulgação do Prêmio – o que reforça o potencial da Nossa Gente em fazer a diferença em nossas ações sociais.

**Mais de 70%**  
das pessoas premiadas se autodeclararam do gênero feminino e pretas ou pardas.

**1.500**  
EMPREENDEDORES(AS) PREMIADOS(AS) EM 2022  
**10 vezes mais** DO QUE EM 2020  
**100 vezes mais** DO QUE EM 2019

**Mais de 30 mil**  
inscrições em todas as regiões do Brasil - crescimento de **82%** (ref. 2021)



## PREMIAÇÕES

### Etapa 1

- 1.350 pessoas receberam 300 reais + um *workshop online* de capacitação
- 150 pessoas receberam 2 mil reais + 500 reais em vales-compras do Assaí + assessoria personalizada para o desenvolvimento do seu negócio + uma semana de capacitação e concorreram a prêmios da Etapa 2.

### Etapa 2

15 empreendedores(as) receberam um prêmio adicional de 2 mil reais + um celular + viagem a São Paulo para participar da imersão para o desenvolvimento do seu negócio e concorreram ao prêmio da Etapa final.

### Etapa final

3 vencedores(as) receberam aporte financeiro de 10 mil reais.



### Grazielle Ferreira da Silva

Veganos & Especiais – Culinária Inclusiva (Niterói, RJ)

Vencedora regional Sudeste, na categoria  
Vendas por Encomendas

“*Tudo começou em outubro de 2018, quando meu filho Nickolas foi diagnosticado com alergias alimentares. A partir deste momento nossas vidas mudaram radicalmente e tivemos que nos habituar com as diversas restrições. Nesse processo conheci o vegetarianismo e o veganismo onde me redescobri! Com a falta de opções e garantia de produtos 100% confiáveis, comecei a me reinventar na cozinha e criar as minhas receitas e a culinária inclusiva passou a fazer parte do meu coração. O prêmio é imensamente importante para mim e evidencia a representatividade das pessoas com restrições alimentares e as pessoas da minha comunidade. Com o valor, vou aprimorar e investir ainda mais no meu negócio para alcançar o sonho de ter um ponto físico.*”



### Josenilda Silva dos Santos

Maná da Nilda – (Salvador, BA)

Vencedora nacional, na categoria  
Vendedor(a) Ambulante

Josenilda passou a vender e entregar marmitas para os moradores do seu bairro, e o seu trabalho passou a ser o sustento da família. A experiência de participar do Prêmio Academia Assaí e da Semana de Imersão foi ainda mais emocionante porque a viagem até São Paulo foi sua primeira experiência em avião.

“*A Academia Assaí me proporcionou um momento surreal. Estou muito feliz com tudo o que está acontecendo. Ganhar como destaque e ser reconhecida pelo meu trabalho, além de representar o Nordeste, é gratificante para mim.*”



### Felipe Rossini Carvalho

Pão do Rei (Curitiba, PR)

Vencedor nacional, na categoria  
Ponto de Venda Fixo

Felipe se reinventou na necessidade. Ele, que nunca tinha feito pão, buscou receitas da internet e descobriu um novo talento.

“*Fazer pão foi uma paixão que eu descobri e que não vou mais largar. O prêmio Academia Assaí é o reconhecimento de todo o nosso esforço e incentiva o micro e pequeno empreendedor a não desistir dos seus sonhos.*”



### ■ Festival Feira Preta

Com o tema “O Futuro Preto se Faz Hoje”, o Festival Feira Preta comemorou seus 20 anos sendo o maior evento de cultura e empreendedorismo negro da América Latina e conta com o apoio do Assaí desde 2018. Participamos pelo quinto ano consecutivo como patrocinadores e apoiadores da frente gastronômica desse evento.

O festival inovou com o projeto SPerifas, promovendo descentralização da

programação para as periferias de São Paulo, que contou com a participação do Instituto Assaí em oficinas gastronômicas ministradas por profissionais reconhecidos(as) em cada região.

Outra novidade, ainda, foi o “ingresso social” em forma de doação de alimentos. O Instituto Assaí dobrou o volume arrecadado em doações (3,57 toneladas) de alimentos, como parte do nosso compromisso no combate à insegurança alimentar.

GEROU MAIS DE  
**500 postos**  
de trabalho diretos  
e indiretos

Contou com  
a presença de mais de  
**40 mil**  
PESSOAS

Participação  
de mais de  
**260**  
EMPREENDEDORES(AS)

Promoveu uma circulação  
monetária de mais de 6 milhões  
de reais – ao contabilizar  
a contratação de artistas,  
fornecedores(as) e profissionais  
técnicos, e a venda de produtos,  
serviços e de alimentação



## FRENTE Alimentação

Combate à insegurança alimentar, por meio do acesso a alimentos e recursos para sua aquisição.

### JORNADA EM 2022 – INICIATIVAS, PARCERIAS E ENGAJAMENTO

■ A **estratégia de combate à insegurança alimentar** do Instituto Assaí agora está apoiada em três pilares:

---

Doação de alimentos e campanhas de arrecadação

---

Cozinhas comunitárias

---

Cartão Cesta Básica

---

### Direcionamentos 2023-25

Fortalecer cozinhas comunitárias – estruturar novas e apoiar as existentes.

Estabelecer parcerias para criar um programa de transferência de renda para alimentação aliado a iniciativas de educação alimentar e nutricional, garantindo o poder de melhor escolha às famílias apoiadas.

Engajar nossos(as) clientes à nossa causa de combate à fome, por meio da mobilização para doação de alimentos a pessoas em vulnerabilidade social.

Mobilizar outras empresas e indústrias parceiras para aumentar em 50% o impacto do programa.

Monitorar o impacto social das famílias atendidas.

Apoiamos as pessoas em situação de vulnerabilidade social por meio da doação de alimentos em parceria com instituições sociais

- **Doação de alimentos:** doações de cestas básicas, realizadas pelo Assaí.

Por meio do Instituto, em 2022 doamos mais de 242,7 toneladas de alimentos, beneficiando mais de 25 mil famílias no Brasil, por meio da parceria com mais de 209 instituições sociais parceiras que atuam junto às comunidades.

- Promovemos campanhas emergenciais, mobilizando clientes para a doação de alimentos e outros produtos para apoiar pessoas atingidas pelas fortes chuvas ou outros desastres naturais nos estados da Alagoas, Bahia, Pernambuco, Rio de Janeiro e São Paulo. Foram mais de 55 toneladas de produtos arrecadados e distribuídos para instituições sociais atuantes nas regiões atingidas.

- **Mobilizamos e engajamos clientes e fornecedores(as)** para, juntos, acolhermos pessoas em vulnerabilidade social. Assim, nossas lojas funcionaram como pontos de arrecadação para as campanhas que realizamos por todo o país. Por meio delas, potencializamos a doação de alimentos e/ou itens essenciais para estas pessoas. Esta ação é realizada por meio de Instituições sociais selecionadas, que prestam assistência social e atendimento à população em cada região.



Diante dos impactos causados pela pandemia da covid-19, o Instituto expandiu as campanhas de arrecadação e aumentou o apoio às instituições sociais, que apresentavam grande demanda no atendimento às famílias. Mesmo após o período mais crítico da pandemia, o Instituto Assaí manteve o compromisso de apoiar as pessoas em situação de vulnerabilidade social por meio da doação de alimentos e/ou parcerias com instituições sociais.

## FRENTE SEGURANÇA ALIMENTAR: DOAÇÕES



**Evaldo Almeida**  
Diretor Executivo do MEAP

“ Os desafios para um trabalho efetivo junto às comunidades tradicionais ribeirinhas e de pescadores artesanais do Brasil, que precisa acontecer desde o socorro emergencial e apoio à subsistência, até iniciativas de geração de renda familiar e sustentabilidade, só é possível ser alcançado com a força e o comprometimento de parceiros como o Instituto Assaí que, junto à MEAP, tem contribuído com a doação de alimentos às famílias que vivem em locais remotos na costa brasileira e rios da Amazônia.



- **Cozinhas Comunitárias:** definição de modelo de atuação.
- **Cartão Cesta Básica:** transferência de renda: definições do projeto, articulação de parcerias para distribuição de cartões cesta básica.
- O **Programa Destino Certo** foi criado para reunir todas as ações do Assaí em torno da redução do desperdício por meio da doação de alimentos (frutas, legumes e verduras) que não apresentam as características comerciais desejáveis. As doações são realizadas mediante a prospecção e avaliação criteriosa de instituições especializadas em apoio e acolhimento de pessoas em situação de vulnerabilidade.

Em 2022, a iniciativa passou por um amplo processo de expansão e fortalecimento da comunicação (interna e externa). Com isso, aumentamos de 101 lojas doadoras (dado anual) para 182 no mesmo período de 2022.

Por meio deste Programa, o Assaí doou 1,7 mil toneladas de FLVs (frutas, legumes e verduras) perecíveis, que estão impróprios para venda, mas adequados para consumo (incremento de 44%).

Com isso, os desvios de aterros sanitários permitiram reduções de emissões gases, como metano, em cerca de 31.490 toneladas de CO2e.

Destino Certo  
**1,7 mil**  
TONELADAS DE FLVs DOADAS



**Alcione Pereira**  
Fundadora e CEO da Connecting Food

*“O Programa Destino Certo é uma iniciativa conectada às grandes causas humanitárias e climáticas da atualidade, uma prova da prática das diretrizes estratégicas de ESG. Ao fomentar a doação de alimentos em todas as suas lojas, o Assaí Atacadista promove a redução do desperdício de alimentos e seus impactos ambientais, contribui para minimizar os impactos da fome das populações vulneráveis e serve de exemplo sobre como as práticas corporativas podem alavancar o desenvolvimento sustentável da sociedade.”*

DESTINO CERTO

■ Para fortalecer e ampliar as ações de combate à fome, em julho o Instituto Assaí aderiu ao **Pacto 15 por 15**, ação articulada pela instituição Ação da Cidadania com o propósito de levar alimento para as 33 milhões de pessoas que passam fome no país atualmente. O Assaí foi pioneiro no setor ao anunciar sua adesão. Nos comprometemos com o atendimento de 15 novas organizações da sociedade civil por mês, de agosto até dezembro/22, com a doação de frutas, legumes e verduras excedentes da operação.

■ Os clientes do Assaí participaram da **campanha “Alimento a gente compartilha”**, para a doação de alimentos não perecíveis – com pontos de arrecadação em todas as nossas lojas. Em 2022, foram entregues para instituições locais no entorno das lojas Assaí mais de 47 toneladas de produtos.

A mobilização durante a época do Natal acontece anualmente, e passou a integrar as iniciativas do Instituto Assaí na frente de Segurança Alimentar. É uma campanha nacional de arrecadação de itens da cesta básica em todas as lojas do Assaí, realizada em parceria com mais de 70 organizações sociais cadastradas, que distribuem os itens arrecadados para milhares de pessoas assistidas pelos seus projetos. A Campanha **“Alimento a Gente Compartilha”**, que aconteceu no mês do dezembro, contou com o apoio dos voluntários – clientes, colaboradores(as) e fornecedores(as) das lojas Assaí. Contribuiu para mobilizar 378 toneladas de alimentos, levando mais prosperidade para as famílias beneficiadas. Doamos mais 15% sobre o total arrecadado durante a campanha.





## FRENTE Esporte

Fortalecimento de pequenas instituições para promoção de atividades esportivas.

### JORNADA EM 2022 – INICIATIVAS, PARCERIAS E ENGAJAMENTO

- Planejamento e mapeamento de organizações para apoio e parcerias.
- Desde 2019, patrocinamos eventos esportivos com propósito social, como a Taça das Favelas de São Paulo. O patrocínio sinaliza nossa crença na potência das favelas, e no esporte como importante ferramenta para a promoção da cidadania. Fomos além das ativações de marca: por meio do Instituto Assaí, promovemos ações de desenvolvimento de empreendedores(as) que atuam nas favelas participantes do torneio, fornecendo capacitações *online* promovidas pela Academia Assaí.

### Direcionamentos 2023-25

Criar programa de apoio e fortalecimento de instituições sociais que atuam na promoção de atividades físicas e esportivas em nossas comunidades.

Nossa meta até 2025: atuar em 15 comunidades nas regiões Norte e Nordeste do país, promovendo atividades perenes e contribuindo com atividades-meio destas instituições.

Até 2025, a expectativa é que cinco instituições apoiadas estejam estruturadas com algum nível de autonomia, mobilizando novos recursos e com maior engajamento e retenção do público

Em 10 anos, o campeonato reuniu mais de  
**5 mil favelas**  
em todo o país, mobilizando  
**mais de 800 mil jovens.**



Nosso objetivo é capacitar, informar, orientar e contribuir com o desenvolvimento de habilidades e competências desses(as) empreendedores(as). Além disso, os(as) empreendedores(as) que concluíram a formação, receberam um apoio financeiro de R\$ 300 em vale-compras Assaí para investirem em seus negócios.

Como apoio aos(as) jogadores(as) do Campeonato de São Paulo, os quatro times finalistas (masculino e feminino) receberam uma premiação de R\$ 7 mil cada em cartões cestas básicas de R\$ 200 para os integrantes dos times utilizarem em nossas lojas.

Também doamos uma tonelada de alimentos para as comunidades dos(as) jogadores(as) dos times que disputaram a partida final.

■ Fomos o Atacadista Oficial da Taça das Favelas do Estado de São Paulo. A competição é realizada pela Central Única das Favelas (CUFA) e é o maior campeonato de futebol entre favelas do mundo.

■ Também fomos patrocinadores da **Taça das Favelas Nacional**.

■ Em conjunto ao patrocínio de *marketing* esportivo no **Campeonato Brasileiro**, realizamos em abril/22 uma ação de cunho social com os times e jogadores(as). Um(a) jogador(a) destaque a cada mês no Campeonato é escolhido por um grupo de especialistas (jornalistas e treinadores). Esse indica uma instituição social do seu estado de origem para receber uma tonelada de alimento doada pelo Instituto Assaí. Até o fim do ano foram contempladas nove instituições sociais, com a distribuição de nove toneladas de alimentos para as famílias atendidas.



## Demais iniciativas realizadas em 2022

Também **apoiamos instituições sociais que atuam na promoção da saúde**, contribuindo com a manutenção das atividades realizadas pelas organizações. O investimento é realizado com o valor do lucro da venda de sacolas plásticas em nossas lojas. Desde 2007, quando iniciamos esse projeto, o valor ultrapassa R\$ 38 milhões.

A Campanha do Agasalho (paralisada por dois anos por conta da pandemia por covid-19) foi retomada em 2022. Contou com a participação de mais de 215 lojas Assaí como pontos de arrecadação para os(as) colaboradores(as), clientes e parceiros(as), que somaram 23 toneladas de roupas, agasalhos e cobertores, entregues para instituições sociais parceiras e para a população em situação de rua.

38 organizações sociais apoiadas em 2022 em todo o país. Entre elas: AACD, GRENDAAC, Casa Hope, APAEs.



## Desenvolvimento Sustentável

Em linha com nosso propósito de tornar as cadeias de fornecimento mais responsáveis e sustentáveis, no Assaí trabalhamos constantemente para que a relação com os nossos(as) fornecedores(as) – diretos(as) e indiretos(as) de produtos e serviços, dos mais variados tamanhos – seja pautada por condutas éticas e alinhada às melhores práticas sociais, ambientais e econômicas. Estamos comprometidos em oferecer produtos que contribuam para uma oferta e consumo mais conscientes, buscamos potencializar os impactos positivos e mitigar eventuais riscos socioambientais nas etapas de extração de matérias-primas e de produção, até que esse produto chegue a nossas lojas.

### Gestão de risco de cadeias críticas

Em 2021, atualizamos o estudo de cadeias críticas, que teve como objetivo elaborar uma matriz de risco socioambiental da cadeia de valor, relacionando cadeias críticas e os principais riscos (como condições de trabalho, bem-estar animal, desmatamento e biodiversidade), onde contemplamos 14 cadeias adicionais em comparação

ao primeiro estudo realizado em 2018, totalizando 28 cadeias mais críticas nas etapas de cultivo, produção ou transformação dos produtos que vendemos em nossas lojas. Ao final, foram priorizadas 13 cadeias/ categorias de produtos.

Em 2022, trabalhamos no desdobramento dessa matriz a partir da construção de estratégias e planos de ação para cada uma das cadeias críticas identificadas e priorizadas, sempre em conjunto com nossos times internos, especialistas e fornecedores(as). A partir das ações, buscamos processos mais robustos de desenvolvimento, homologação, rastreabilidade e monitoramento. Incorporamos em nossa gestão o acompanhamento de indicadores e estabelecimento de metas, também trabalhando em treinamentos e conscientização para maior engajamento dos times internos e externos. Todas essas ações e iniciativas são acompanhadas por grupos internos, especialistas e pelo Comitê de Sustentabilidade do Assaí.

### CADEIAS PRIORITÁRIAS

- AÇÚCAR
- BANANA
- CACAU
- CAFÉ
- CARNE BOVINA
- CARNE SUÍNA
- FRANGO DE CORTE
- LEITE
- MILHO
- OVOS
- PALMA
- PESCADO
- SOJA
- TÊXTIL

### RISCOS CRÍTICOS PRIORITÁRIOS

- BEM-ESTAR ANIMAL
- COMBATE AO DESMATAMENTO
- CONDIÇÕES DE TRABALHO
- USO SUSTENTÁVEL DA BIODIVERSIDADE (EXTINÇÃO DE ESPÉCIES E USO DO SOLO)

Em 2022, também iniciamos a realização do diagnóstico do nosso relacionamento com pequenos(as) fornecedores(as) e locais, com o objetivo de identificar os principais desafios enfrentados para a construção de relações comerciais com o Assaí e mapear oportunidades de melhoria em nossas práticas e processos.

Para isso, convidamos fornecedores(as) estratégicos(as) para estabelecer novas estratégias e diretrizes em parceria com nossos times, impulsionando esse relacionamento. A conclusão do diagnóstico está prevista para o primeiro trimestre de 2023, quando construiremos planos de ações e definiremos estratégias para que possamos colaborar com o desenvolvimento dos(as) fornecedores(as), à medida que contribuirmos para a diminuição dos riscos socioambientais associados.

Todas as nossas iniciativas e compromissos reforçam o relacionamento transparente com os(as) nossos(as) clientes e parceiros(as), baseado em sólidos princípios e em conformidade com as práticas mais avançadas adotadas mundialmente. Buscamos revisar e aprimorar nossas políticas e compromissos, e integrar associações e coalizões comprometidas com o desenvolvimento socioambiental que potencializam nossos objetivos.



## GESTÃO DE FORNECEDORES(AS)

### |GRI 308-1, 414-1|

Nosso relacionamento com os(as) fornecedores(as) e com a cadeia é guiado por diretrizes que garantem a promoção dos direitos humanos, saúde e segurança do trabalho, segurança alimentar, práticas anticorrupção, proteção da biodiversidade e meio ambiente. São temas que constam em documentos que orientam nossos compromissos, como a Carta de Ética para Fornecedores, Código de Ética Assaí, Política de Diversidade e Direitos Humanos, Política de Gestão Ambiental Política Socioambiental de Compras de Carne Bovina, entre outras.

Saiba mais sobre  
nosso conjunto de  
políticas e documentos  
de *compliance* no  
link abaixo



### Carta Ética para Fornecedores(as)

Todos(as) os(as) fornecedores(as) do Assaí devem aderir aos compromissos assumidos na Carta de Ética para Fornecedores(as), a fim de estabelecer um ambiente de negócios favorável ao desenvolvimento de padrões éticos e socialmente responsáveis dentro da cadeia de suprimentos do Assaí, suas subsidiárias e seus subcontratados. Além disso, todos(as) os(as) fornecedores(as) devem cumprir as legislações vigentes, princípios, regulamentações e normas específicas.

