

ÍNDICE

1. OBJETIVO	2
2. ABRANGÊNCIA	2
3. DIRETRIZES.....	2
3.1. DIRETRIZES GERAIS.....	2
3.2. RELACIONAMENTO E RESPEITO COM O(A) CONSUMIDOR(A)	3
3.3. IMPARCIALIDADE DA COMUNICAÇÃO	4
3.4. DIVERSIDADE E INCLUSÃO	4
3.5. CONSUMO CONSCIENTE	5
3.6. DIRETRIZES ESPECÍFICAS	5
4. PENALIDADES.....	9
5. ANEXOS.....	9
6. REFERÊNCIAS.....	9
7. DEFINIÇÕES.....	10
8. HISTÓRICO DE REVISÕES E APROVAÇÕES.....	11



1. OBJETIVO

Este documento tem como objetivo apresentar as diretrizes gerais e específicas para a condução das ações comerciais de [publicidade](#) e de [marketing](#) da Companhia, tendo como objetivo garantir a observância da regulação aplicável e das boas práticas nas atividades de *marketing*, vendas e propaganda, garantindo 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 demais Políticas do Assaí.

2. ABRANGÊNCIA

N/A.

3. DIRETRIZES

3.1. Diretrizes Gerais

3.1.1. As ações de marketing são parte da nossa estratégia de relacionamento e engajamento com os nossos [stakeholders](#). Buscamos satisfazer as necessidades de nossos públicos de interesse por meio de produtos e serviços de qualidade, que correspondam às características anunciadas e às expectativas de maneira transparente, respeitosa, consistente e coerente. Essas ações devem expressar as ofertas e/ou mensagens de maneira clara e garantindo o cumprimento do que é acordado.

3.1.2. A partir dessas ações, buscamos conscientizar e engajar nossos *stakeholders* por meio de nossos canais de comunicação, fomentando práticas e atitudes mais sustentáveis e de menor impacto tanto ambiental quanto social, garantindo a representatividade da Nossa Gente e dos(as) nossos(as) clientes.

3.1.3. A presente Política deverá observar todas as Políticas, Procedimentos e Regimentos Corporativos do Assaí. Da mesma forma, deverá assegurar a plena observância da legislação vigente com relação à distribuição de

material publicitário, ações de promoção e comunicação visual de todos os produtos e serviços, atendendo as especificações e normas definidas pelas instâncias reguladoras no País (nas esferas federal, estadual e municipal), de forma a garantir que, em caso de ocorrência de infração, esta seja imediatamente corrigida.

3.2. Relacionamento e Respeito com o(a) Consumidor(a)

3.2.1. Toda e qualquer ação de *marketing*, campanha e/ou publicidade veiculada na mídia e/ou em qualquer canal de vendas, seja *internet*, redes sociais, mídia televisiva, plataformas de venda e/ou pontos físicos, deverá ser respeitosa, clara, objetiva, acessível e transparente, garantindo a diversidade e representatividade presente na sociedade, clientes e colaboradores(as), além de estar em consonância com o Código de Defesa do Consumidor, o Código de Ética do Assaí e a Política de Diversidade e Direitos Humanos, dentre outras normas que tratem do tema, em especial as citadas nas referências mencionadas no capítulo 6 – “Referências”.

3.2.2. Nossas práticas de *marketing*, de promoção e de vendas são avaliadas de forma regular por profissionais especializados(as) do Assaí, buscando sempre aprimorar nossas práticas e políticas. Cabe ao Assaí o estabelecimento de mecanismos que garantam a conformidade com a legislação e as políticas internas relacionadas à venda de produtos e serviços, bem como de rotulagem de produtos e de informações ao(à) consumidor(a) buscando estimular constantemente o consumo consciente, sustentabilidade, saúde e bem-estar em nossas marcas e negócios.

3.2.3. Independentemente dos meios em que as comunicações sejam divulgadas/veiculadas, disponibilizamos canais de relacionamento e atendimento ao(à) cliente (Espaço do Cliente), além de canal para todos os públicos de interesse, para situações de violações às nossas políticas e ao nosso Código de Ética (Ouvidoria).

3.2.4. Somos comprometidos com a confidencialidade das informações pessoais dos(as) nossos(as) clientes, colaboradores(as) e demais públicos, observados os termos e condições da nossa Política de Privacidade.

3.3. Imparcialidade da Comunicação

3.3.1. Toda e qualquer comunicação comercial ou institucional deve ser imparcial, livre de estereótipos, conteúdos discriminatórios, preconceituosos, discursos de ódio ou favoritismo, devendo, necessariamente, zelar para que os valores e princípios do Assaí sejam observados e cumpridos. Não são toleradas e aceitas quaisquer formas desrespeitosas, preconceituosas ou discriminatórias. As comunicações têm como compromisso ser inclusivas, representativas e zelar pelo respeito a todas as pessoas, conforme nosso Código de Ética, os valores da Cultura Ser Assaí é Assim, nossas Políticas de “Diversidade e Direitos Humanos”, e de “Relacionamento com a Comunidade e as [Partes Interessadas](#)”.