Em 2022, atualizamos nossa Carta de Ética para Fornecedores com a inclusão de conteúdos como repúdio e enfrentamento a qualquer tipo de exploração sexual de crianças e adolescentes, respeito à Declaração das Nações Unidas sobre os Direitos dos Povos Indígenas e Comunidades Tradicionais, combate às mudanças climáticas com engajamento da cadeia de valor para o tema (com alinhamento à Science Based Targets Initiative (SBTi), ou Metas Baseadas na Ciência, em português) e compromisso de Proteção de Florestas e Vegetações Nativas, em linha com a **Carta de Ética do Grupo Casino**.



### Elevate consultoria Beat Grüninger, Diretor Sênior, ELEVATE

“ A cadeia de fornecimento é um dos maiores desafios e, ao mesmo tempo, um dos mais importantes vetores para implementação de práticas sustentáveis. Junto com a equipe comercial e de sustentabilidade do Assaí, nós tivemos a oportunidade de construir uma parceria para construir um programa de compras responsáveis, avaliando os principais riscos dessa cadeia e engajando o time comercial, por meio de treinamentos e sensibilização. Temos certeza que o programa terá grandes impactos na criação de valor para os(as) fornecedores(as), além de assegurar ao(à) consumidor(a) que os produtos ofertados pelo Assaí estão em conformidade com todas exigências e normas sociais e ambientais para monitorar a sua cadeia.



CADEIAS

## PILARES DE ATUAÇÃO

Nosso compromisso é promover a proteção e o respeito ao meio ambiente e à biodiversidade, respeito às pessoas e a garantia da promoção aos direitos humanos em toda cadeia de valor.

## COMBATE AO DESMATAMENTO

### |GRI 414-2|

A preservação das florestas é crucial para a regulação climática do planeta, para a garantia no fornecimento de água e como importante reservatório de carbono. O desmatamento e a conversão de áreas florestais aumentam a emissão de gases de efeitos de estufa, provocam eventos climáticos extremos e colocam em risco a biodiversidade e a sobrevivência de povos tradicionais e indígenas.

O Assaí tem como compromissos combater o desmatamento e a conversão de vegetação nativa nas suas cadeias de abastecimento, promover a proteção dos biomas nativos e do patrimônio cultural brasileiro, e impulsionar o respeito à Declaração Internacional dos Direitos

Humanos e dos direitos e do modo de vida dos povos indígenas, comunidades tradicionais e trabalhadores(as).

Como estratégia do nosso compromisso para proteger florestas e vegetações nativas, incluímos nossos compromissos na Política de Gestão Ambiental e Carta de Ética para Fornecedores(as). Todos os nossos projetos, ações e programas ambientais seguem as melhores práticas de mercado, políticas ambientais vigentes e todos os critérios estabelecidos pelas legislações e acordos internacionais aos quais o Brasil aderiu. Também temos atuado em conjunto com fornecedores(as), governos, instituições fiscalizadoras e organizações da sociedade civil na implementação e evolução das melhores práticas socioambientais para essas cadeias.

Identificamos como um dos temas prioritários para a gestão da sustentabilidade do nosso negócio o desenvolvimento das cadeias de fornecimento de carne bovina e óleo de palma, pela representatividade que essas têm sobre os produtos que comercializamos. Há mais de dez anos, o Assaí vem evoluindo continuamente no desenvolvimento de políticas e processos de homologação e monitoramento de seus(uas) fornecedores(as), estabelecendo planos de ações e compromissos de curto, médio e longo prazos para garantir a diminuição dos impactos negativos dessas cadeias.

## PECUÁRIA BOVINA

### |GRI 414-2|

O risco de desmatamento vem sendo discutido amplamente por diversos atores envolvidos na cadeia de carne bovina e tem exigido ações de monitoramento e rastreabilidade cada vez mais rigorosas. Nesse cenário de crescente preocupação, nosso principal objetivo é garantir a construção de uma cadeia livre de desmatamento, por meio de políticas internas para abastecimento, processos estruturados e engajamento de todos os elos.

A categoria de carne bovina é relevante na nossa cadeia de valor. As lojas do Assaí comercializam carnes provenientes de fornecedores(as) de marcas nacionais, não havendo para a categoria qualquer marca própria da Companhia – 100% dos produtos de carne bovina oferecidos são de marcas de processadores e frigoríficos. No entanto, o Assaí representa uma pequena parte do mercado global de carne bovina brasileira.

Desde 2016, temos uma Política Socioambiental de Compras de Carne Bovina que estabelece um processo específico para a homologação de novos(as) fornecedores(as) e garante o monitoramento da cadeia, além do cumprimento dos critérios nela. Todos os frigoríficos e processadores devem ser homologados e estar de acordo com os compromissos socioambientais do Grupo,

com envio de evidências que comprovem seu alinhamento e aderência.

A Política visa garantir a transparência da cadeia produtiva e de fornecimento, abrangendo detalhes de percurso e origem do abate até a fazenda direta, para garantir que o gado não seja oriundo de áreas que possuem irregularidades socioambientais.

Desde 2020, para que possam estabelecer relações comerciais com o Assaí, todos os frigoríficos são obrigados a adotar os critérios do Protocolo Boi na Linha e demonstrar que estão em acordo com as legislações vigentes. Exigimos que todos estejam comprometidos que o processo de sua cadeia é:

- Livre de desmatamento e conversão de vegetação nativa
- Livre de condições análogas a trabalho escravo/infantil
- Livre de embargos ambientais por desmatamento
- Livre de invasões de terras indígenas e territórios quilombolas
- Livre de invasões em áreas de conservação ambiental
- Com registro no Cadastro Ambiental Rural (CAR) e licença ambiental, quando aplicável



**Nossa Política Socioambiental de Compras de Carne Bovina pode ser consultada aqui.**





## Protocolo do Cerrado

Para manter nossa Política atualizada e alinhada com os processos técnicos, assim como atender às demandas de mercado e de conformidade com legislações e protocolos vigentes, em 2022 realizamos a atualização da Política Socioambiental de Compras de Carne Bovina, considerando o novo Protocolo Voluntário de Monitoramento de Fornecedores(as) de Gado do Cerrado, liderado pelas organizações Proforest e Imaflora.

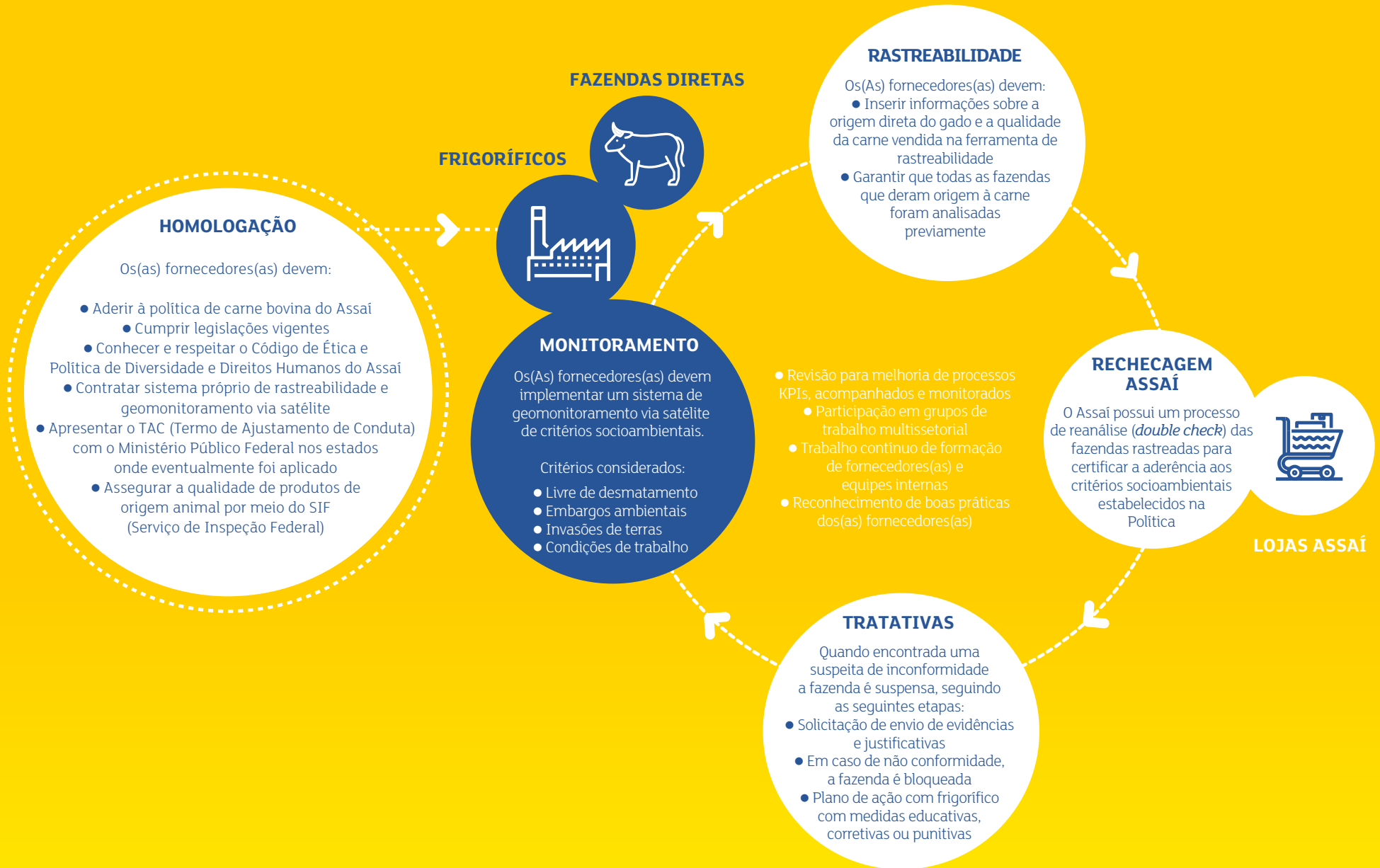
Baseados nesse Protocolo Voluntário de Monitoramento, realizamos um projeto-piloto com os(as) fornecedores(as) de carne bovina que possuem relação com o bioma Cerrado para testar os critérios de monitoramento definidos no Protocolo Voluntário. Como resultado, foi possível avaliar o impacto das fazendas diretas localizadas nesse bioma e identificar a representatividade das inconformidades referentes ao desmatamento e oportunidades de justificativas para evitar o bloqueio futuro após implementação formal do Protocolo Voluntário, prevista para 2023. Realizamos agendas de sensibilização com todos os frigoríficos fornecedores, com a participação da Proforest e Imaflora, e acompanhamentos periódicos para direcionamentos acerca das análises a serem efetuadas pelas empresas de geomonitoramento e definição das regras de monitoramento.



**Isabella Freire**  
co-diretora Proforest América Latina

“ O Assaí faz uma importante contribuição ao setor da pecuária ao participar do desenvolvimento do Protocolo de Monitoramento Voluntário de Fornecedores de Gado no Cerrado, e em apresentar os resultados da implantação piloto dos critérios em sua cadeia de fornecedores(as). Esse foi um passo essencial em 2022, para garantir que os critérios sejam operacionalizáveis pelas empresas que venham a adotar este protocolo no monitoramento dos(as) fornecedores(as) e ponderar o possível impacto no bloqueio dos que tenham eventuais irregularidades. A constante transparência das empresas é fundamental e ações nesse sentido devem ser ampliadas e servir de inspiração para as demais empresas do setor.

”

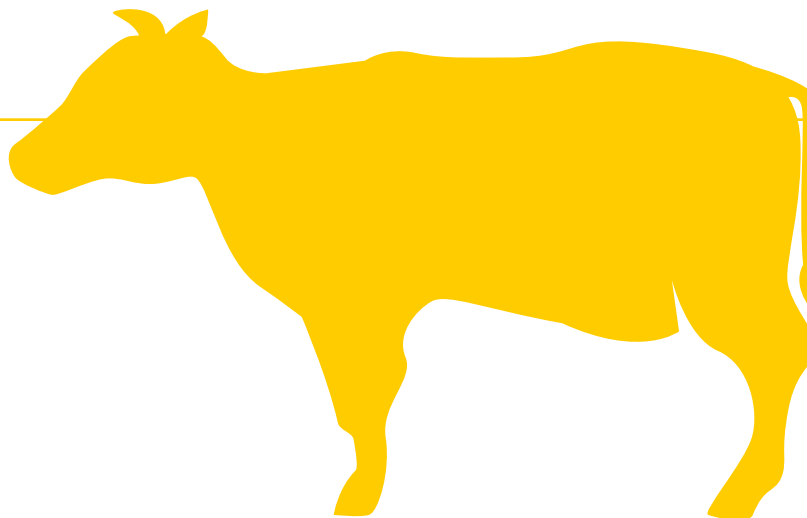


## ETAPAS DA POLÍTICA SOCIOAMBIENTAL DE COMPRAS DE CARNE BOVINA

**Homologação** – A homologação é a primeira etapa do processo, em que são estabelecidos critérios mínimos para que o(a) fornecedor(a) esteja apto(a) a iniciar a comercialização de produtos com o Assaí. Além de contar com uma etapa de sensibilização e conscientização do(a) fornecedor(a) em relação aos nossos compromissos socioambientais, são necessárias as evidências que comprovem o alinhamento, comprometimento e a aderência do(a) potencial fornecedor(a) aos compromissos do Assaí.

Essa etapa é válida para todos os produtos de carne bovina de origem brasileira, *in natura* ou processada, resfriada ou congelada, revendidos por nós. Durante o processo de homologação, os(as) fornecedores(as) devem:

- 1.** Confirmar conhecimento e concordância com a nossa Política Socioambiental de Compras de Carne Bovina e Carta de Ética para Fornecedores(as), por meio de assinatura e compromisso com seu cumprimento.
- 2.** Ser usuário(a) do Protocolo Boi na Linha e garantir que as fazendas diretas estejam cumprindo os critérios requeridos no seu processo de compras de gado.
- 3.** Comprovar ter ou contratar sistema exclusivo de rastreabilidade e de geomonitoramento via satélite e se comprometer a realizar análises socioambientais das fazendas com as quais tem interesse em estabelecer a compra dos animais para abate (realizada anteriormente à aquisição dos animais).
- 4.** Cumprir as legislações e regulamentações vigentes, conhecer os valores e respeitar os princípios éticos estabelecidos no Código de Ética Assaí.
- 5.** Comprometer-se a apresentar as informações de origem de todas as fazendas, por lote enviado ao Assaí, por meio do nosso sistema de rastreabilidade.
- 6.** Dar ciência e concordância de que todas as fazendas serão reanalisadas pelo Assaí. Em caso de suspeita de irregularidade, os frigoríficos precisam evidenciar o falso positivo ou bloquear as fazendas.
- 7.** Apresentar o Termo de Ajustamento de Conduta (TAC) com o Ministério Público Federal nos estados onde são aplicáveis.
- 8.** Assegurar a qualidade de produtos de origem animal por meio do Serviço de Inspeção Federal (SIF).



O objetivo dessa etapa é garantir que o(a) fornecedor(a) esteja ciente e comprometido(a) com a aderência aos requerimentos do Assaí, assim como com o cumprimento dos critérios socioambientais estabelecidos, além de com o próprio atendimento ao Código Florestal, às legislações vigentes aplicáveis e aos padrões de qualidade dos produtos.

Fornecedores(as) que não estejam de acordo com a Política Socioambiental de Compras de Carne Bovina e/ou descumpram esses critérios em qualquer momento da relação comercial estão sujeitos(as) a medidas de consequência, incluindo o bloqueio e a não comercialização com o Assaí até a readequação.

**Monitoramento da compra de boi pelo frigorífico** – Os(as) fornecedores(as) de carne com abatedouro que fornecem ao Assaí, devem ter um sistema próprio de geomonitoramento via satélite, que permite a verificação dos riscos socioambientais a partir da localização das fazendas e com o cruzamento de dados públicos.

Todos(as) os(as) fornecedores(as) que possuem atividade de abate devem utilizar essa ferramenta de geomonitoramento, independentemente da localização geográfica de sua(s) unidades(s). Devem também verificar se todos os lotes de gado comprados estão em aderência aos critérios da Política do Assaí. A escolha da ferramenta utilizada é do(a) fornecedor(a), mas deve

garantir que o sistema aplique os mesmos critérios descritos na Política.

Atualmente, 100% dos(as) nossos(as) fornecedores(as) diretos(as) de carne bovina possuem sistema de geomonitoramento socioambiental e transmitem informações de rastreabilidade para o Assaí.

#### **Rastreabilidade e transparência das informações de compra dos(as) fornecedores(as)**

**fornecedores(as)** – A cada lote de compra do Assaí, os(as) fornecedores(as) devem inserir na ferramenta de rastreabilidade as informações sobre a origem direta do gado (dados da fazenda de origem, números dos lotes, Guias de Transporte Animal – GTA, SIF do frigorífico do abate e informações socioambientais das fazendas diretas) e de segurança e qualidade alimentar (padrão de corte, integridade da embalagem, rotulagem e data de produção) a cada lote de compra.

#### **Rechecagem da Análise socioambiental**

**– Geomonitoramento Assaí** – Para avaliar a aderência e a acuracidade do processo de monitoramento realizado pelos(as) fornecedores(as) frigoríficos, o Assaí reanalisa os lotes de compra das fazendas diretas, verificando se estão em conformidade com os critérios estabelecidos com a Política. Esse processo de rechecagem (*double check*) verifica os mesmos critérios, sob a ótica do protocolo utilizado para todos os frigoríficos. Quando há suspeitas de não conformidade, a fazenda é suspensa e é solicitado ao(à)

fornecedor(a) o envio de evidência de falso positivo, para que as justificativas sejam avaliadas pelo Assaí. Em caso de confirmação da não conformidade, a fazenda é bloqueada e é feito um plano de ação com o frigorífico com medidas educativas, corretivas e/ou punitivas.

**Tratativas** – Todos os frigoríficos e processadores(as) devem atender integralmente à Política Socioambiental de Compras de Carne Bovina para se manterem como fornecedores(as) do Assaí. Aqueles(as) que se negarem a cumprir os requisitos de implementação e/ou de monitoramento são passíveis de medidas de consequência, estando sujeitos(as) inclusive ao bloqueio e não fornecimento a nenhuma unidade de negócio da Companhia até a adequação.

Paralelamente a esse processo, realizamos periodicamente reuniões individuais com fornecedores(as) para acompanhar e apoiar o avanço de suas práticas, e damos suporte nas reuniões comerciais internas para fortalecer a formação e disseminar os requisitos da nossa Política, a fim de incentivar uma pecuária mais sustentável. A partir desses resultados, definimos os planos de ações de melhoria contínua que envolvem a realização de trabalhos com fornecedores(as). A instância máxima de governança e monitoramento da Política Socioambiental de Compras de Carne Bovina é o Comitê de Sustentabilidade e Governança, órgão que assessoria o Conselho de Administração.

Desde 2017, 30 fornecedores(as) nacionais apresentaram não conformidades e foram bloqueados(as); desses, 5 atenderam aos planos de adequação e 25 continuam bloqueados(as) (status de 31 de dezembro de 2022).



Os(As) fornecedores(as) de carne com abatedouro que fornecem ao Assaí, devem, desde 2017, ter um sistema próprio de geomonitoramento via satélite

## CADEIA DA SOJA

**|GRI 308-2, 414-2|**

A soja destaca o Brasil como um dos principais produtores e exportadores mundiais do cultivo. A expansão desta cultura, que ocupa a maior parte da área destinada à agricultura no país, está associada a alguns impactos sociais e ambientais negativos, incluindo grilagem, poluição da água e do solo, e aos índices de desmatamento e conversão de vegetação nativa, por isso é

um tema crítico identificado em nossas cadeias, associada principalmente como ingrediente de ração no processo de produção animal.

Em 2022, demos início a um projeto de diagnóstico da cadeia de fornecimento de soja para fornecedores(as) de Marcas Exclusivas. O projeto foi conduzido por uma ONG e pela *Rever Consulting* com objetivo de identificar as melhores práticas e oportunidades de melhorias na gestão da cadeia de fornecimento de soja com foco no combate ao desmatamento.

## CADEIA DA PALMA

**|GRI 308-2, 414-2|**

O óleo de palma é o óleo vegetal mais utilizado em todo o mundo e está presente em diversos produtos – alimentícios e não alimentícios.

Para garantir que nossos produtos de Marcas Exclusivas com derivados de óleo de palma atendam aos critérios de produção sustentável, os quais visam mitigar potenciais riscos de desmatamento e de condições de trabalho não adequadas, assumimos o

compromisso de identificar 100% da origem do óleo de palma utilizado na produção de em nossos produtos.

Finalizamos o ano de 2022 com o cumprimento do nosso compromisso de 100% do óleo de palma com origem identificada e certificada de acordo com a *Roundtable on Sustainable Palm Oil* (RSPO) utilizado em nossos produtos de Marcas Exclusivas.



## COLABORAÇÃO

Em 2022, mantivemos participação ativa nos grupos de trabalho que buscam soluções e envolvem os elos da cadeia de bovinos, nos quais dialogamos sobre soluções para a rastreabilidade bovina e combate ao desmatamento em conjunto com sociedade civil, setor público e indústrias. Como associados, reforçamos uma de nossas prioridades, que é a articulação dentro da cadeia de carnes, em busca de melhoria contínua da atividade e adoção de boas práticas junto aos(às) produtores(as) e fornecedores(as). Apoiamos e colaboramos com as diferentes iniciativas em rede:

- Boi Na Linha/Imaflora;
- Coalizão Brasil Clima;
- Coalizão Floresta Positiva do *Consumer Goods Forum*;
- Colaboração para Florestas e Agricultura (CFA);
- Grupo de Trabalho dos Fornecedores Indiretos (GTFI);
- Grupo de Trabalho da Pecuária Sustentável (GTPS);
- *World Wildlife Fund* (WWF-Brasil) – Plataforma para fornecedores(as) de carne livres de desmatamento em suas cadeias de suprimento.

## COALIZÃO FLORESTA POSITIVA

Pela complexidade da cadeia produtiva da carne bovina e a quantidade de atores envolvidos, o Grupo Casino e o Assaí acreditam que soluções colaborativas são necessárias para uma atuação mais efetiva. Assim, o Grupo Casino colidera o Grupo de Trabalho da Carne Bovina criado pela Coalizão Floresta Positiva do *Consumer Goods Forum* (CGF).

O Grupo visa mobilizar todos os atores que compram carne bovina do Brasil para fortalecer e aprimorar coletivamente as ferramentas e ações de monitoramento dessa cadeia produtiva no país. Facilitado pela instituição Proforest, tem como objetivo definir um *framework* de premissas comuns a serem aplicadas pelos membros em seus(suas) fornecedores(as) de carne do Brasil.

Em 2021, o Casino participou e co-organizou mais de dez reuniões do grupo de trabalho. Conforme divulgado pela Coalizão Floresta Positiva, esse grupo avaliou as melhores práticas de 20 frigoríficos brasileiros que, juntos, operam e abastecem mais de cem abatedouros nos biomas da Amazônia e Cerrado. No início de 2022, foram publicadas as diretrizes para os fornecedores de carne, para garantir que as fazendas com as quais trabalham não estejam vinculadas com desmatamento no Brasil.

## RESULTADOS

- 22 fornecedores(as) ativos(as) em 31/dez/2022.
- 100% de rastreabilidade de informação sobre origem da fazenda direta.
- 20.650 fazendas foram reanalisadas (*double-check*) de acordo com os critérios socioambientais do Assaí (Sistema de Geomonitoramento).
- 30 fornecedores(as) nacionais de carne apresentaram não conformidades e foram bloqueados(as) (de 2017 até 31/dez/2022).
- 100% dos(as) fornecedores(as) diretos(as) de carne bovina em conformidade com a Política Socioambiental de Compras de Carne Bovina do Assaí.
- 5 fornecedores(as) bloqueados(as) apresentaram planos de ação, e retornaram a fornecer ao Assaí (de 2017 até 31/dez/2022).
- 100% dos frigoríficos com sistema exclusivo de geomonitoramento e rastreabilidade.
- 25 fornecedores(as) permanecem bloqueados(as) (de 2017 até 31/dez/2022).

## COMPROMISSOS PÚBLICOS

100% dos(as) nossos(as) fornecedores(as) aderentes com a Política Socioambiental de Compras de Carne Bovina.

Atingir 100% do volume de carne adquirida proveniente de fornecedores(as) com sistema de geomonitoramento.

# Direitos Humanos: condições dignas de trabalho

|GRI 408-1, 409-1|

Para nós, o respeito aos direitos humanos à diversidade e à inclusão são temas estratégicos e parte central da valorização da Nossa Gente. Temos como objetivo criar uma cultura inclusiva, de valorização da diversidade e dos direitos humanos de modo a criar um ambiente de respeito e bem-estar para nossos(as) colaboradores(as), clientes, fornecedores(as) e para as comunidades impactadas pelos nossos negócios e atividades. Por essa razão, cumprir com essas diretrizes é, além de obrigatório, condição para o fornecimento de produtos ao Assaí e a manutenção de relações a longo prazo.

Nossa **Política de Diversidade e Direitos Humanos**, publicada em 2021, considera o cumprimento de parâmetros de direitos humanos nas relações de trabalho – tanto em nossas unidades quanto em nossa cadeia de valor. Reafirmamos nossa defesa de relações de trabalho pautadas no respeito à legislação e a convenções internacionais que preveem a proibição do trabalho infantil, proteção dos direitos das crianças e dos adolescentes, proibição de trabalho forçado ou análogo ao escravo. Questões relacionadas a medidas disciplinares em casos de assédio e abuso, liberdade de associação sindical, negociação coletiva, respeito às horas trabalhadas, aos salários e

benefícios, saúde e segurança no trabalho também fazem parte desse documento.

Todos os nossos compromissos com os direitos humanos são baseados em documentos internacionais consagrados como a Declaração Universal dos Direitos Humanos, as Convenções da Organização Internacional do Trabalho (OIT), os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e Convenção Internacional sobre Direitos da Criança, do Pacto Global, além de normas e documentos de abrangência nacional e internacional.

Nosso compromisso com a diversidade e inclusão não admite formas de discriminação por idade, gênero, orientação sexual, identidade de gênero, expressão de gênero, raça, cor, deficiência, religião, estado civil, nacionalidade ou outros marcadores de identidade.

Como forma de avaliar a conformidade social de nossos(as) fornecedores(as), realizamos auditorias presenciais em fábricas localizadas em regiões de maior risco e vulnerabilidade de práticas trabalhistas, incluindo todos os produtos de nossas Marcas Exclusivas. As auditorias são realizadas por empresas terceiras (auditoras especializadas).



## **Initiative for Compliance and Sustainability (ICS)**

Demos continuidade em 2022 na realização de auditorias sociais de condições de trabalho em nossos(as) fornecedores(as) de Marcas Exclusivas e internacionais de países críticos, segundo protocolo da **Initiative for Compliance and Sustainability (ICS)**, a qual somos associados.

A metodologia prevê visitas às fábricas e análises de documentos, além da

realização de entrevistas anônimas com colaboradores(as) com a abordagem dos seguintes temas: trabalho forçado; tráfico de pessoas e trabalhadores(as) imigrantes; trabalho infantil; liberdade de associação; direito à negociação coletiva; discriminação; saúde e segurança do trabalho; abuso e assédio; remuneração e benefícios; horas trabalhadas e extras.

Cada auditoria ICS emite um relatório com os pontos obtidos pelo(a) fornecedor(a) na

avaliação. Essa pontuação determina se o(a) fornecedor(a) está apto(a) a estabelecer a relação comercial com o Grupo.

Foram realizadas 25 auditorias nas fábricas dos(as) nossos(as) fornecedores(as) de Marcas Exclusivas nacionais, sendo 20 auditorias de homologação e cinco de manutenção. Encerramos o ano com 96,2% dos(as) fornecedores(as) de Marcas Exclusivas com auditorias ICS válidas.

Em fornecedores(as) internacionais, ocorreram cinco auditorias no período, fechando o indicador em 100% de auditorias em fornecedores internacionais em países

com vulnerabilidade social, alcançando os 100% estabelecidos como compromisso.

Em 2023, iniciaremos o processo de auditoria ICS em fornecedores(as) produtores de frutas, legumes e verduras. O objetivo é garantirmos que as boas práticas trabalhistas, o cumprimento legal e o respeito aos direitos humanos, sejam garantidos a todos(as) os(as) fornecedores(as) e trabalhadores(as) com atividades no campo, reforçando nossos compromissos estabelecidos em nossa Política de Diversidade e Direitos Humanos, Código de Ética Assaí e Carta de Ética para Fornecedores(as).

## FLUXO DA AUDITORIA ICS

### O PROCESSO DE AUDITORIA SEGUE AS SEGUINTE ETAPAS:

- Análise da documentação do(a) fornecedor(a)
- Cadastro do(a) fornecedor(a) na ICS e a verificação de auditorias anteriores
- A auditoria é realizada de forma semianunciada, numa janela de auditoria predeterminada
- Análise dos resultados pelo Assaí e, caso necessário, sugerimos plano de ação
- Liberação dos resultados de auditoria, plano de ação e permissão ou não do fornecimento

### Desta forma, o(a) fornecedor(a) pode ter:

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



**Wlamir dos Anjos**  
Vice-Presidente Comercial & Logística

“ Uma cadeia produtiva de valor é aquela que envolve colaboradores, fornecedores e consumidores, e estimula as boas práticas em cada elo. Por isso, aqui no Assaí, engajamos as organizações e pessoas envolvidas nesses elos, para desenvolver relações responsáveis e éticas, com foco no Combate ao Desmatamento; na promoção de Condições adequadas de Trabalho, no Uso Sustentável da Biodiversidade e do Bem-estar animal ”





# 9

## CAPITAL NATURAL



Informamos sobre nossa gestão, iniciativas, responsabilidades e compromissos com o meio ambiente, mudanças climáticas, uso de recursos renováveis e não renováveis em prol da preservação do ecossistema de nosso país e do planeta.

## MEIO AMBIENTE

### A preservação do meio ambiente é uma das prioridades do nosso trabalho.

As questões relativas ao crescimento e desenvolvimento sustentável, em especial as que se relacionam aos impactos climáticos, estão incorporadas às nossas estratégias e projetos, reduzindo nossos impactos ambientais na operação e tornando nossas atividades mais responsáveis.

A 27ª Conferência das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas (COP 27) realizada no mês de novembro de 2022, no Egito, mostrou que as ações de países desenvolvidos, somadas aos interesses de uma nova classe de investidores(as), têm elevado a relevância para os temas ambientais. Diante disso, temos ampliado progressivamente nossos escopos de ação para enfrentar o grande desafio imposto pelas mudanças climáticas e alcançarmos as metas estabelecidas no Acordo de Paris.

Procuramos trabalhar conjuntamente com outros setores na busca por melhores práticas e processos, além de atuar

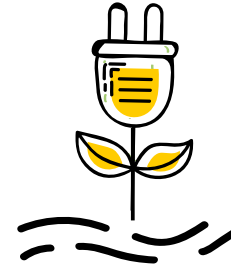
No processo de gestão ambiental, procuramos identificar riscos e oportunidades da transição do clima, promovendo adaptações necessárias em três direcionamentos principais que orientam nossas ações. Eles se desdobram em planos com metas, monitorados e aprimorados constantemente:

**1- a redução das emissões de GEE (Gases de Efeito Estufa)**

**2- a redução do volume gerado e ampliação da valorização de resíduos**

**3- a garantia do uso sustentável dos recursos naturais**

em fóruns, iniciativas e compromissos voluntários e reconhecidos, como ETHOS, CDP, Pacto Global, entre outros. Assinamos o Acordo Ambiental São Paulo junto à Cetesb (Companhia Ambiental do Estado de São Paulo), que prevê a cooperação entre as empresas signatárias quanto às estratégias para o enfrentamento às mudanças climáticas. Nosso conjunto de ações em energias renováveis proporcionou a publicação de um case ambiental no livro “Cases de Sucesso”, lançado durante COP 27.



Trabalhamos pela excelência em relação às obrigações regulatórias e de mercado. Para tanto, adotamos práticas de auditoria em pontos sensíveis da nossa cadeia de fornecimento, assim como avaliamos criticamente todos(as) os(as) nossos(as) fornecedores(as) e parceiros(as), via avaliação de **risco e homologação**.

O nosso ritmo acelerado de expansão também foi acompanhado por um amplo processo de licenciamento ambiental das obras, um esforço tanto para novas lojas orgânicas, quanto as que foram convertidas ao modelo Assaí (lojas que substituem as estruturas de hipermercados). Entre 2021 e 2022, elevamos em 20% os investimentos em consultoria especializada e compensações ambientais, como o plantio de árvores, por exemplo.

Atualmente, as diretorias específicas também têm indicadores da performance do sistema de gestão ambiental, como as taxas de valorização de resíduos por loja, por regional e em nível Brasil.

Pela primeira vez, conquistamos o selo ouro no Registro Público de Emissões do Programa Brasileiro GHG Protocol, conferido apenas para empresas que reportam suas emissões de forma completa e auditada por terceira parte independente. O Selo Ouro é o mais alto nível de reconhecimento às empresas que demonstram o atendimento de todos os critérios de transparência na publicação de seus dados do Inventário de Gases de Efeito Estufa (GEE).

Com a evolução das ações voltadas às metas de redução de emissões, os indicadores passaram a ser monitorados e comunicados mensalmente para as áreas responsáveis, que conduzem os planos de ação estabelecidos. Periodicamente, ministramos cursos e **workshops**, via Universidade Assaí, sobre os principais temas ambientais junto às áreas do corporativo e operacionais. Desse modo, os níveis de engajamento têm se mostrado melhores em 2022.

## Redução das emissões de GEE

### |GRI 305-5|

Nossa gestão ambiental tem como eixo principal o combate às mudanças climáticas, com o estabelecimento de metas voluntárias para a redução de emissões de gases do efeito estufa – que estão atreladas à remuneração variável da média e alta liderança [(CEO, diretores(as) e dos cargos de consultores(as), coordenadores(as) e gerentes de lojas, Centros de Distribuição e matriz)]:



Trata-se de uma iniciativa para promover o engajamento e o comprometimento de todos(as) os(as) colaboradores(as) nos desafios da agenda ESG, que são transversais a todas as áreas. Estamos alinhados aos objetivos globais definidos para 2030 e 2050, conforme as recomendações estabelecidas na COP21 e pelo IPCC (Painel Intergovernamental de Mudanças Climáticas).

O primeiro inventário do Assai, após cisão com o GPA, foi finalizado englobando os três escopos, sendo auditados por terceira parte. Desse modo, conquistamos o selo ouro junto ao Programa Brasileiro do GHG Protocol. Com essa conquista, a Companhia se posiciona publicamente no processo de reporte dos seus dados e no combate às mudanças climáticas.

A principal fonte de emissões de escopo 1 está concentrada na categoria de emissões fugitivas, geradas por meio dos gases refrigerantes utilizados nas operações para refrigeração e climatização. Nesta frente, o foco tem sido a substituição de gases refrigerantes, por serem ofensivos tanto para o processo de aquecimento global (possuem alto GWP - potencial de aquecimento global) como para a depleção da camada de ozônio (sendo alguns desses gases regulados pelo Protocolo de Montreal).

Cerca de 85% das emissões de Escopo 1 são originadas nas emissões fugitivas de gases refrigerantes - emissões de escopo 1 representam 74,5% das emissões de escopo 1 e 2 somadas. Embora as emissões de escopo 3 sejam reportadas no inventário, ainda estão passando por um processo de mapeamento e estudo de materialidade.



Obtivemos avanços regulatórios ligados ao uso de gases refrigerantes. Em 2022, seguimos com projetos em 11 lojas voltados à substituição do gás R-22 por outras tecnologias aplicáveis. Sua substituição gradual é prevista até 2040, quando deverá estar migrada por completo.

Reduzimos o uso de R-22 em 20,3%\* em comparação com 2021 e progressivamente buscamos ações economicamente viáveis, o que envolve a substituição (retrofit) de sistemas de refrigeração antigos por *chillers* que não operam com o R-22, além de operações de “caça-vazamentos”.

Quanto às emissões de escopo 2, temos investido na conversão de todas as nossas operações para o mercado livre de energia, tendo como foco a priorização do consumo de energias renováveis. Em 2022, atingimos 98,1% das operações convertidas ao modelo, incluindo lojas, matriz e Centros de Distribuição – ajustado ao ritmo acelerado da expansão, de modo que todas as novas lojas já passaram a contar com fontes renováveis,

Em 2022, mesmo em um cenário recorde de expansão, reduzimos nossas emissões de escopos 1 e 2 em 12,3%, comparado ao resultado de 2021. Em escopo 2, tivemos uma redução mais significativa, principalmente nas emissões referentes ao consumo de energia elétrica, com uma diminuição de 31,3% das registradas no mesmo período do ano. Já em escopo 1, nossa redução de emissões fugitivas (gases refrigerantes) e de combustão (móvel e estacionária) representou 2,4%.

como: eólica, solar, biomassa e pequenas centrais hidrelétricas.

No Assaí, também investimos em usinas solares para autogeração de energia distribuída, aproveitando áreas disponíveis, como telhados das lojas, aumentando nossa independência em



Reduzimos as emissões de GEE em 12,3% em 2022 (ref. 2021)



**98,1% das lojas**  
USAM ENERGIA RENOVÁVEL

<sup>1</sup> O Mercado Livre de Energia é um ambiente competitivo de negociação de energia elétrica em que os participantes podem negociar livremente todas as condições comerciais, como fornecedor(a), preço, quantidade de energia contratada, período de suprimento, pagamento, entre outras.

\*Metodologia Casino, considerando o período de outubro de 2021 a setembro de 2022, 190 lojas.

relação aos(às) fornecedores(as) locais de energia nos Estados do RJ, GO, PR e MT. Vale mencionar, ainda, os investimentos nas estruturas das novas lojas, que apresentam itens de ecoeficiência como postos de abastecimento para veículos elétricos e iluminação 100% LED. Além disso, nós certificamos parte da energia renovável consumida em 2021 com I-REC (do inglês, Certificado Internacional de Energia Renovável) que assegura parte da energia consumida em nossas operações e contribuíram em nossa estratégia para as metas de redução de emissões.

Os dados referentes às nossas emissões seguem os fatores de emissão do GHG Protocol 2022. No entanto, não foram auditados a tempo para a publicação desse relatório. Os dados auditados estarão disponíveis em [estão disponíveis em: www.assai.com.br/sustentabilidade](http://www.assai.com.br/sustentabilidade)



EM 2022,  
**21 lojas**  
foram equipadas com  
recarregadores de veículos  
elétricos instalados



Nossas novas lojas  
são construídas  
considerando impacto  
ambiental e ecoeficiência

Para escopo 3, as ações são focadas em gestão eficiente de resíduos e frotas dedicadas, via compostagem e soluções logísticas, respectivamente.

Além dos escopos 1 e 2, iniciamos o processo de estimativa e avaliação de emissões de escopo 3 de produtos vendidos nas lojas. Estamos trabalhando no aprimoramento dessa medição e no estudo dos fatores de emissão para os produtos vendidos. Nos próximos dois anos, aprofundaremos nossas ações dirigidas ao mapeamento de nossas emissões de escopo 3 para a cadeia logística e deslocamento de colaboradores(as).