3.4. Diversidade e Inclusão

3.4.1. A fim de que todos(as) sejam respeitados(as) em ações de comunicação e propaganda, e nos demais materiais de divulgação dos produtos do Assaí e suas [Marcas Exclusivas](#), é responsabilidade de todos(as) os(as) envolvidos(as) com as ações de comunicação (interna e externa) zelar pela produção, validação e divulgação de conteúdos livres de discriminação, sem vieses inconscientes, estereótipos e que cumpram os princípios da acessibilidade, representatividade, linguagem clara e sem barreiras, e do consumo sustentável.

3.4.2. Saiba mais consultando a nossa Política de Diversidade e Direitos Humanos, nossos Guias Inclusivos da Raça, de Gênero, Gerações, LGBTQIA+ e para Pessoas com Deficiência e no Manual Antirracista.

3.5. Consumo Consciente

3.5.1. A promoção da oferta e do consumo consciente é um dos pilares de atuação na cadeia de valor e compromisso do Assaí. Como um elo entre milhares de fornecedores(as) e milhões de clientes, sabemos de nossa responsabilidade em co-construir, com nossa cadeia, produtos e serviços mais sustentáveis e estimular em nossos(as) consumidores(as) a escolha por esses produtos.

3.5.2. A comunicação se faz essencial nesse pilar para informar e sensibilizar os(as) consumidores(as) sobre consumo consciente, conceito que, segundo o Instituto *Akatu*¹, pode ser definido da seguinte forma: “Um consumo com melhor impacto, sem excessos ou desperdícios, fazendo escolhas que contribuam para a sustentabilidade do planeta, para que haja o suficiente para todos(as) para sempre”.

3.6. Diretrizes Específicas

3.6.1. Engajamento Interno & Conscientização

3.6.1.1. Entendemos que a implementação e aderência desta Política depende do engajamento dos times internos, desde a liderança até as áreas operacionais. Assim, os(as) colaboradores(as) da Companhia envolvidos(as) com o processo de Comunicação e *Marketing* são, de forma frequente, treinados(as) e atualizados(as) sobre vieses inconscientes, combate a discriminação, diversidade, inclusão, direitos humanos, letramento racial, respeito aos(às) consumidores(as), comunicação inclusiva, combate a estereótipos e demais boas práticas no que se refere à promoção, vendas e comunicação dos nossos produtos e serviços pela perspectiva do consumo sustentável.

¹ <https://akatu.org.br/>

3.6.2. Relacionamento com Fornecedores(as)

3.6.2.1. Todos(as) os(as) fornecedores(as) devem seguir as legislações e regulamentações, conhecer os valores e respeitar os princípios éticos estabelecidos no nosso Código de Ética, e estabelecer relações comerciais de forma íntegra e exemplar, em conformidade com os padrões estabelecidos na Carta de Ética para Fornecedores(as).

3.6.3. Contratação de Fornecedores(as)

3.6.3.1. A contratação de veículos de comunicação, agências de eventos e/ou publicidade, ações promocionais, dentre outros, deve sempre ocorrer por meio de critérios técnicos, legais e de conduta ética que atestem a qualificação para a ação e o respeito à Carta de Ética para Fornecedores(as).

3.6.3.2. Todos os fornecedores prestadores de serviços estão submetidos as obrigações previstas na cláusula de diversidade e direitos humanos presente em nossas minutas contratuais.

3.6.4. Disponibilização de Materiais de Comunicação e Marketing

3.6.4.1. É de responsabilidade do Departamento de *Marketing* zelar pela estratégia de comunicação do Assaí, das marcas e produtos e serviços. Quando necessário e em consonância com a proposta de comunicação, deverão disponibilizar material publicitário e de campanhas institucionais em todas as lojas e/ou outros veículos e mídias. Para tal, são necessárias a elaboração e disponibilização de guias orientativos, para todos os times envolvidos, que contenham quantidade a ser divulgada, orientações de disposição, tempo, espaços, entre outros pontos considerados importantes para garantir a melhor operacionalização e comunicação ao(à) consumidor(a).

3.6.4.2. É vedada a produção de qualquer material por qualquer área, loja ou equipe sem a devida anuência formal das equipes de *Marketing*. Da mesma forma, é vedada a utilização ou menção da(s) marca(s) do Assaí e/ou qualquer produto em peças eletrônicas, impressas, ou de *internet* sem a autorização do referido departamento.

3.6.5. Promoções

3.6.5.1. Toda e qualquer [promoção comercial](#) deve ter regulamento próprio, com regras claras e transparentes no que se refere a abrangência, vigência, público impactado, formas de participação e formas de resgate do prêmio (se aplicável), prezando por uma comunicação clara e objetiva para os(as) participantes.

3.6.6. Monitoramento e Validação

3.6.6.1. Com o objetivo de garantir que as práticas de *marketing* e vendas observem as exigências determinadas pelo Código de Defesa do Consumidor, bem como as demais normas que tratem sobre tais práticas, o Assaí conta com a área jurídica, que é responsável pela validação e avaliação de toda e qualquer comunicação e/ou material relativo às práticas de *marketing* e vendas ao(à) consumidor(a), bem como às legislações e normas relacionadas aos produtos.