**Anderson Castilho**

VP de operações na Assaí Atacadista

“ A mitigação das mudanças climáticas é um importante pilar do nosso negócio. Nós sabemos do desafio que isso envolve: a empresa vem crescendo de forma expressiva e nosso plano de expansão acompanha este compromisso — as novas lojas, por exemplo, são construídas levando em consideração os conceitos de ecoeficiência e o investimento em inovação para minimizarmos os impactos ambientais das nossas operações. E reforçamos esse compromisso do Assaí atrelando a meta de redução das nossas emissões com a remuneração variável dos executivos.

**Marco Aurélio Zaccaria**

Diretor de Manutenção Lojas e CDs

“ Estamos comprometidos com a agenda climática e trabalhamos com um plano de modernização em nossas operações para reduzir as emissões de escopo 1. Uma das principais frentes foi a alteração de sistemas antigos de refrigeração por máquinas mais modernas que não operam com o R-22. Na prática, essa troca permite que a Companhia utilize gases de menor impacto ambiental. Atrelado ao tema, também temos sistemas transcíticos e subcríticos, que utilizam gases naturais – opções que, além de substituir os gases refrigerantes artificiais por um fluido natural, também proporciona uma otimização energética das lojas.



## Redução e valorização de resíduos

Em 2022, ampliamos a taxa de valorização de 40% para 42%. Além desse dado, evoluímos em eficiência, pois a geração de resíduos por metro quadrado da área total das lojas foi reduzida em 11,1% na comparação entre 2021 e 2022.

Avançamos nos processos de tratamento de resíduos por meio de compostagem e redução do desperdício, que também nos auxilia a diminuir o impacto ambiental, com o Programa Destino Certo. Com essa iniciativa, mapeamos e estabelecemos parcerias com instituições sociais, e bancos de alimentos, para receberem doação de frutas, legumes e verduras que não estão esteticamente atraentes para venda, mas que estão totalmente adequados para o consumo. Os desvios de aterros sanitários permitiram reduções de emissões gases, como metano, em cerca de 40.742 toneladas de CO<sub>2</sub>e, fruto das negociações internas que viabilizaram a expansão dos programas em consonância com o ritmo acelerado de crescimento da Companhia.

Esses resultados evidenciam todos os esforços dos times de prevenção de perdas, que atuam no dia a dia das lojas, buscando formas viáveis para a redução de quebras. No que se refere ao aumento das taxas

de valorização, ampliamos a abrangência de alguns projetos, como a compostagem e a reciclagem de resíduos, assim como as doações de alimentos, no contexto do Programa Destino Certo, e o mapeamento de outras possibilidades de valorização de materiais, tais como as vendas de resíduos de açougues para empresas especializadas em graxaria.

Em dezembro, passamos de 26 para 39 lojas participantes do programa. Com isso,

aumentamos o volume de compostagem em 13,5% (de 1.307 toneladas para 1.511 toneladas), tendo como resultado 759 toneladas de CO<sub>2</sub>e evitadas. Até abril/23, pretendemos incluir mais 30 lojas no programa renováveis pela Companhia.

Em 2022, também iniciamos o projeto piloto de aterro zero em uma loja padrão. O projeto indicará a viabilidade de replicação das melhorias em tecnologias e processos para todas as operações no Brasil.



Os desvios de aterros sanitários permitiram reduções de emissões gases, como metano, em cerca de 40.742 toneladas de CO<sub>2</sub>e

Obtivemos resultados positivos no campo do desvio progressivo de resíduos de aterros sanitários, por meio da ampliação das taxas de valorização dos materiais residuais gerados nas operações. Ao longo de 2022, garantimos a elaboração dos PGRS (Planos de Gerenciamento de Resíduos Sólidos) para 100% das operações, um avanço que, somado ao estabelecimento de procedimentos internos para operacionalização dos planos de ação e de auditorias internas, eleva o nível de compliance de nossas operações quanto ao gerenciamento de resíduos.

Demos um passo significativo em logística reversa por meio da implantação de um projeto-piloto para internalização das operações de logística reversa e redução da dependência de agentes externos, ações que nos permitirão mais agilidade para suprir as demandas do processo de expansão da Companhia como um todo. Implantamos PEVs (Pontos para a Entrega Voluntária de resíduos) em cinco lojas selecionadas em três estados: São Paulo, Paraná e Maranhão. Com esse projeto, contribuiremos para a cadeia de logística reversa como um todo, disponibilizando mais opções para o descarte correto de embalagens e outros produtos pós-consumo junto aos(às) clientes e sociedade em geral.

Alguns PEVs oferecem bonificações aos participantes, podendo ser descontos nas

Assim, passamos de 21 para 36 PEVs ativos, em comparação com 2021. O montante arrecadado em 2022 aumentou o volume de 35,5%, com 445 toneladas em comparação às 328,3 toneladas arrecadadas ao longo de 2021. Os principais tipos de resíduos arrecadados foram papel, papelão, plástico, metais em geral, vidro, caixas longa vida, eletrônicos e óleo vegetal usado. Contamos com modelos de PEV fixos e itinerantes, sendo eles bonificados ou não.

Formamos parceria com empresas e cooperativas que possibilitam a operacionalização das nossas Estações de Reciclagem, responsáveis por fomentar a reciclagem por meio da logística reversa e estimular práticas mais conscientes junto aos(às) nossos(as) clientes. Nelas, o(a) cliente pode depositar seus materiais recicláveis em pontos de coleta específicos, que contam com parcerias de diversas entidades gestoras de determinadas classes de resíduos, inclusive os perigosos (pilhas e lâmpadas) - que apresentam, respectivamente, 18,0 toneladas e 13,1 toneladas de arrecadação em 2022.

*Metodologia Casino, considerando o período de outubro de 2021 a setembro de 2022, 190 lojas*

**18**  
**TONELADAS**  
DE PILHAS ARRECADADAS

**13**  
**TONELADAS**  
DE LÂMPADAS ARRECADADAS





contas de energia elétrica ou itens da cesta básica e cursos, entre outros itens.

Ao longo de 2023, o programa de coleta de lâmpadas será ampliado para todas as lojas, assim como já ocorre com as coletas de pilhas e baterias. Todas as lojas apresentam os equipamentos/itens de sustentabilidade disponíveis aos clientes e sociedade em geral, o que facilita às pessoas o processo de busca por pontos de coleta na sua região ou área de abrangência das lojas.

Temos trabalhado, também, na construção de uma estratégia voltada para a redução da geração de resíduos não recicláveis, de modo que possamos contribuir para a cadeia com impacto positivo. Em 2022, concluímos o diagnóstico quanto a reciclabilidade de embalagens dos produtos de marcas exclusivas. Os resultados demonstram que 89% do volume de embalagens são total ou parcialmente reciclável. O estudo aponta a possibilidade de eliminação das embalagens não recicláveis no curto prazo. Nesse sentido, segue em construção um plano de ação amplo junto às nossas áreas e aos(as) fornecedores(as), de modo que as possibilidades de implantação do plano de ação sejam avaliadas e implementadas em 2023.

Ainda como forma de conscientização para nossos(as) clientes ou consumidores(as), procuramos incentivar o uso de sacolas retornáveis e disponibilizamos caixas de papelão oriundas dos produtos oferecidos nas prateleiras para que os(as) clientes possam transportar suas compras.

### USO SUSTENTÁVEL DOS RECURSOS NATURAIS

Considerando o contexto de escassez hídrica, registrado em algumas regiões do Brasil em 2021, iniciamos em 2022 um estudo diagnóstico quanto à gestão de recursos hídricos na Companhia como um todo. O estudo, que se encontra em curso, abrange os seguintes eixos: eficiência e segurança hídrica e compliance regulatório. A partir desse trabalho, poderemos melhor delinear planos de ação com foco na melhoria contínua dos processos intervenientes ao tema e na redução dos impactos ambientais associados.

Também desenvolvemos projetos de ecoeficiência de água em 54 lojas, com economizadores dos tipos bloqueadores de ar; redutores de vazão nas torneiras, caça-vazamentos, ajuste de caixa acoplada e no controle de nível das caixas-d'água.

**89%**  
DAS EMBALAGENS  
ME SÃO TOTAL OU  
PARCIALMENTE  
REICLÁVEL





10

# ANEXOS



## GESTÃO DE IMPACTOS

	TEMAS MATERIAIS	COMPROMISSO	PRAZO
<b>VALORIZAÇÃO DA NOSSA gente</b>	Desenvolvimento de pessoas   Diversidade e combate à discriminação   Bem-estar, saúde e segurança	100% dos(as) fornecedores(as) prestadores(as) de serviços treinados(as) em Diversidade	anual
<b>ENGAJAMENTO com a sociedade</b>	Desenvolvimento local	Promover informação e capacitação a 1 MM de empreendedores(as) de forma recorrente	2025
		Apoiar 10 comunidades/instituições nas regiões Norte e Nordeste, promovendo atividades de esporte perenes e contribuindo com atividades meio dessas organizações	2025
		Fortalecer 10 cozinhas comunitárias, promovendo a distribuição de mais de 500 mil refeições	2025
<b>GESTÃO INTEGRADA e transparência</b>	Relações éticas e transparentes   Melhores práticas de Governança Corporativa   Privacidade e proteção de dados	100% dos(as) colaboradores(as) treinados(as) em ética e integridade	anual
		Manter 100% de <i>due diligence</i> para prestadores(as) de serviço	anual
<b>COMBATE ÀS mudanças climáticas</b>	Mudanças Climáticas   Combate ao desperdício de alimentos   Resíduos e logística reversa	Redução de 38% das emissões de Escopo 1 e 2 (ano-base 2015)	2030
		100% de lojas destinando FLV para Bancos de Alimentos	2025
<b>TRANSFORMAÇÃO na cadeia de valores</b>	Cadeia de fornecimento responsável	100% dos frigoríficos aderentes à Política Socioambiental de Compra de Carne Bovina	anual
		100% dos(as) fornecedores(as) internacionais auditados(as) em aspectos de condições de trabalho	anual
		100% de fornecedores(as) de marcas exclusivas auditados(as) em aspectos de condições de trabalho	anual
		100% dos(as) nossos(as) fornecedores(as) têxteis com a certificação ABVTEX	anual
		100% do óleo de palma com origem identificada nos produtos de Marcas Exclusivas	anual

## PRÊMIOS E RECONHECIMENTOS

ANO	MÊS	PRÊMIO	DESCRIÇÃO	RANKING	CATEGORIA	PREMIADO	VEÍCULO/EMPRESA	RELEVÂNCIA
2022	Abril	Melhores do Ano ABRAS	Reconhece os profissionais líderes no Brasil, considerando os formatos autosserviço, supermercados, hipermercados, atacarejo, lojas de proximidade e conveniência.	1º lugar	Diretoria Jurídica	Sadik Sarkis (Diretor Jurídico e <i>Compliance</i> )	Abras	Nacional
2022	Abril	Melhores do Ano ABRAS	Reconhece os profissionais líderes no Brasil, considerando os formatos autosserviço, supermercados, hipermercados, atacarejo, lojas de proximidade e conveniência.	1º lugar	Gerente-Operações	Fábio Cesar (Gerente da loja Assai Mangabeiras)	Abras	Nacional
2022	Abril	Melhores do Ano ABRAS	Reconhece os profissionais líderes no Brasil, considerando os formatos autosserviço, supermercados, hipermercados, atacarejo, lojas de proximidade e conveniência.	1º lugar	Diretoria Expansão, Obras e Engenharia	Armando Boudoux (Diretor de Expansão do Assai Atacadista)	Abras	Nacional
2022	Abril	Ranking Abras	Maior panorama do setor supermercadista do Brasil. É o mais importante termômetro para o governo e a sociedade avaliarem a amplitude e a força deste segmento.	2º lugar	Geral	Assai Atacadista	Abras e Revista SuperHiper	Nacional
2022	Maio	Melhores de São Paulo	Os melhores serviços da cidade por categoria, baseado na percepção dos paulistanos.   Eleito pela sétima vez consecutiva o Melhor Atacadista de São Paulo.	1º lugar	Atacadista	Assai Atacadista	Folha de São Paulo	SP - São Paulo
2022	Maio	Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente	Análise das estruturas das centrais de relacionamento com o(a) cliente, avaliação do atendimento e estudo das estratégias das empresas para alcançar a excelência nos serviços prestados.	1º lugar	Atacarejo	Assai Atacadista	Grupo Padrão	Nacional
2022	Maio	Pesquisa Diversidade e Inclusão	Avalia e distingue publicamente as melhores práticas de diversidade e inclusão adotadas pelas empresas que atuam no Brasil.	3º lugar	Destaque na inclusão de pessoas com deficiência	Assai Atacadista	Época Negócios e Ethos	Nacional
2022	Maio	Melhores Empresas em Práticas e Ações da Diversidade	Dá visibilidade às práticas antirracistas e de promoção da diversidade realizadas por empresas e instituições, que tiveram impacto significativo e resultados relevantes de transformação de discursos, comportamentos e realidades, em prol da diversidade étnico-racial.	3º lugar	Categoria 8 (Empresas não-signatárias – Categoria destinada a práticas do mercado em geral)	Assai Atacadista	ID_BR + IstoÉ Dinheiro	Nacional
2022	Maio	Ranking BrandZ — As Marcas Brasileiras Mais Valiosas	Ranking das Marcas Brasileiras Mais Valiosas de 2021/2022   Aparecemos na 24ª posição com valor de marca de U\$ 924 milhões.	24º lugar	Geral	Assai Atacadista	Kantar e WPP	Nacional
2022	Junho	Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente	Reconhecido, pelo voto popular, como o executivo que mais se destacou na liderança de estratégias de gestão empresarial voltadas para a experiência do cliente.	1º lugar	CEO do Ano	Belmiro Gomes	Grupo Padrão	Nacional
2022	Junho	ClienteSA	Reconhece as melhores práticas das empresas em seu relacionamento com clientes.	2º lugar	Líder em Projeto de Inteligência Operacional	Assai Atacadista	Revista Cliente SA	Nacional

ANO	MÊS	PRÊMIO	DESCRIÇÃO	RANKING	CATEGORIA	PREMIADO	VEÍCULO/EMPRESA	RELEVÂNCIA
2022	Junho	As Marcas Mais Valiosas do Brasil	O <i>ranking</i> traz a avaliação completa das marcas, segundo valores e percepção do(a) consumidor(a) (entendimento de fatores como identidade, posicionamento e percepção da marca).   Atacadão ficou 10º lugar.	18º lugar	Geral	Assaí Atacadista	IstoÉ Dinheiro + WPP BAV + TM20	Nacional
2022	Julho	Pesquisa: O Melhor da Internet no Brasil	Estudo inédito sobre a internet no Brasil, incluindo quais os melhores setores/marcas da internet, baseado na percepção da população   Tivemos empate técnico com o Atacadão, pois ambas as marcas tiveram o mesmo percentual de 8% na categoria Atacadista.	1º lugar	Atacadista	Assaí Atacadista	Folha de São Paulo	Nacional
2022	Julho	Anuário Top of Mind Ceará	Reconhece as marcas mais lembradas de produtos e de serviços em 23 categorias, além da marca Top do Top (a mais lembrada entre todos os produtos e serviços).	3º lugar	Varejo – Supermercado	Assaí Atacadista	Anuário do Ceará - O Povo	Regional
2022	Julho	Selo GPTW	Reconhecimento para um excelente ambiente de trabalho.	Selo	Selo	Assaí Atacadista	GPTW	Nacional
2022	Agosto	Ranking IBEVAR-FIA	Marcas varejistas mais admiradas pelos(as) brasileiros(as)	1º lugar	Atacado	Assaí Atacadista	IBEVAR-FIA	Nacional
2022	Agosto	Ranking IBEVAR-FIA	<i>Ranking</i> das varejistas com os maiores faturamentos.   Classificação: 1º lugar Grupo Carrefour (receita de R\$ 81,1 bilhões); 2º lugar Assaí Atacadista (receita de R\$ 45,6 bilhões).	2º lugar	Geral	Assaí Atacadista	IBEVAR-FIA	Nacional
2022	Agosto	Ranking 300 Maiores Empresas do Varejo Brasileiro	Ranking das 300 Maiores Empresas do Varejo Brasileiro   Assaí ficou em 2º lugar com faturamento de R\$ 45,6 bi (Ficamos atrás apenas do Grupo Carrefour Brasil, onde foram consideradas todas as suas bandeiras).	2º lugar	Geral	Assaí Atacadista	SBVC	Nacional
2022	Agosto	Brandon Hall Group Excellence Awards	Considerada o “Oscar da Gestão de Pessoas,” essa premiação é uma das mais prestigiadas pela indústria   O case da Universidade Assaí, inscrito em conjunto com o nosso parceiro CrossKnowledge, conquistou medalha de prata.	2º lugar	Best Strategy For a Corporate Learning University	Assaí Atacadista	Brandon Hall	Internacional
2022	Agosto	Ranking Brand Finance (Marcas Mais Valiosas do Brasil)	As 100 Marcas Brasileiras Mais Valiosas e Fortes   Ranking: 15º lugar - Marca mais Valiosa do Brasil; 3º lugar - Marca que Mais se Valorizou; e 2ª lugar - Marca que Mais se Fortaleceu;   Valor de Marca Assaí: R\$ 5.83 Bi e Crescimento de 112,3%   Atacadão ficou em 18º lugar	15º, 3º e 2º lugar	Marca Mais Valiosa	Assaí Atacadista	Brand Finance	Nacional
2022	Setembro	NPS Awards	Reconhece as marcas com o melhor NPS do Brasil em seus segmentos, conquistando um alto poder de recomendação por parte dos clientes.	1º lugar	Atacado & Atacarejo	Assaí Atacadista	Exame e SoluCX	Nacional
2022	Setembro	Melhores e Maiores	O mais tradicional e reconhecido prêmio da economia brasileira.   Ranking das MAIORES: 21ª posição no Geral (por receita); 2ª posição na categoria Atacado e Varejo   Ranking das MELHORES: 9ª posição na categoria Atacado e Varejo.	21º e 9º lugar	Geral; Atacado e Varejo	Assaí Atacadista	Revista Exame	Nacional

ANO	MÊS	PRÊMIO	DESCRIÇÃO	RANKING	CATEGORIA	PREMIADO	VEÍCULO/EMPRESA	RELEVÂNCIA
2022	Setembro	Índice de Preferência do Consumidor (IPCon)	Estudo exclusivo que analisa redes supermercadistas brasileiras de porte nacional e regional, no varejo físico e no digital, avaliando a capacidade dessas empresas em atender às necessidades de seus(uas) clientes em aspectos tangíveis e emocionais.   Resultados: 1º lugar na categoria "Loja com maior frequência de compra" (11% das citações); 1º lugar em "Lojas mais visitadas por região - Nordeste e Sudeste"; 2º lugar no Centro-Oeste e 3º lugar no Norte; 2º lugar no "Top 10 Varejistas", de acordo com as empresas preferidas pelos consumidores; 2º lugar nas categorias "Top 3 no Pilar Preço e Promoção", "Varejistas destaque nos atributos de preço" e "Varejista destaque nos atributos de promoção".	1º lugar	Loja com maior frequência de compra	Assaí Atacadista	Dunnhumby	Nacional
2022	Setembro	As 1.000 Maiores Empresas do Brasil - Valor 1000	Rankings das 1000 maiores companhias do país e das 50 maiores por região com indicadores exclusivos de avaliação.   Ranking: 25º lugar no ranking geral   22º lugar nas 50 Maiores da Região Sudeste   e 1º lugar como Melhor Empresa no setor Comércio Varejista.	25º lugar no ranking geral; 1º lugar no setor de comércio varejista	Gerente-Operações	Assaí Atacadista	Abras	Nacional
2022	Outubro	Top of Mind - Folha	Revela quais são as marcas mais lembradas pelos brasileiros.   Top of mind na categoria "Atacadista" (tivemos empate técnico com o Atacadão) e "Supermercado" (tivemos empate técnico com mais 3 marcas).	1º lugar	Atacadista	Assaí Atacadista	Folha de São Paulo	Nacional
2022	Outubro	As Melhores Da Dinheiro	Reconhecimento para as melhores companhias que atuam no Brasil.   Ranking As Maiores: 23º lugar no geral por faturamento; Ranking das Melhores: 3º lugar em Sustentabilidade Financeira; 3º lugar em Recursos Humanos e 3º lugar em Governança Corporativa.	23º lugar	Geral	Assaí Atacadista	Revista IstoÉ Dinheiro	Nacional
2022	Outubro	Época Negócios 360º	Análise do desempenho de empresas brasileiras, com o objetivo de identificar e difundir as melhores práticas empresariais no Brasil.   Ranking 500 Maiores: 26º lugar   Rankings das 418 Melhores Empresas, categorias Pessoas: 2º lugar   ESG/Socioambiental: 3º lugar   ESG/Governança: 4º lugar.	26º lugar	Geral	Assaí Atacadista	Época Negócios e Fundação Dom Cabral	Nacional
2022	Outubro	Best Performance	Reconhecimento das melhores práticas e ideias revolucionárias voltadas às indústrias da Inovação.	2º lugar	Excelência no Atendimento Digital do Cliente/ Consumidor com foco em <i>Customer Experience e User Experience</i>	Assaí Atacadista	CMS Group e Blog Televidas & Cobrança	Nacional
2022	Novembro	Empresas que mais respeitam o Consumidor	Reconhece as principais empresas que apresentam atributos, considerados pelo(as) consumidores(as) finais, como sinais de respeito.	1º lugar	Atacado	Assaí Atacadista	Grupo Padrão	Nacional

ANO	MÊS	PRÊMIO	DESCRIÇÃO	RANKING	CATEGORIA	PREMIADO	VEÍCULO/EMPRESA	RELEVÂNCIA
2022	Novembro	Empresas que mais respeitam o Consumidor	A premiação realizada pelo Grupo Padrão é proveniente do Estudo Empresas que Mais Respeitam o Consumidor, que é conduzido pelo CX Brain, em parceria com a empresa de pesquisa, OpinionBox. Sua metodologia é baseada em uma pesquisa quantitativa online, utilizando um questionário estruturado com perguntas fechadas aos entrevistados e considera a amostra de respondentes de classes A, B e C, em abrangência nacional com recortes por região/estado.	1º lugar	Atacado	Assaí Atacadista	Grupo Padrão	Nacional
2022	Novembro	Marcas Mais	Estadão Marcas Mais é realizado em parceria com a TroianoBranding. O objetivo desta análise de marcas de produtos e serviços é identificar aquelas com as quais os consumidores demonstram maior envolvimento – é importante frisar que envolvimento não é um indicador direto de market share nem de penetração de mercado, e sim um indicador de interesse potencial pela marca.	1º lugar	Atacarejo	Assaí Atacadista	Estadão	Nacional
2022	Novembro	BRAND DX	O estudo revela as 200 marcas mais valiosas do País, num levantamento feito por meio de 24 mil entrevistas feitas diretamente com consumidores em 11 estados, de um total de duas mil marcas iniciais	28º lugar	Supermercados	Assaí Atacadista	Meio & Mensagem	Nacional
2022	Dezembro	Empresas Mais	<b>Ranking</b> econômico do País, que apresenta as companhias com melhor desempenho econômico em 26 setores – e as que se destacaram com práticas de Governança Corporativa, Políticas de Inovação e Sustentabilidade no último ano.	2º lugar	Varejo	Assaí Atacadista	Estadão	Nacional
2022	Dezembro	ReclameAQUI	As empresas com as melhores reputações no site do ReclameAQUI são indicadas. E, por meio do voto popular, escolhidas as que têm o melhor atendimento na opinião dos(as) consumidores(as). Posteriormente, elas são premiadas na sua categoria de atividade.	1º lugar	Supermercados e Atacados	Assaí Atacadista	ReclameAQUI	Nacional
2022	Dezembro	Troféu Super Destaque	Recebemos o troféu, assim como outras companhias locais de Alagoas. Não há um <b>ranking</b> .		Não há definição de categoria	Assaí Atacadista	Não há um veículo atrelado	Regional (Alagoas)
2022	Dezembro	Troféu Campeão da Amizade		1º lugar	Não há definição de categoria	Fábio Santos (Diretor Regional do Assaí Atacadista)	Não há um veículo atrelado	Regional (Bahia)
2022	Dezembro	Empresa Completa, Empresa que Inclui	O selo “Empresa Completa, Empresa que Inclui” foi entregue a 14 instituições instaladas no território cearense que se destacaram na inserção de pessoas com deficiência em seus quadros de funcionários. A homenagem foi uma iniciativa do Governo do Ceará, por meio da Secretaria do Desenvolvimento Econômico e Trabalho (Sedet) e do Instituto de Desenvolvimento do Trabalho (IDT).	2º lugar	Geral	Assaí Atacadista	Não há um veículo atrelado	Regional (Ceará)
2022	Dezembro	Marcas Cariocas	Pesquisa realizada em parceria com a consultoria de branding Troiano, que tem o objetivo de eleger as marcas que entendem o jeito de ser carioca e conquistaram a preferência de quem vive na cidade.   O Assaí aparece em 2º lugar, atrás do Guanabara e à frente do Mundial (em 2021 ocupamos a 2ª posição).	2º lugar	Supermercados	Assaí Atacadista	Jornal O Globo	Rio de Janeiro

## Sumário GRI

Declaração de uso	O Assaí Atacadista reportou referenciado nas Normas GRI para o período entre 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2022.
GRI 1	GRI 1: Fundamentos 2021
Norma Setorial GRI aplicável	Não houve

GRI STANDARD	CONTEÚDO	RESPOSTA	OMISSÃO			NORMA SETORIAL GRI
			REQUISITO OMITIDO	MOTIVO	EXPLICAÇÃO	
GRI 2: Conteúdos Gerais 2021	2-1 Detalhes da organização	O Assaí Atacadista é uma empresa brasileira de atacado de autosserviço (ou <i>Cash&amp;Carry</i> ), pertencente ao Grupo Casino. Trata-se da única empresa do segmento listada na Bolsa de Valores de São Paulo (B3) sob o ticker ASA13. Além disso, é negociada também na bolsa de Nova York (NYSE). Com sede em São Paulo (SP), atua em 23 estados brasileiros e no Distrito Federal.				
	2-2 Entidades incluídas no relato de sustentabilidade da organização	Página 9.				
	2-3 Período de relato, frequência e ponto de contato	Página 9.				
	2-4 Reformulações de informações	Não houve.				
	2-5 Verificação externa	Asseguração externa KPMG Auditores Externos foi somente dos indicadores Casino Group CSR Program e não contemplou GRI e nenhum outro <i>standard</i> de relato mencionado ao longo do Relatório de Sustentabilidade.				
	2-6 Atividades, cadeia de valor e outras relações de negócios	Páginas 16, 35 e 84.				
	2-7 Empregados	Páginas 46 e 48.				
	2-9 Estrutura de governança e sua composição	Página 23.				
	2-11 Presidente do mais alto órgão de governança	Página 43.				
	2-13 Delegação de responsabilidade pela gestão de impactos	Página 23.				
	2-14 Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança no relato de sustentabilidade	Página 9.				
	2-22 Declaração sobre estratégia de desenvolvimento sustentável	Página 4 e 6.				
	2-23 Compromissos de política	Página 25.				
	2-24 Incorporação de compromissos de políticas	Páginas 25, 29 e 96.				
	2-25 Processos para reparar impactos negativos	Página 83.				



## Sumário GRI

GRI STANDARD	CONTEÚDO	RESPOSTA	OMISSÃO			NORMA SETORIAL GRI
			REQUISITO OMITIDO	MOTIVO	EXPLICAÇÃO	
GRI 2: Conteúdos Gerais 2021	2-26 Mecanismos para aconselhamento e apresentação de preocupações	Página 28.				-
	2-28 Participação em associações	Página 96.				-
<b>TEMAS MATERIAIS</b>						
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-1 Processo de definição de temas materiais	Página 12.				-
	3-2 Lista de temas materiais	Página 12.				-
GRI 201: Desempenho Económico 2016	201-1 Valor económico direto gerado e distribuído	Página 41 e 42.				
GRI 305: Emissões 2016	305-5 Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	Página 132.				-
GRI 308: Avaliação Ambiental de Fornecedores 2016	308-1 Novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais	Página 119.				
	308-2 Impactos ambientais negativos da cadeia de fornecedores e medidas tomadas	Página 126.				
GRI 401: Emprego 2016	401-1 Novas contratações e rotatividade de empregados	Página 53.				
GRI 403: Saúde e Segurança do Trabalho 2018	403-1 Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	Página 73.				
	403-2 Identificação de periculosidade, avaliação de riscos e investigação de incidentes	Página 75.				
	403-3 Serviços de saúde do trabalho	Páginas 73 e 77.				
	403-4 Participação dos trabalhadores, consulta e comunicação aos trabalhadores referentes a saúde e segurança do trabalho	Páginas 75 e 76.				
	403-5 Capacitação de trabalhadores em saúde e segurança do trabalho	Página 76.				
	403-6 Promoção da saúde do trabalhador	Páginas 71, 73 e 77.				
	403-7 Prevenção e mitigação de impactos de saúde e segurança do trabalho diretamente vinculados com relações de negócios	Página 77.				
GRI 404: Capacitação e Educação 2016	404-1 Média de horas de capacitação por ano, por empregado	Página 56.				
	404-2 Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e de assistência para transição de carreira	Páginas 55, 57 e 88.				
	404-3 Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira	Página 56.				

## Sumário GRI

GRI STANDARD	CONTEÚDO	RESPOSTA	OMISSÃO			NORMA SETORIAL GRI
			REQUISITO OMITIDO	MOTIVO	EXPLICAÇÃO	
GRI 404: Capacitação e Educação 2016	405-1 Diversidade em órgãos de governança e empregados	Páginas 48, 64 e 66.				
GRI 408: Trabalho Infantil 2016	408-1 Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil	Página 128.				
GRI 409: Trabalho Forçado ou Análogo ao Escravo 2016	409-1 Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo	Página 128.				
GRI 413: Comunidades Locais 2016	413-1 Operações com engajamento, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento voltados à comunidade local	Página 98.				
GRI 414: Avaliação Social de Fornecedores 2016	414-1 Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais	Página 119.				
	414-2 Impactos sociais negativos da cadeia de fornecedores e medidas tomadas	Páginas 120, 121 e 126.				

## Sumário de conteúdo SASB

TEMA SASB	CÓDIGO	MÉTRICA CONTÁBIL	RESPOSTA
Tópicos e métricas contábeis para divulgação de sustentabilidade   Setor: Bens de Consumo   Indústria: Varejistas & Distribuidores			
Gestão de energia em varejo & distribuição	CG-MR-130a.1	1) Total de energia consumida, (2) porcentagem da rede eletricidade, (3) porcentagem renovável	155
Segurança de dados	CG-MR-230a.1	Descrição da abordagem para identificar e abordar riscos de segurança de dados	33
	CG-MR-230a.2	1) Número de violações de dados, (2) porcentagem envolvendo informações de identificação pessoal (PII), (3) número de clientes afetados(as)	Não houve
Práticas trabalhistas	CG-MR-310a.2	(1) Taxa de rotatividade voluntária e (2) involuntária para funcionários da loja	158
Diversidade e inclusão entre os(as) empregados(as)	CG-MR-330a.1	Representatividade de gênero e grupo racial/étnico entre (1) administradores e (2) demais empregados(as)	159
	CG-MR-330a.2	Valor total de perdas monetárias como resultado de procedimentos legais associados a discriminação de empregados(as)	Não houve
Produtos, abastecimento, embalagens & <i>marketing</i>	CG-MR-410a.3	Estratégias para reduzir o impacto ambiental de embalagens	Em 2021, iniciamos e, em 2022, mantivemos o diagnóstico de impacto ambiental de nossas embalagens de marca própria pós-consumo, para desenvolver, a partir dos resultados, estratégias para tornar esses produtos cada vez mais eficientes. O objetivo de médio prazo é garantir que 100% das embalagens de marca própria sejam recicláveis, compostáveis ou reutilizáveis. Quantificamos o volume de embalagens gerado e o avaliamos levando em consideração: componentes, performance na cadeia de reciclagem – cooperativas, recicladores(as) e indústria de embalagens – e entendimento sobre regulamentações referentes ao tema. Constatamos o percentual dos produtos com alta, média ou baixa performance em relação à cadeia de reciclagem pós-consumo e identificamos as oportunidades de troca de componentes por materiais com maior potencial de reciclagem, de otimização do uso de matéria-prima, de redução do uso de plástico e do aumento do uso de materiais com alto potencial de biodegração. Também verificamos a possibilidade de adotar novos modelos de negócio, como a granel.
Métricas de atividade	CG-MR-000.A	Número de: (1) locais de varejo e (2) Centros de Distribuição	17
	CG-MR-000.B	Área total de: (1) espaço de varejo e (2) Centros de Distribuição	1.306.593 milhão m <sup>2</sup> de lojas e 257.675,20 m <sup>2</sup> de Centros de Distribuição.

## INDICADORES DE DESEMPENHO

Estes indicadores seguem as premissas da metodologia Casino.

Indicador	Indicador Auditado	Unidade	2020	2021	2022
Número de lojas próprias abertas 12 meses <sup>2</sup>		Número	153	175	190
Área de venda das unidades próprias abertas 12 meses <sup>2</sup>		m <sup>2</sup>	643.234	759.920	844.272
<b>Valorização da Nossa Gente</b>					
Headcounts, turnover e contratações	Indicador Auditado	Unidade	2020	2021	2022
Headcounts inscritos em 31/12/N	✓	Número	48.885	60.120	76.024
Headcount de tempo integral em 31/12/N	✓	Número	46.964	57.316	72.632
Headcount de tempo integral em 31/12/N	✓	%	96%	95,3%	95,5%
Headcount de meio período em 31/12/N	✓	Número	1.921	2.804	3.392
Headcount de meio período em 31/12/N	✓	%	3,9%	4,7%	4,5%
Headcount do gênero feminino em 31/12/N	✓	Número	23.417	29.018	37.136
Headcount do gênero feminino em 31/12/N	✓	%	47,9%	48,3%	48,8%
Headcount do gênero masculino em 31/12/N	✓	Número	25.468	31.102	38.888
Headcount do gênero masculino em 31/12/N	✓	%	52,1%	51,7%	51,2%
Headcount < 30 anos em 31/12/N	✓	Número	22.953	27.987	34.326
Headcount < 30 anos em 31/12/N	✓	%	47,0%	46,6%	45,2%
Headcount com idade entre 30 e 50 anos em 31/12/N	✓	Número	23.456	28.376	36.161
Headcount com idade entre 30 e 50 anos em 31/12/N	✓	%	48,0%	47,2%	47,6%
Headcount com idade > 50 anos em 31/12/N	✓	Número	2.476	3.757	5.537
Headcount com idade > 50 anos em 31/12/N	✓	%	5,1%	6,2%	7,3%
Headcount por raça/etnia Negros + Negras	✓	Número	27.031	39.365	49.026
Headcount por raça/etnia Negros + Negras	✓	%	55,3%	65,5%	64,5%
Headcount por raça/etnia Brancos + Brancas	✓	Número	11.605	16.189	21.278
Headcount por raça/etnia Brancos + Brancas	✓	%	23,7%	26,9%	28,0%
Headcount por raça/etnia Outras etnias	✓	Número	10.249	4.566	5.720
Headcount por raça/etnia Outras etnias	✓	%	21,0%	7,6%	7,5%
Headcount em cargos de gerência e acima em 31/12/N	✓	Número	343	416	498

Indicador	Indicador Auditado	Unidade	2020	2021	2022
<b>Valorização da Nossa Gente</b>					
<b>Headcounts, turnover e contratações</b>	<b>Indicador Auditado</b>	<b>Unidade</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Headcount do gênero masculino em cargos de gerência e acima em 31/12/N	✓	Número	265	306	370
Headcount do gênero masculino em cargos de gerência e acima em 31/12/N	✓	%	77,3%	73,6%	74,3%
Headcount do gênero feminino em cargos de gerência e acima em 31/12/N	✓	Número	78	110	128
Headcount do gênero feminino em cargos de gerência e acima em 31/12/N	✓	%	23,0%	26,4%	25,7%
Headcount de colaboradoras mulheres negras por cargos de gerência e acima em 31/12/N	✓	Número	23	37	43
Headcount de colaboradoras mulheres negras por cargos de gerência e acima em 31/12/N	✓	%	6,7%	8,9%	8,6%
Headcount por raça/etnia Negros + Negras em cargos de gerência e acima em 31/12/N	✓	Número	140	186	217
Headcount por raça/etnia Negros + Negras em cargos de gerência e acima em 31/12/N	✓	%	40,8%	44,7%	43,6%
Headcount por raça/etnia Brancos + Brancas em cargos de gerência e acima em 31/12/N	✓	Número	174	211	259
Headcount por raça/etnia Brancos + Brancas em cargos de gerência e acima em 31/12/N	✓	%	50,7%	50,7%	52,0%
Headcount por raça/etnia Outras etnias em cargos de gerência e acima em 31/12/N	✓	Número	29	19	22
Headcount por raça/etnia Outras etnias em cargos de gerência e acima em 31/12/N	✓	%	8,5%	4,6%	4,4%
Headcount na alta administração em 31/12/N		Número	24	35	40
Headcount por raça/etnia Negros + Negras na alta administração em 31/12/N		%	8,3%	11,4%	12,5%
Headcount do gênero feminino na alta administração em 31/12/N		%	29,2%	25,7%	25,0%
Headcount de colaboradoras mulheres negras na alta administração em 31/12/N		%	0%	0%	0%
Número de pessoas com deficiência na empresa em 31/12/N	✓	Número	2.574	3.206	4.056
Pessoas com deficiência em 31/12/N	✓	%	5,3%	5,3%	5,3%
Alunos em alternância (ensino profissionalizante) e aprendizes em 31/12/N	✓	Número	1.500	1.964	2.352
Alunos em alternância (ensino profissionalizante) e aprendizes em 31/12/N	✓	%	3,1%	3,3%	3,1%
Turnover	✓	%	-	24,5%	29,0%
% TO Involuntário Acum.	✓	%	-	-	6,8%
% TO Voluntário Acum.	✓	%	-	-	22,2%

Indicador	Indicador Auditado	Unidade	2020	2021	2022
Número de mulheres que voltaram de LM e tiveram desligamento involuntário dentro de 12 meses após o retorno	✓	Número	-	-	246
% de mulheres que voltaram de LM e tiveram desligamento involuntário dentro de 12 meses após o retorno	✓	%	-	-	20,8%
Número de mulheres que voltaram de LM e tiveram desligamento voluntário dentro de 12 meses após o retorno	✓	Número	-	-	90
% de mulheres que voltaram de LM e tiveram desligamento voluntário dentro de 12 meses após o retorno	✓	%	-	-	7,6%
<b>Saúde e segurança ocupacional</b>	<b>Indicador Auditado</b>	<b>Unidade</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Acidentes de trabalho com licença de 1 dia pelo menos	✓	Número	459	607	771
Dias de licença decorrentes de acidente de trabalho	✓	Dias	28.943	20.356	7.697
Número total de horas ausentes devido a acidente de trabalho, doença ordinária e doenças profissionais	✓	Horas	6.883.681	8.504.434	10.105.123
Taxa de frequência de acidentes de trabalho com uma interrupção de pelo menos 1 dia - com base no total de horas reais trabalhadas	✓	%	4,0%	4,6%	4,8%
Índice de absenteísmo por acidente de trabalho e doença, com base no total de horas trabalhadas	✓	%	5,7%	6,1%	5,9%
Número de acidentes fatais ocorridos no ano	✓	Número	-	0	0
<b>Treinamentos</b>	<b>Indicador Auditado</b>	<b>Unidade</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
"Número total de horas de treinamento de colaboradores(as)"	✓	Horas	1.487.395	2.359.293	5.258.225
"Número de horas de treinamento por colaborador(a)"	✓	Horas	32	45	59
Valor total investido pela empresa em treinamentos		BRL	17.953.139	24.740.450	30.180.780
"Valor médio gasto em treinamentos por colaborador(a) Equivalente a Período Integral"		BRL	372	418	416
Número de colaboradores(as) que realizaram treinamento sobre Diversidade e Direitos Humanos	✓	Número	-	47.881	49.918
Número de colaboradores(as) que realizaram treinamento sobre Diversidade e Direitos Humanos	✓	%	-	-	56,4%
Número de horas de treinamentos de Diversidade	✓	Horas	-	44.480	81.468
Número de colaboradores(as) que realizaram treinamento sobre <i>Compliance</i>	✓	Número	-	51.292	47.766
Número de colaboradores(as) que realizaram treinamento sobre <i>Compliance</i>	✓	%	-	-	54,0%
Número de colaboradores(as) que realizaram treinamento sobre LGPD	✓	Número	-	37.268	24.281
Número de colaboradores(as) que realizaram treinamento sobre LGPD	✓	%	-	-	27,4%
Número de colaboradores(as) que realizaram treinamento sobre Ética e Integridade	✓	Número	-	29.639	31.031
Número de colaboradores(as) que realizaram treinamento sobre Ética e Integridade	✓	%	-	-	35,1%
Número de colaboradores(as) que realizaram treinamento sobre Combate à Corrupção	✓	Número	-	2.039	6.388

Indicador	Indicador Auditado	Unidade	2020	2021	2022
Número de colaboradores(as) que realizaram treinamento sobre Combate à Corrupção	✓	%	-	-	7,2%
Número de colaboradores(as) que realizaram treinamento sobre Temas Regulatórios	✓	Número	-	2.596	1.672
Número de colaboradores(as) que realizaram treinamento sobre Temas Regulatórios	✓	%	-	-	1,9%
<b>Ouvidoria</b>					
<b>Denúncias</b>	<b>Indicador Auditado</b>	<b>Unidade</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
% de denúncias nos canais da Ouvidoria relacionadas à ética tratadas e concluídas	✓	%	100 %	100 %	100 %
<b>Produtos/Portfólio comercializados</b>	<b>Indicador Auditado</b>	<b>Unidade</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
% do faturamento obtido com a venda de ovos livres de gaiolas, caipira e orgânicos de marcas nacionais (em relação à venda total de ovos)	✓	%	-	2,67%	4,40%
Produtos Alimentícios de Marca Exclusiva	✓	Número	-	25	36
Número de produtos não alimentares, incluindo DPH, de marcas exclusivas	✓	Número	-	33	26
Número de produtos orgânicos de marcas nacionais	✓	Número	-	177	214
<b>Auditorias sociais</b>	<b>Indicador Auditado</b>	<b>Unidade</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Número de auditorias sociais / de condições de trabalho de fornecedores internacionais com fábricas em países com vulnerabilidade social	✓	Número	-	4	5
Número de fábricas de fornecedores internacionais auditados em condições de trabalho	✓	%	-	-	71%
Número de auditorias sociais / de condições de trabalho em fábricas de fornecedores de marcas exclusivas localizadas no Brasil	✓	Número	-	4	25
Número de fábricas de fornecedores de marcas exclusivas auditadas em condições de trabalho	✓	%	-	-	96,2%
<b>Combate às Mudanças Climáticas<sup>4</sup></b>					
<b>Água</b>	<b>Indicador Auditado</b>	<b>Unidade</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Total de água potável do sistema	✓	m <sup>3</sup>	912.036	1.320.091	1.011.583
Consumo de água proveniente de concessionárias por m <sup>2</sup> de loja	✓	m <sup>3</sup> /m <sup>2</sup>	2,2	1,7	1,9
<b>Consumo de energia</b>	<b>Indicador Auditado</b>	<b>Unidade</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Total da energia consumida	✓	MWh	392.160	488.044	559.165
Consumo de eletricidade por m <sup>2</sup> /Loja	✓	KWh/m <sup>2</sup>	610	642	588
Consumo de energia de autogeração + Consumo de energia verde	✓	MWh	111.428	421.688	548.221
Proporção de outras fontes renováveis (mercado Livre e autogeração)		%	28%	86%	98%
Sites com autoconsumo de energia produzida (usinas solares fotovoltaicas)		Número	-	7	6
Consumo de gás natural	✓	MWh PCI	364	424	665
Consumo de Gás Liquefeito de Petróleo (GLP)	✓	MWh PCI	16.455	19.266	22.197
Consumo de óleo diesel (gerador)	✓	Litros (L)	6.944.551	2.810.159	2.367.832

Indicador	Indicador Auditado	Unidade	2020	2021	2022
Consumo de Gasolina	✓	Litros (L)	1.027,08	648,52	942,97
Consumo de Etanol	✓	Litros (L)	287,94	643,34	26,39
Consumo de Diesel (frota)	✓	Litros (L)	-	-	-
Consumo de Biodiesel (frota)	✓	Litros (L)	-	-	-
<b>Manutenção</b>	<b>Indicador Auditado</b>	<b>Unidade</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Número total de lojas com sistema de refrigeração com consumo de gases refrigerantes naturais	✓	Número	-	-	-
Número de lojas que implementaram sistema de refrigeração com consumo de gases refrigerantes naturais no ano N	✓	Número	-	-	2
Número de lojas que realizaram retrofit (substituição) dos equipamentos com consumo gás R22 no ano N	✓	Número	-	-	11
<b>Consumo de fluidos refrigerantes - ar-condicionado</b>	<b>Indicador Auditado</b>	<b>Unidade</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
R404A	✓	kg	55	356	179
R134A	✓	kg	476	506	231
R22	✓	kg	722	1.310	938
R410A	✓	kg	804	843	1.379
Outros fluidos para ar-condicionado	✓	kg	198	188	165
<b>Consumo de fluidos refrigerantes - frio alimentar</b>	<b>Indicador Auditado</b>	<b>Unidade</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
R404A (refrigerante)	✓	kg	3191	5.038	5.024
R134A	✓	kg	3123	1.886	4.015
R22	✓	kg	35.454	35.454	18.720
R410A	✓	kg	295	521	370,51
Outros fluidos refrigerantes	✓	kg	119	1.261	309
<b>Resíduos da operação</b>	<b>Indicador Auditado</b>	<b>Unidade</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Papelão para reciclagem	✓	ton	32.907	36.125	40.774
Plástico para reciclagem	✓	ton	4.865	5.996	6.841
Resíduos orgânicos para compostagem	✓	ton	1.102	1.250	1.613
Sucatas e Metais para Reciclagem	✓	ton	567	1.887	797
Outros para Reciclagem	✓	ton	375	0	0
Rejeitos (aterro)	✓	ton	62.245	70.479	72.770
Óleo de cozinha usado para Reciclagem	✓	ton	-	104	113
Peso total de alimentos e volumes de resíduos usados para fins alternativos (compostagem + doação)	✓	ton	3.352	2.476	3.384
Taxa de resíduos reutilizados (% valorização) período anual (jan a dez/2022)	✓	%	39	40	42



Indicador	Indicador Auditado	Unidade	2020	2021	2022
<b>Resíduos de clientes</b>	<b>Indicador Auditado</b>	<b>Unidade</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Volume de resíduos descartados nas Estações de Reciclagem - clientes	✓	Ton	462	328	445
Pilhas	✓	Ton		17,6	18,0
Lâmpadas de baixo consumo	✓	Ton		14,1	13,1
Resíduos eletroeletrônicos	✓	Ton		4,9	9,2
Materiais plásticos	✓	Ton		56,7	48,3
Papéis	✓	Ton		154,5	254,9
Sucatas em metal	✓	Ton		10,0	20,7
Vidro	✓	Ton		50,5	61,6
Outros resíduos de clientes	✓	Ton		20	19,3
<b>Combate ao desperdício de alimentos</b>	<b>Indicador Auditado</b>	<b>Unidade</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Volume de doações de FLV – Frutas Legumes e Verduras (doações diretas e Programa Destino Certo)	✓	ton	2.150	1.226	1.771
Número de lojas que realizaram doações de alimentos	✓	Número	100	102	182
<b>Emissões por escopo<sup>4</sup></b>	<b>Indicador Auditado</b>	<b>Unidade</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Emissões em carbono - Escopo 1		tCO2e	110.274	87.415	84.640,94
Emissões em carbono - Escopo 2		tCO2e	30.869	69.558	28.951 <sup>2</sup>
Emissões em carbono - Escopo 3		tCO2e	60.622	69.238	360.582,31
<b>Engajamento com a Sociedade</b>					
<b>Investimento social</b>	<b>Indicador Auditado</b>	<b>Unidade</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Volume de alimentos doados em toneladas (cestas básicas)	✓	Ton	-	1.374,0	242,7
Número de beneficiários das ações das fundações ou das parcerias solidárias	✓	Número	176	1.278	13.118
Número de instituições beneficiadas	✓	Número	-	-	209
Investimento em doações	✓	BRL	-	-	7.954.883,0
Investimento por meio das leis de incentivo		BRL	-	0	0
<b>Academia Assaí Bons Negócios</b>	<b>Indicador Auditado</b>	<b>Unidade</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Academia: número de pessoas certificadas	✓	Número	-	8.014	13.043

Indicador	Indicador Auditado	Unidade	2020	2021	2022
<b>Outros indicadores sociais</b>	<b>Indicador Auditado</b>	<b>Unidade</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Contribuições a Associações de Classe		BRL	-	119.724	110.542
<i>Net Promoter Score</i>	✓	Índice NPS	-	53	69
Número de fornecedores de carne bovina ativos(as) em 31/12/N (fornecedores frigoríficos e processadores)	✓	Número	-	-	22
Número de fornecedores aderentes à Política de Compras de Carne Bovina (homologação) (fornecedores frigoríficos e processadores)	✓	Número	-	-	22
Número de fornecedores aderentes à Política de Compras de Carne Bovina (homologação) (fornecedores frigoríficos e processadores)	✓	%	-	-	100%
Número de fornecedores diretos(as) de carne bovina com sistema de geomonitoramento próprio e com rastreabilidade ativa (fornecedores frigoríficos)	✓	Número	-	-	9
Número de fornecedores diretos(as) de carne bovina com sistema de geomonitoramento próprio e com rastreabilidade ativa (fornecedores frigoríficos)	✓	%	-	-	100%
Número de fazendas de carne bovina que foram reanalisadas (double-check) - Sistema de Geomonitoramento	✓	Número	-	-	20.650
Número de fornecedores nacionais que apresentaram não conformidades e foram bloqueados(as) (fornecedores frigoríficos e processadores) - acumulado até N	✓	Número	-	-	30
Número de fornecedores de carne bovina bloqueados(as) - permanecem bloqueados 31/12/2022	✓	Número	-	-	25
Número de fornecedores de carne bovina que apresentaram não conformidades e planos de ação, e retornaram a fornecer ao ASSAÍ (fornecedores frigoríficos e processadores) - acumulado até N	✓	Número	-	-	5
% do volume de carne bovina com rastreabilidade	✓	%	-	-	100%
<b>Treinamentos</b>	<b>Indicador Auditado</b>	<b>Unidade</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Distribuição das horas de treinamento por gênero feminino das colaboradoras	✓	Horas	-	-	56
Distribuição das horas de treinamento por gênero masculino dos colaboradores	✓	Horas	-	-	61
Distribuição das horas de treinamento por cargo dos(as) colaboradores(as) - gerentes e acima	✓	Horas	-	-	33
Distribuição das horas de treinamento por cargo dos(as) colaboradores(as) - média liderança	✓	Horas	-	-	64
Distribuição das horas de treinamento por cargo dos(as) colaboradores(as) - não líderes	✓	Horas	-	-	58

**Notas:**

- Os indicadores desta tabela seguem metodologia própria do Grupo Casino, exceto indicadores de controle específico do Assaí.
- As áreas de venda se referem a unidades próprias (detidas e sob controle operacional) que exerceram alguma atividade entre 1º de outubro de 2021 a 30 de setembro de 2022. Estão excluídos todos os estabelecimentos adquiridos, abertos ou fechados durante o período.
- Os indicadores ambientais contemplados na metodologia própria do Grupo Casino estão indicados ao longo do texto, considerando as mesmas premissas indicadas na nota número 2 (áreas de vendas). O escritório administrativo é contemplado quando aplicável.
- Os dados de emissões anos-base 2022 estão sujeitos a mudança após conclusão do processo de verificação de terceira parte e estarão disponíveis no site <https://registropublicodeemissoes.fgv.br/>



KPMG Auditores Independentes Ltda.  
Rua Verbo Divino, 1400 - Parte, Chácara Santo Antônio,  
CEP 04719-911, São Paulo - SP  
Caixa Postal 79518 - CEP 04707-970 - São Paulo - SP - Brasil  
Telefone 55 (11) 3940-1500  
kpmg.com.br

## Relatório de asseguração limitada dos auditores independentes sobre as informações não financeiras constantes no Relatório Anual e de Sustentabilidade

Ao Conselho de Administração e Acionistas  
Sendas Distribuidora S.A.  
Rio de Janeiro – RJ

### Introdução

Fomos contratados pela Sendas Distribuidora S.A. ("Sendas" e/ou "Assaí" ou "Companhia") com o objetivo de aplicar procedimentos de asseguração limitada sobre as informações de sustentabilidade divulgadas no "Relatório Anual e de Sustentabilidade Assaí 2022" ("Relatório") do Assaí, relativas ao exercício findo em 31 de dezembro de 2022.

Nossa asseguração limitada não se estende a informações de períodos anteriores ou a qualquer outra informação divulgada em conjunto com o Relatório, incluindo quaisquer imagens, arquivos de áudio ou vídeos incorporados.

### Responsabilidades da administração da Sendas

A administração da Sendas é responsável por:

- selecionar e estabelecer critérios adequados para a elaboração das informações constantes no Relatório;
- preparar as informações de acordo com a metodologia do Grupo Casino e metodologia própria e com os controles internos que ela determinou como necessários para permitir a elaboração dessas informações livres de distorção relevante, independentemente se causada por fraude ou erro.

### Responsabilidade dos auditores independentes

Nossa responsabilidade é expressar conclusão sobre as informações não financeiras constantes no Relatório, com base nos trabalhos de asseguração limitada conduzidos com base na NBC TO 3000 – Trabalhos de Asseguração Diferente de Auditoria e Revisão, também emitida pelo CFC, que é equivalente à norma internacional ISAE 3000 – Assurance engagements other than audits or reviews of historical financial information, emitida pelo International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB). Essas normas requerem o cumprimento pelo auditor de exigências éticas, independência e demais responsabilidades referentes a ela, inclusive quanto à aplicação da Norma Brasileira de Controle de Qualidade (NBC PA 01) e, portanto, a manutenção de sistema de controle de qualidade abrangente, incluindo políticas documentadas e procedimentos sobre o cumprimento de requerimentos éticos, normas profissionais e requerimentos legais e regulatórios aplicáveis.



Adicionalmente, as referidas normas requerem que o trabalho seja planejado e executado com o objetivo de obter segurança limitada de que as informações não financeiras constantes no Relatório, tomadas em conjunto, estão livres de distorções relevantes. Um trabalho de asseguração limitada conduzido de acordo com a NBC TO 3000 (ISAE 3000) consiste principalmente de indagações à administração da Sendas e outros profissionais da Companhia que estão envolvidos na elaboração das informações constantes no Relatório, assim como pela aplicação de procedimentos analíticos para obter evidências que nos possibilitem concluir na forma de asseguração limitada sobre as informações de sustentabilidade tomadas em conjunto. Um trabalho de asseguração limitada requer, também, a execução de procedimentos adicionais, quando o auditor independente toma conhecimento de assuntos que o levem a acreditar que as informações divulgadas no Relatório, tomadas em conjunto, podem apresentar distorções relevantes.

Os procedimentos selecionados basearam-se na nossa compreensão dos aspectos relativos à compilação dos dados alinhados a metodologia Casino das informações constantes no Relatório, em que distorções relevantes poderiam existir. Os procedimentos compreenderam:

- planejamento dos trabalhos, considerando o volume de informações quantitativas e qualitativas e dos sistemas operacionais e de controles internos que serviram de base para a elaboração do Relatório. Esta análise definiu os indicadores a serem testados em detalhe;
- o entendimento da metodologia Casino de cálculos e dos procedimentos para a compilação dos indicadores por meio de indagações com os gestores responsáveis pela elaboração das informações;
- a aplicação de procedimentos analíticos sobre as informações quantitativas e indagações sobre as informações qualitativas e sua correlação com os indicadores Casino divulgados nas informações constantes no Relatório Anual e de Sustentabilidade Assaí 2022; e
- para os casos em que os dados não financeiros se correlacionem com indicadores de natureza financeira, o confronto desses indicadores com as demonstrações contábeis e/ou registros contábeis.
- análise dos processos para a elaboração do Relatório e da sua estrutura e conteúdo, com base nos critérios definidos pela Sendas;
- avaliação dos seguintes indicadores contratados:
  - Taxa de resíduos reutilizados (% valorização)
  - % de denúncias nos canais da Ouvidoria relacionadas à ética tratadas e concluídas
  - % do faturamento obtido com a venda de ovos livres de gaiolas, caprina e orgânicos de marcas nacionais (em relação à venda total de ovos)
  - % do volume de carne bovina com rastreabilidade
  - Academia Assaí: Número de pessoas certificadas
  - Consumo de água proveniente de concessionárias por m<sup>2</sup> de loja
  - Consumo de Biodiesel para carros
  - Consumo de Diesel para carros



- Consumo de energia de autogeração + Consumo de energia verde
- Consumo de eletricidade por m<sup>2</sup>/Loja
- Consumo de Etanol para carros
- Consumo de Gasolina para carros
- Consumo de óleo diesel para geradores
- Consumo Gás Natural
- Consumo de Gás Liquefeito de Petróleo (GLP)
- Headcount de colaboradores(as) em cargos de gerência e acima em 31/12/N
- Headcount e % colaboradores(as) por raça/etnia (brancos, pretos/pardos e outras raças/etnias) dos cargos de gerência e acima 31/12/N
- Headcount e % de alunos(as) em alternância (ensino profissionalizante)
- Headcount e % de colaboradoras mulheres negras por cargos de gerência e acima em 31/12/N
- Headcount e % de colaboradores(as) com deficiência na empresa em 31/12/N
- Headcount e % de colaboradores(as) por faixas etárias (< 30 anos, de 30 a 50 anos e > 50 anos) em 31/12/N
- Headcount e % de colaboradores(as) por gênero em cargos de gerência e acima em 31/12/N
- Headcount e % de colaboradores(as) por raça/etnia (brancos, pretos/pardos e outras raças/etnias) em 31/12/N
- Headcounts e % de colaboradores em meio período em 31/12/N
- Headcounts e % de colaboradores em período integral em 31/12/N
- Headcounts e % por gênero em 31/12/N
- Headcounts inscritos em 31/12/N
- Instituto Assaí: Investimento em doações
- Instituto Assaí: Número de beneficiários diretos(as)
- Instituto Assaí: Número de instituições beneficiadas
- Instituto Assaí: Número de lojas que realizaram doações de alimentos
- Instituto Assaí: Volume de alimentos doados em toneladas (doações diretas)
- NPS - Net Promoter Score
- Número de acidentes de trabalho com licença de 1 dia pelo menos
- Número de acidentes fatais ocorridos no ano
- Número de dias de licença decorrente de acidente de trabalho
- Número de fazendas de carne bovina que foram reanalisadas (double-check) - Sistema de Monitoramento
- Número de fornecedoras de carne bovina alivios(as) em 31/12/N (fornecedoras frigoríficos e processadores)



- Número de fornecedores de carne bovina bloqueados(as) - permanecem bloqueados 31/12/2022
- Número de fornecedores de carne bovina que apresentaram não conformidades e planos de ação, e retornaram a fornecer ao ASSAÍ (fornecedores frigoríficos e processadores) - acumulado até N
- Número de fornecedores nacionais que apresentaram não conformidades e foram bloqueados(as) (fornecedores frigoríficos e processadores) - acumulado até N
- Número de horas de treinamento por colaborador(a)
- Número de horas de treinamentos de Diversidade
- Número de lojas que implementaram sistema de refrigeração com consumo de gases refrigerantes naturais no ano N
- Número de lojas que realizaram retrofit (substituição) dos equipamentos com consumo gás R22 no ano N
- Produtos Alimentícios de Marca Exclusiva
- Número de produtos não alimentares, incluindo DPH, de marcas exclusivas
- Número de produtos orgânicos de marcas nacionais
- Número e % de colaboradores(as) que realizaram treinamento sobre Combate à Corrupção
- Número e % de colaboradores(as) que realizaram treinamento sobre Compliance
- Número e % de colaboradores(as) que realizaram treinamento sobre Diversidade e Direitos Humanos
- Número e % de colaboradores(as) que realizaram treinamento sobre Ética e Integridade
- Número e % de colaboradores(as) que realizaram treinamento sobre LGPD
- Número e % de colaboradores(as) que realizaram treinamento sobre Temas Regulatórios
- Número e % de fábricas de fornecedores de marcas exclusivas auditadas em condições de trabalho
- Número e % de fábricas de fornecedores internacionais auditadas em condições de trabalho
- Número e % de fornecedores aderentes à Política de Compras de Carne Bovina (homologação) (fornecedores frigoríficos e processadores)
- Número e % de fornecedores diretos(as) de carne bovina com sistema de monitoramento próprio e com rastreabilidade ativa (fornecedores frigoríficos)
- Número e % de mulheres que voltaram de LM e tiveram desligamento involuntário dentro de 12 meses após o retorno
- Número e % de mulheres que voltaram de LM e tiveram desligamento voluntário dentro de 12 meses após o retorno
- Número total de horas ausentes devido a acidente de trabalho, doença ordinária e doenças profissionais
- Número total de horas de treinamento de colaboradores



- Número total de lojas com sistema de refrigeração com consumo de gases refrigerantes naturais
  - Óleo de cozinha usado para Reciclagem
  - Outros para Reciclagem
  - Papelão para reciclagem
  - Peso total de alimentos e volumes de resíduos usados para fins alternativos (compostagem + doação)
  - Plástico para reciclagem
  - Rejeitos
  - Resíduos orgânicos para compostagem
  - Sucatas e Metais para Reciclagem
  - Índice de absentismo por acidente de trabalho e doença, com base no total de horas trabalhadas
  - Taxa de frequência de acidentes de trabalho com uma interrupção de pelo menos 1 dia - com base no total de horas reais trabalhadas
  - Todos gases refrigerantes para ar condicionado
  - Todos gases refrigerantes para equipamentos de refrigeração
  - Total de água potável do sistema
  - Total da energia consumida
  - Turnover geral da companhia (acumulado ano N)
  - % Turnover involuntário da companhia (acumulado ano N)
  - % Turnover voluntário da companhia (acumulado ano N)
  - Volume de doações de FLV – Frutas Legumes e Verduras (doações diretas e Programa Destino Certo)
  - Volume de resíduos descartados nas Estações de Reciclagem – clientes
  - Número de auditorias sociais / de condições de trabalho de fornecedores internacionais com fábricas em países com vulnerabilidade social
  - Número de auditorias sociais / de condições de trabalho em fábricas de fornecedores de marcas exclusivas localizadas no Brasil
  - Distribuição das horas de treinamento por gênero dos(as) colaboradores(as)
  - Distribuição das horas de treinamento por cargo dos(as) colaboradores(as)
- g.** aplicação de procedimentos analíticos sobre as informações quantitativas e indagações sobre as informações qualitativas e sua correlação com os indicadores divulgados no Relatório;
- Acreditamos que a evidência obtida em nosso trabalho é suficiente e apropriada para fundamentar nossa conclusão na forma limitada.



#### Alcance e limitações

Os procedimentos executados em trabalho de asseguaração limitada variam em termos de natureza e época e são menores em extensão do que em trabalho de asseguaração razoável. Consequentemente, o nível de segurança obtido em trabalho de asseguaração limitada é substancialmente menor do que aquele que seria obtido, se tivesse sido executado um trabalho de asseguaração razoável. Caso tivéssemos executado um trabalho de asseguaração razoável, poderíamos ter identificado outros assuntos e eventuais distorções que podem existir nas informações constantes no Relatório. Dessa forma, não expressamos uma opinião sobre essas informações.

Os dados não financeiros estão sujeitos a mais limitações inerentes do que os dados financeiros, dada a natureza e a diversidade dos métodos utilizados para determinar, calcular ou estimar esses dados. Interpretações qualitativas de materialidade, relevância e precisão dos dados estão sujeitos a pressupostos individuais e a julgamentos. Adicionalmente, não realizamos qualquer trabalho em dados informados para os períodos anteriores, nem em relação a projeções futuras e metas.

Os dados avaliados se limitaram aos indicadores reportados conforme metodologia do Casino e metodologia própria, não fazendo parte do escopo a análise do preparo das informações de acordo com os critérios e diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI – Standards), materialidade, análise da razoabilidade das justificativas das omissões de indicadores de desempenho associados a aspectos e tópicos apontados como materiais na análise de materialidade da Companhia e outros padrões de relato mencionados no Relatório.

#### Conclusão

Com base nos procedimentos realizados, descritos neste relatório e nas evidências obtidas, nada chegou ao nosso conhecimento que nos leve a acreditar que as informações não financeiras constantes no Relatório para o exercício findo em 31 de dezembro de 2022 do "Relatório Anual e de Sustentabilidade Assaí 2022", não foram elaboradas, em todos os aspectos relevantes, de acordo com a metodologia do Grupo Casino e com os registros e arquivos que serviram de base para a sua preparação.

São Paulo, 13 de Abril de 2023

KPMG Auditores Independentes Ltda.  
CRC 2SP014428/O-6



Sebastian Yoshizato Soares  
Contador CRC 1SP257710/O-4

## (1) Total de energia consumida, (2) porcentagem da rede eletricidade, (3) porcentagem renovável |SASBCG-MR-130a.1|

	2020	2021	2022
Consumo total de energia (GJ)	2.035.744,16	2.118.447,61	2.467.725,53
Percentual de energia elétrica consumida da rede (%)	57%	10%	5%
Percentual de energia renovável consumida* (%)	43%	90%	95%

\*Considera apenas energia renovável com certificado (IREC) ou garantia de origem. Foi utilizado, como fator de conversão, 1 megawatt-hora equivalente a 3,6 gigajoules.

## (1) Taxa de rotatividade voluntária e (2) involuntária para funcionários(as) da loja\* |SASB CG-MR-310a.2|

	2020	2021	2022
Taxa de rotatividade voluntária = total de demitidos voluntariamente / total de funcionários	12,3%	15,9%	19,4%
Taxa de rotatividade involuntária = total de demitidos involuntariamente / total de funcionários	11,7%	8,2%	11,2%

\*O escopo de divulgação exclui funcionários(as) e executivos(as) corporativos(as). Todos os cálculos são baseados no número de funcionários(as) da loja e do Centro de Distribuição, no período de janeiro a dezembro.

## Representatividade de gênero e grupo racial/étnico entre (1) administradores(as) e (2) demais empregados(as) | SASB CG-MR-330a.1|

	2020	2021	2022
Número total de funcionários(as) - gestão	343	416	498
Número de funcionárias - mulheres - gestão	78	110	128
Número de funcionários - homens - gestão	265	306	370
Percentual de mulheres em cargos de gestão	22,7%	26,4%	25,7%
Percentual de homens em cargos de gestão	77,3%	73,6%	74,3%
Número total de funcionários(as) - demais	48.542	59.704	75.526
Número de funcionárias - mulheres - demais	23.339	28.908	37.008
Número de funcionários - homens - demais	25.203	30.796	38.518
Percentual de mulheres - demais cargos	48,1%	48,4%	49,0%
Percentual de homens - demais cargos	51,9%	51,6%	51,0%
Número total de funcionários negros - gestão	140	186	174
Percentual de funcionários negros - gestão	41%	45%	35%
Número total de funcionárias negras - gestão	23	37	43
Percentual de funcionárias negras - gestão	7%	9%	9%

## Estrutura TCFD

RECOMENDAÇÕES TCFD	RESPOSTA
<b>Governança</b>	
Divulgar a governança da Companhia sobre riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas	
<p>a) Descreva como o Conselho supervisiona os riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas</p>	<p>Nossa estratégia de sustentabilidade integra os temas prioritários para o planejamento e o desenvolvimento estratégico do negócio. Esses temas são avaliados e priorizados com <i>stakeholders</i> durante a revisão da materialidade (o processo mais atual foi conduzido em 2022) e anualmente na análise de riscos. A consulta de materialidade se baseou em entrevistas qualitativas e pesquisas quantitativas com a participação de <i>stakeholders</i>. Para cada tema material foi estabelecida uma estratégia de atuação, assim como compromissos públicos, validados pelo Comitê de Governança Corporativa e Sustentabilidade.</p> <p>Além disso, por meio de seis eixos de atuação conectados ao CRS Program, programa do Grupo Casino (controlador do Assaí), definimos e acompanhamos diretrizes para mitigação de riscos socioambientais, bem como direcionamos e potencializamos a criação de valor positivo aos nossos <i>stakeholders</i>. Os riscos, responsáveis e planos de ações avaliados pelo CRS Program são apresentados ao comitê de Governança e Sustentabilidade, ao Comitê de Auditoria e aprovados pelo Conselho de Administração anualmente.</p> <p>Desde 2021, após a cisão do GPA, o Assaí instituiu seu próprio Comitê de Governança Corporativa e Sustentabilidade, órgão de assessoramento do Conselho de Administração responsável por orientar, recomendar e assegurar a adoção das melhores práticas de sustentabilidade, promovendo discussões sobre novas agendas socioambientais, compromissos, políticas e iniciativas para o desenvolvimento sustentável nos níveis da Alta Administração, monitorando os principais indicadores ESG (incluindo emissões de GEE) e avaliando políticas e práticas sobre questões críticas de alto impacto identificadas na matriz de riscos e na matriz de materialidade. O acompanhamento da estratégia de sustentabilidade é realizado pelo Comitê de Governança Corporativa e Sustentabilidade para todos os temas ESG.</p> <p>Cabe também a esse órgão monitorar o cumprimento das exigências da legislação brasileira e demais órgãos fiscalizadores do mercado e incentivar a evolução dos compromissos, práticas e processos adotados pela empresa, como a redução de emissões de GEE e a agenda de mobilização e posicionamento institucional sobre o tema emergência climática.</p> <p>Periodicamente, o Comitê de Governança Corporativa e Sustentabilidade realiza reuniões pré-agendadas que visam questionar, recomendar e orientar as estratégias e posicionamentos de longo e médio prazos das agendas previamente diagnosticadas como críticas ao tema das mudanças climáticas. Por isso, o Comitê estimula o aprimoramento das práticas e processos adotados pela empresa ligados à redução de emissões de GEE, proteção da biodiversidade e ao posicionamento institucional frente às mudanças climáticas, como ações sobre gases refrigerantes, eficiência energética, resíduos, embalagens, desperdício de alimentos, entre outros. Uma vez aprovada a estratégia, temos a responsabilidade de monitorar o andamento dos impactos por meio de metas e compromissos assumidos.</p>
<p>b) Descreva o papel do Conselho na avaliação e gestão de riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas</p>	<p>O Conselho de Administração, órgão máximo de governança da empresa, tem em seu estatuto a aprovação da estratégia de sustentabilidade, incluindo questões relacionadas ao clima. Por meio de seus órgãos consultivos, acompanha atualizações e recomendações para que a agenda climática seja analisada sob diversos pontos de vista, como impacto na cadeia, riscos físicos e financeiros, perspectivas regulatórias e adesão à cultura da empresa. Além disso, o Conselho de Administração é o órgão responsável por direcionar a empresa aos planos de médio e longo prazos aderentes à transformação com a agenda do clima.</p> <p>O Conselho de Administração conta com o assessoramento do Comitê de Auditoria, responsável por monitorar os riscos e os respectivos planos de ação por meio de KPIs estratégicos direcionados aos patrocinadores de cada tema. É a partir das análises desse comitê que são elaborados os planos de ação, que serão validados com as áreas correspondentes no momento do mapeamento dos riscos, em um processo integrado, que é validado e acompanhado pelo Conselho de Administração. O comitê avalia riscos, desempenho de KPIs, alinhamento e eficácia das ações às políticas, metas e compromissos da empresa e planejamento financeiro estratégico. Em conjunto com o Comitê de Auditoria e Comitê de Riscos, o Comitê de Governança Corporativa e Sustentabilidade discute como os riscos climáticos e socioambientais poderão impactar a estratégia da Companhia. Juntos, avaliam, monitoram e sensibilizam o Conselho de Administração.</p> <p>Em 2020 foi estabelecida uma meta de redução de GEE de 38% até 2030, considerando os escopos 1 e 2 (sendo que 30% até 2025, ano-base 2015), e os objetivos anuais relacionadas a ela passaram a ser indicadores atrelados à remuneração variável dos cargos elegíveis a partir de 2021.</p>

RECOMENDAÇÕES TCFD	RESPOSTA
<b>Estratégia</b>	
Divulgar os impactos reais e potenciais de riscos e oportunidade relacionados às mudanças climáticas sobre os negócios, a estratégia e o planejamento financeiro da organização, sempre que tais informações forem relevantes	
<p>a) Descreva os riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas que a organização identificou nos curto, médio e longo prazos</p>	<p>O processo de mapeamento de riscos e oportunidades segue os protocolos e metodologias estabelecidos pelo Grupo Casino, cujas práticas adotadas são aderentes às normas internacionais e incluem o aprimoramento frequente dos mecanismos de controles internos e de suas ações de prevenção e mitigação de impactos. O Assaí tem incluído os riscos e oportunidades socioambientais no processo de planejamento estratégico e financeiro da Companhia.</p> <p>Os riscos e oportunidades mapeados serviram de base para revisão da Política Ambiental, bem como auxiliaram na definição de metas e compromissos. A partir do mapeamento, são definidas ações para redução do risco, assim como indicadores para acompanhamento da performance, essas iniciativas são acompanhadas pelo Comitê de Sustentabilidade e Governança, pelo Comitê de Auditoria e reportadas ao Conselho de Administração.</p> <p>Os horizontes de tempo no varejo e atacado são bastante curtos, e mesmo os mais longos costumam ser curtos na comparação com outros setores. O horizonte de curto prazo adotado é de até um ano, enquanto o horizonte de médio varia de um a dois anos e o horizonte de longo prazo varia de dois a dez anos. A seguir, podem ser vistos alguns exemplos de riscos e oportunidades e as medidas adotadas para mitigar os riscos e explorar as oportunidades.</p> <p>No curto prazo, por exemplo, há monitoramento mensal de KPIs estratégicos relacionados à agenda climática, como a redução absoluta de gases de efeito estufa dos escopos 1 e 2 – a meta anual de 2022 foi alcançada, com redução de 12,3% em comparação com o ano anterior (2021 vs. 2020); aumento da valorização de resíduos, com maior volume desviado do aterro – redução de 11,1% no volume por metro (kg/m<sup>2</sup>) entre 2021 e 2022; aumento do consumo de energia renovável em nossas operações – o que significa uma evidente evolução a cada mês, atingindo um total de 258 lojas no mercado livre de energia no fim de 2022, representando 98,1% do parque total de lojas.</p> <p>Acompanhamos, por meio de metas anuais, o andamento da modernização dos equipamentos para redução dos gases de efeito estufa da refrigeração, migração da matriz de consumo para fontes de energia mais limpas, ecoeficiência das lojas e centros de distribuição e gestão adequada de resíduos. Esse mapeamento segue os protocolos e metodologias estabelecidos pelo Grupo Casino, cujas práticas adotadas são aderentes às normas internacionais e incluem o aprimoramento frequente dos mecanismos de controles internos e de suas ações de prevenção e mitigação de impactos.</p> <p>No médio prazo, os resultados acumulados são medidos em termos de: redução de emissões, aumento de energias renováveis na matriz de consumo, modernização de equipamentos e eliminação de gases refrigerantes críticos, melhoria do controle do Escopo 3, entre outros, de forma a criar as melhores ações que se adequem a cada cenário projetado para os próximos anos.</p> <p>Esse monitoramento também atende à meta de longo prazo, que visa reduzir as emissões de escopos 1 e 2 em pelo menos 38% até 2030, considerando 2015 como ano-base.</p> <p>Com o objetivo de reforçar o embasamento científico em nossa estratégia climática, contamos com um estudo elaborado pelo Grupo Casino com apoio da AXA Climate, para a avaliação de impactos de riscos físicos climáticos das operações de todas as unidades de negócios na América Latina, incluindo o Assaí. O estudo classifica os riscos de nossas unidades em todo o Brasil, incluindo lojas e centros de distribuição, avaliados nos horizontes de 2030 e 2050 nas condições dos cenários climáticos RCP 4.5* e RCP 8.5* do IPCC.</p> <p>São avaliados diversos riscos físicos climáticos que podem impactar as operações, tendo sido identificados nas unidades do Assaí os efeitos relacionados a enchentes costeiras e de rios, calor (número de dias muito quentes e índice combinado de calor), durações de períodos de estiagem e de ondas de calor etc., com agravamentos em 2050. Cada unidade é classificada de acordo com seu risco combinado (baixo, moderado, alto ou extremo) e o estudo analisa potenciais consequências às operações e propõe diretrizes para balizar um planejamento que considera os riscos identificados.</p>

\*Caminho da Concentração Representativa (RCP): os valores de 4,5 ou 8,5 referem-se às concentrações médias de dióxido de carbono correspondentes a forçamentos radiativos em uma média global de 4,5 ou 8,5, respectivamente watts por metro quadrado, representando respectivamente aquecimentos médios globais de 2,1 a 3,5 °C (RCP 4.5) e de 3,3 a 5,7 °C (RCP 8.5) até o fim do século 21.



RECOMENDAÇÕES TCFD	RESPOSTA
--------------------	----------

## Estratégia

Divulgar os impactos reais e potenciais de riscos e oportunidade relacionados às mudanças climáticas sobre os negócios, a estratégia e o planejamento financeiro da organização, sempre que tais informações forem relevantes

b) Descreva os impactos dos riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas sobre os negócios, a estratégia e o planejamento financeiro da organização

**Risco 1**

Aumento do custo das matérias-primas – Nos últimos anos temos observado no Brasil um aumento da intensidade e ocorrência de secas e escassez hídrica, e diversos estudos já apontam uma relação desses eventos com o aumento de temperatura provocado pela ação humana. Estes riscos físicos (agudo e crônicos) relacionados às mudanças climáticas que impactam a produção e disponibilidade de produtos e materiais que abastecem as lojas, gerando aumento dos custos de mercado desses itens, e afetando o abastecimento e/ou resultado financeiro da empresa. Os serviços também podem ser afetados, como o preço da eletricidade comprada pela empresa, que pode aumentar, por exemplo em caso de secas prolongadas que afetem a capacidade de geração hidrelétrica, e resultem em maior obrigatoriedade de aquisição de outras fontes de energia com maiores custos de produção. Para o Assaí esse cenário não é diferente. No contexto do abastecimento de energia, por exemplo, verificamos se as potenciais crises hídricas podem se tornar mais recorrentes. Já percebemos o impacto gradativo, dado o aumento dos custos de energia para o negócio. Durante o período de escassez de água no Brasil, em 2021, estimamos que cerca de R\$ 2 milhões foram gastos com o aumento do custo da energia elétrica. Com base nessas evidências e em cenários futuros, buscamos desenvolver intervenções de mitigação, contribuindo para a redução do desperdício e a ampliação do uso de energia renovável de baixo impacto. O Assaí instituiu o ISD (Índice de Sustentabilidade e Diversidade), que integra a remuneração variável dos(as) colaboradores(as) elegíveis – coordenadores(as) até a alta direção – levando em conta um indicador atrelado à redução absoluta de carbono (escopos 1 + 2, ano-base 2015). Há também uma estratégia ambiental e financeira, para migrar a compra de energia para o Mercado Livre de Energia, em que é possível adquirir energia incentivada, proveniente de fontes limpas de geração.

**Risco 2**

Mecanismos de precificação de carbono – risco de transição referente a uma potencial taxa de carbono no Brasil. Já identificamos a predominância do uso de gases de alto potencial de aquecimento global (GWP) em parte significativa de nossas lojas em sistemas de refrigeração como um risco relevante e entendemos que estudos de precificação de carbono permitem subsidiar uma estratégia (voluntária) de mitigação de emissões e identificar e mensurar externalidades socioambientais. Monitoramos o mercado em relação às possíveis taxas a serem cobradas sobre as emissões de carbono no Brasil, uma vez que o assunto vem ganhando relevância no âmbito regulatório. Para o nosso contexto específico, é necessário aprofundar o entendimento sobre o impacto da precificação do carbono, buscando mapear quais áreas do negócio serão afetadas e como esses custos podem ser mitigados.

**Risco 3**

Mandatos e regulamentação de produtos e serviços existentes – Consideramos como risco relevante a predominância do uso de gás refrigerante (R-22) e outros hidrofluorcarbonetos de alto potencial de aquecimento global (GWP) em parte significativa das lojas em sistemas de refrigeração, uma vez que o Programa Brasileiro de Eliminação de HCFC prevê a eliminação do consumo de hidroclorofluorcarbonos em até 2040 no Brasil. A adequação e modernização dos equipamentos para atender à finalidade de substituição do gás gerará impacto financeiro. No entanto, a não adaptação também pode acarretar um alto custo nos médio e longo prazos, por conta do pagamento de multas por descumprimento das normas e legislações vigentes ou mesmo dificuldade e escassez na obtenção de produtos que não são mais vendidos e usados. Em nosso processo de gestão de risco, estamos monitorando os processos de manutenção preventiva e periódica, acompanhando o consumo dos gases refrigerantes nos vazamentos e realizando estudos viáveis para redução e/ou troca de fluidos, visando a redução das emissões de GEE.

**Risco 4**

Inundações e riscos físicos climáticos

O aumento de temperatura associado à ação humana tem gerado uma maior ocorrência de tempestades. Com um volume expressivo de água em um curto período de tempo, as cidades têm sofrido com inundações, podendo ter impactos em processos logísticos, realizada majoritariamente pelo modal rodoviário, dos produtos vendidos pelo Assaí. O não escoamento dos produtos impacta diretamente a venda ao consumidor.

**Oportunidades**

Fonte de Energia – Identificamos que investir em energia solar fotovoltaica é uma estratégia viável e com retorno garantido para a unidade instaladora. O aproveitamento das coberturas de nossas lojas para a instalação de painéis solares representa uma oportunidade para a Companhia. Além de usufruir de energia limpa e renovável, há o benefício de reduzir a dependência das empresas de energia, principalmente no que diz respeito ao chamado sistema de “taxa de bandeira” vigente no Brasil, que tende a aumentar em períodos críticos de estiagem, aumentando a independência da Companhia na compra de energia elétrica e auxilia na mitigação do risco provocado pela escassez hídrica. Também identificou grandes benefícios na adesão ao Mercado Livre de Energia, como a economia financeira pela redução dos custos de negociação e, do ponto de vista da sustentabilidade, a possibilidade de contratação de energia incentivada como incentivo à expansão de fontes de geração renovável, como a solar, eólica, pequenas centrais hidrelétricas e biomassa. Nessa categoria, os compradores obtêm descontos nas tarifas usuais cobradas das concessionárias de energia, resultando em economia financeira e na compra de energia mais verde. Além da redução do custo com aquisição de energia elétrica, estas medidas reduzem a emissão de gases de efeito estufa atrelados ao escopo 2.

RECOMENDAÇÕES TCFD	RESPOSTA
--------------------	----------

### Estratégia

Divulgar os impactos reais e potenciais de riscos e oportunidade relacionados às mudanças climáticas sobre os negócios, a estratégia e o planejamento financeiro da organização, sempre que tais informações forem relevantes

b) Descreva os impactos dos riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas sobre os negócios, a estratégia e o planejamento financeiro da organização

Entendemos ainda que toda produção, transporte e manuseio de alimentos geram emissões significativas de CO2 e, quando os alimentos vão parar em aterros sanitários, geram metano, um potente GEE. Assim, a destinação de frutas, legumes e verduras (FLV) sem atrativos estéticos para venda, mas totalmente aptos ao consumo, auxilia na redução do impacto ambiental (evitando novos volumes destinados a aterros sanitários) e está de acordo com a agenda de responsabilidade social da empresa (contribuir como suplemento alimentar e nutricional para parte da população em situação de insegurança alimentar). Além disso, os resíduos orgânicos são desviados de aterros sanitários por processo de compostagem. Atualmente, 24 lojas encaminham esses resíduos para empresas especializadas em compostagem.

Em termos de preço interno de carbono, estamos amadurecendo a discussão desse tema internamente e desenvolvendo estudos de *benchmark* para auxiliar em avaliação de riscos e oportunidades associados a um cenário de precificação mandatária no futuro, visando a subsidiar uma estratégia de mitigação de emissões (voluntárias) e auxiliar na identificação e mensuração de externalidades socioambientais.

c) Descreva a resiliência da estratégia da organização, considerando diferentes cenários de mudanças climáticas, incluindo um cenário de 2 °C ou menos

Nossas metas e objetivos internos estão alinhados com o Grupo Casino, e têm prazo de alcance, em geral, entre 2020 e 2025. Além disso, seguimos as metas globais amplamente definidas para 2030 e 2050 de acordo com a COP 21 e o Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas (IPCC). Temos metas de longo prazo submetidas em nível de grupo ao SBTi para 2 °C e planejamos atualizar as metas para 1,5 °C.

### Gestão de riscos

Divulgar como a organização identifica, avalia e gerencia os riscos relacionados às mudanças climáticas

a) Descreva os processos utilizados pela organização para identificar e avaliar os riscos relacionados às mudanças climáticas

As nossas diretrizes e a estrutura de gestão de riscos seguem práticas e padrões internacionais, com atuação integrada e abrangente de todos os processos, buscando assegurar a continuidade das atividades, a geração de valor para toda a cadeia e a disseminação da cultura de gestão de riscos entre os(as) colaboradores(as). Os riscos são analisados, avaliados e tratados seguindo as metodologias Casino Group Risk Solution (CRS) e Enterprise Risk Management (COSO), resultando em uma matriz de riscos que é composta por riscos de alta, média e baixa criticidade, dos quais elegemos dez de alta criticidade que integram a matriz Casino Risk Solution (CRS). Fazemos o monitoramento com base nos riscos altos e médios para cada negócio do Grupo, definidos junto aos(as) executivos(as)-chave e baseados nas quantificações dos Top 10 Main Risks, a serem acompanhados com os(as) C-Levels, seus(suas) liderados(as) diretos(as) e pelo Comitê de Auditoria e o Conselho de Administração.

O ciclo de avaliações (identificação) é realizado anualmente com base na autoavaliação, por meio da realização de entrevistas com todos(as) os(as) principais executivos(as) para se ter uma visão dos objetivos e metas a fim de identificar os riscos e exposições que possam comprometer a nossa estratégia. Essa avaliação é apresentada no Comitê de Riscos e Comitê de Governança Corporativa e Sustentabilidade, com posterior aprovação junto ao Conselho de Administração.

Adicionalmente, em 2021, atualizamos o estudo das cadeias críticas com o objetivo de identificar uma matriz de riscos socioambientais da cadeia de valor, relacionando matérias-primas e riscos (como condições de trabalho, bem-estar animal, desmatamento e biodiversidade). Foram mapeadas mais 28 cadeias críticas de riscos socioambientais nas etapas de cultivo, produção ou transformação dos produtos comercializados em nossas lojas. A partir de uma priorização, foram contempladas 14 cadeias adicionais em relação às cadeias do primeiro estudo, realizado em 2018. Também foram consideradas questões de biodiversidade, com abordagem de efeitos na extração sustentável e extinção de espécies. No fim, foram priorizadas 13 cadeias/categorias de produtos: cacau, café, cana-de-açúcar, carne bovina, suína, frangos de corte, leite, milho, ovos, palma, soja e pescado, que se subdivide nas categorias denominadas aqüicultura, extrativismo e colheita. Para chegar a esse resultado, a revisão passou por uma análise de dados internos e externos (fontes e documentos públicos) das cadeias primárias que permitiram cruzar os níveis de riscos socioambientais com relevância desses produtos/categorias em relação ao volume e origem de compras de produtos associados a essas redes, classificando-as em baixo, médio e alto.

a) Em 2022, reforçando o embasamento científico em nossa estratégia climática, o Grupo Casino, com apoio da AXA Climate, realizou um estudo de avaliação de impactos de riscos físicos climáticos das operações do Assaí, incluindo a análise de impactos provenientes de inundações, escassez hídrica, entre outros, com o objetivo de estruturar ações de mitigação e adaptação. O estudo classifica os riscos de lojas e centros de distribuição nos horizontes de 2030 e 2050 nos cenários climáticos RCP 4.5 e RCP 8.5 do IPCC. Foram avaliados riscos físicos climáticos que podem impactar as operações, como enchentes costeiras e de rios, calor, durações de períodos de estiagem e de ondas de calor, etc., com agravamentos em 2050. Cada unidade é classificada de acordo com os riscos avaliados, permitindo avaliar potenciais consequências às operações e propor diretrizes que consideram os riscos identificados.

RECOMENDAÇÕES TCFD	RESPOSTA
--------------------	----------

## Gestão de riscos

Divulgar como a organização identifica, avalia e gerencia os riscos relacionados às mudanças climáticas

b) Descreva os processos utilizados pela organização para gerenciar os riscos relacionados às mudanças climáticas	<p>O processo de gestão de risco é realizado de forma integrada, em conformidade com os protocolos do Grupo Casino, cujas práticas adotadas estão em conformidade com as boas práticas internacionais, como o <i>framework</i> COSO ERM e ISO 31000:2018, e incluem o aprimoramento frequente dos mecanismos de controle interno e suas ações de prevenção e mitigação de riscos.</p> <p>Após a priorização dos riscos, a empresa identifica as ações que podem ser tomadas para mitigar os efeitos ou prevenir sua ocorrência. Essas ações são elencadas pela área de risco da empresa e discutidas com o Comitê e Diretoria de Sustentabilidade para decidir, com base nas informações mapeadas em termos de custos e abrangência das medidas, qual deve ser o caminho a ser percorrido.</p> <p>O processo estabelecido garante que todos os riscos tenham executivos com papel de donos, responsáveis por sua gestão, acompanhando a evolução dos indicadores de exposição e seus respectivos planos de ação.</p> <p>Em reflexo de nosso comprometimento no gerenciamento de riscos relacionados às mudanças climáticas, incorporamos o risco climático em nossa Política de Gestão de Riscos e estabelecemos a Política Socioambiental de Compras de Carne Bovina.</p>
---	--

c) Descreva como os processos utilizados pela organização para identificar, avaliar e gerenciar os riscos relacionados às mudanças climáticas são integrados à gestão geral de riscos da organização	<p>A matriz do Assaí é composta por riscos de alta, média e baixa criticidade, dos quais dez riscos prioritários fazem parte da matriz Casino Risk Solution (CRS) e cinco riscos prioritários da agenda ESG fazem parte da Responsabilidade Social Corporativa (CSR) matriz. A área de Gestão de Riscos realiza rituais periódicos de gestão com os principais executivos, com todas as áreas envolvidas no contexto, e mantém reporte ao Conselho de Administração por meio do Comitê de Auditoria; além disso, também se reporta ao Comitê de Governança Corporativa e Sustentabilidade, especialmente no que diz respeito aos riscos ESG, incluindo riscos climáticos.</p> <p>Realizamos ainda um amplo processo de mapeamento e priorização de categorias de produtos vendidos em nossas lojas associados às cadeias produtivas identificadas, a fim de estabelecer um plano de ação com horizonte de médio prazo para a abordagem proativa deles. Trabalhamos a partir de três riscos prioritários da Companhia: Condições de trabalho, Combate ao Desmatamento e Biodiversidade. Esse processo identificou 28 cadeias produtivas a partir dos quatro riscos prioritários definidos em 2017. A análise e a priorização desse levantamento consideraram aspectos como a representatividade no faturamento, a existência e a relevância de Marcas Exclusivas em cada grupo e o percentual de matéria-prima presente no produto. A partir desse estudo, direcionamos as ações e diretrizes, realizando diagnósticos sobre a situação de cada uma dessas cadeias, trabalhando com nossos times internos e fornecedores(as) para sensibilização e construção de uma atuação mais responsável, garantindo que os produtos vendidos em nossas lojas sejam produzidos de forma a respeitar o meio ambiente e os direitos humanos.</p>
--	--

## Métricas e metas

Divulgar as métricas e as metas utilizadas para avaliar e gerir riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas sempre que tais informações forem relevantes

a) Informe as métricas utilizadas pela organização para avaliar os riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas de acordo com sua estratégia e seu processo de gestão de riscos	<p>Estabelecemos um planejamento estratégico integrado entre diversas áreas, incluindo Sustentabilidade e Operações, e com alinhamento constante ao Conselho de Administração para definir diretrizes de redução de carbono (em tCO2e) e incentivar a aquisição de energia renovável, visando um consumo energético proveniente de matrizes limpas e de baixo impacto ambiental. O documento considera fatores financeiros em consonância com a agenda climática, visando horizontes que vão do curto ao longo prazo.</p> <p>Além disso, reportamos anualmente seu inventário de gases de efeitos estufa seguindo a metodologia do GHG Protocol, auditado por terceira parte por empresa acreditada pelo Inmetro, o que garante à Companhia o Selo Ouro no Registro Público de Emissões do Programa Brasileiro GHG Protocol. O progresso do desempenho de compromissos e metas assumidos pela Companhia é reportado periodicamente em nosso Relatório Anual de Sustentabilidade.</p>
---	--

RECOMENDAÇÕES TCFD	RESPOSTA
<b>Métricas e metas</b>	
Divulgar as métricas e as metas utilizadas para avaliar e gerir riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas sempre que tais informações forem relevantes	
<p>b) Informe as emissões de gases de efeito estufa de Escopo 1, Escopo 2 e, se for o caso, Escopo 3, e os riscos relacionados a elas</p>	<p>Em 2022, as emissões totais de escopo 1 da empresa totalizaram 85.287,8 tCO<sub>2</sub>e são compostas pelas seguintes fontes de emissão: gases refrigerantes, empilhadeiras, geradores, frota própria, fogões e equipamentos e máquinas. As emissões indiretas de GEE provenientes da aquisição de energia (escopo 2) foram de 28.950,8 tCO<sub>2</sub>e. Grande parte da operação do Assaí é abastecida por meio do Mercado Livre de Energia, onde há opção por fontes renováveis de produção de energia, com fator de emissão menor em relação ao Sistema Interligado Nacional (SIN). Já as outras emissões indiretas brutas de GEE (escopo 3) somaram de 80.950,6 tCO<sub>2</sub>e nas categorias reportadas no Registro Público de Emissões.</p> <p>A partir do ciclo 2022 (inventários a partir do ano fiscal de 2021), o Programa Brasileiro GHG Protocol adotou os valores descritos no Quinto Relatório Anual do IPCC - AR5 como valores de referência para o Potencial de Aquecimento Global (GWP), em atendimento ao Acordo de Paris e regulamentos associados, em particular a Decisão 18/CMA 1, parágrafo 37. Em 2021, as emissões do inventário foram alteradas com o Escopo 2 reportado, categoria Market Based, com a aquisição de certificados I-REC. Houve um aumento nos dados do Escopo 1, ao incluir a mudança de categoria e uso da terra. Em 2021, foi realizada a amostragem de questões logísticas e respectivas emissões para o Escopo 3. O inventário foi auditado por terceira parte independente e submetido à publicação do GHG Protocol. A plataforma de contabilização de emissões permaneceu a mesma utilizada anteriormente. Para 2022, a compra do certificados I-REC está sendo avaliada.</p>
<p>c) Descreva as metas utilizadas pela organização para gerenciar os riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas, e o desempenho com relação às metas</p>	<p>Temos a meta de reduzir ao menos 38% das emissões de escopo 1 e 2 (ano-base 2015) até 2030. A meta está atrelada à remuneração variável da média e alta liderança, que inclui CEO e diretores, além dos cargos de consultores, coordenadores e gerentes e diretores de lojas, Centrais de Distribuição e matriz.</p> <p>Para isso, comprometidos com a transição energética das operações, visando uma matriz de consumo mais limpa, em 2021, o Assaí tem como diretriz migrar 100% do parque de lojas em 2020 (184 lojas) para o Mercado Livre de Energia (ou Ambiente de Contratação Livre - ACL). Com essa migração, a empresa compra energia mais limpa de fontes como eólica, solar, biomassa e pequenas centrais hidrelétricas. Ao contrário do modelo convencional de aquisição em que o fornecimento é feito pelo Sistema Interligado Nacional (ou Rede), o Mercado Livre de Energia oferece um ambiente de negociação competitivo que permite aos consumidores negociar as condições de aquisição de energia de forma mais personalizada. Além da economia financeira, também há benefícios para a agenda climática pela possibilidade de aquisição de certificados de carbono (I-RECs) que comprovam a origem dessa geração.</p> <p>Já para a redução de emissões vinculadas a gases refrigerantes (escopo 1), está em andamento a implementação de um plano referente à utilização de fluidos em nossa operação, considerando contexto regulatório e projeção de expansão de novas lojas, recomendações estratégicas e um roadmap de transição de tecnologias aprovados pelo Comitê de Governança Corporativa e Sustentabilidade, vinculado ao Conselho de Administração.</p>

## Créditos

---

Coordenação do projeto ASSAÍ  
Diretoria de Gestão de Gente e Sustentabilidade  
Diretoria de Relações com Investidores  
Imprensa e Comunicação

Gestão do Projeto, Curadoria de Conteúdo, Redação  
Global Conteúdo Estratégico

### Projeto gráfico e diagramação

Fábio Francisco

### Fotografia

Acervo Assaí  
Filipe Fotos

Em caso de dúvidas, comentários ou sugestões sobre o Relatório Anual e de Sustentabilidade 2022 do Assaí: [ri.assaí@assaí.com.br](mailto:ri.assaí@assaí.com.br)

[assaí.com.br](http://assaí.com.br)

[ri.assaí.com.br](http://ri.assaí.com.br)

Ouvidoria:  
Telefone: 0800 777 3377  
*E-mail:* [ouvidoria@assaí.com.br](mailto:ouvidoria@assaí.com.br)

Imprensa:  
*E-mail:* [imprensa@assaí.com.br](mailto:imprensa@assaí.com.br)

Espaço do Cliente  
Telefone: 0800 773 2322 (telefone e *WhatsApp*)  
[assaí.com.br/espaco-do-cliente](http://assaí.com.br/espaco-do-cliente)