3.6.7. Marcas Exclusivas

3.6.7.1. Esta Política também abrange toda e qualquer comunicação envolvendo nossas Marcas Exclusivas, desenvolvidas com um rígido controle de qualidade e seguindo as tendências e necessidades do mercado.

3.6.7.2. Como estratégia de *marketing*, buscamos adotar uma linha de comunicação que contempla o empreendedorismo, engajando nossos(as) clientes, consumidores(as) e demais *stakeholders* na adoção de hábitos cada vez mais conscientes, promovendo o acesso a produtos de qualidade, com preço acessível.

3.6.7.3. O Assaí conta com um processo interno de avaliação junto à área jurídica da Companhia, que é responsável por garantir a conformidade com a legislação relativa à informação ao(à) consumidor(a), bem como às práticas de *marketing* e vendas.

3.6.8. Produtos (Rotulagem)

3.6.8.1. Para as nossas Marcas Exclusivas, o conteúdo dos rótulos segue as legislações vigentes e as normas que regem cada tipo de produto, com instruções de uso, informações sobre manipulação e conservação, descrição de substâncias que possam gerar impactos socioambientais e à saúde e segurança do(a) consumidor(a).

3.6.9. Produtos Restritos

3.6.9.1. Estamos comprometidos com o atendimento a todas as legislações e orientações relacionadas a venda, comunicação e divulgação de produtos restritos, tais como bebidas alcoólicas e cigarros.

3.6.10. Canal de Denúncia

3.6.10.1. O descumprimento das regras e diretrizes impostas neste documento pode ser considerado falta grave, passível de aplicação de sanções baseadas em todas as Políticas e no Código de Ética do Assaí.

3.6.10.2. Como ferramenta oficial para o recebimento de reclamações, insatisfações e denúncias de violações ao não cumprimento desta Política, o Assaí disponibiliza a todos os seus *stakeholders* o canal da **Ouvidoria**, cuja finalidade é apurar e dar a tratativa correta às ocorrências, garantindo aderência e coerência aos valores éticos, institucionais e universais do relacionamento do Assaí com seus públicos.

3.6.10.3. Infrações a esta Política, ao Código de Ética da Companhia ou a qualquer item da Carta de Ética para Fornecedores(as) podem ser denunciadas por meio do canal assai.com.br/ouvidoria. A denúncia

será apurada de maneira sigilosa, possibilitando, inclusive, o anonimato.

3.6.10.4. Contatos:

- Site: assai.com.br/ouvidoria
- Telefone: 0800 777 3377
- E-mail: ouvidoria@assai.com.br
- Horário de atendimento: Segunda a sábado, das 8h às 20h.

3.6.11. Atualizações da Política

3.6.11.1. A presente Política é válida por prazo indeterminado e sem prejuízo das disposições nela contidas.

3.6.11.2. O Assaí se reserva o direito de revisá-la na periodicidade que melhor entender.

4. PENALIDADES

N/A.

5. ANEXOS

N/A.

6. REFERÊNCIAS

6.1 Fazem parte desta Política:

- 6.1.1.** Código de Ética;
- 6.1.2.** Guia Inclusivo das Raças.
- 6.1.3.** Guia Inclusivo de Gênero.
- 6.1.4.** Guia Inclusivo das Gerações.
- 6.1.5.** Guia Inclusivo LGBTQIA+.
- 6.1.6.** Guia Inclusivo para Pessoas com Deficiência.
- 6.1.7.** Manual Antirracista.
- 6.1.8.** Política Classificação da Informação.

- 6.1.9. Política Comunicação Corporativa.
- 6.1.10. Política de Privacidade.
- 6.1.11. Política Diversidade e Direitos Humanos.
- 6.1.12. Política Relacionamento com a Comunidade e as Partes Interessadas.
- 6.1.13. Documentos externos:
 - 6.1.13.1. Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078/1990).
 - 6.1.13.2. Resolução Conanda n. 163/2014.
 - 6.1.13.3. Código de Autorregulamentação do CONAR.
 - 6.1.13.4. Lei 9.294/1996 (Restrições ao uso e à propaganda de produtos fumíferos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas).
 - 6.1.13.5. Legislações esparsas da ANVISA e de outros órgãos reguladores.

7. DEFINIÇÕES

- 7.1. **Comunicação:** É um processo que envolve a troca de informações entre dois ou mais interlocutores por meio de signos e regras semióticas mutuamente entendíveis.
- 7.2. **Diversidade:** É o conjunto de características culturais, biológicas, pessoais, sociais, econômicas, dentre outras, que fazem de cada indivíduo um ser único. No contexto empresarial, está relacionada à representatividade de diferentes grupos que formam a sociedade, nossos(as) clientes e colaboradores(as), considerando gênero, orientação sexual, identidade de gênero, raças, pessoas com deficiência, gerações, crenças, dentre outros.
- 7.3. **Marcas Exclusivas:** São as marcas de produtos que fazem parte do Assaí – Econobom e Chef. As Marcas Exclusivas são desenvolvidas com um rígido controle de qualidade e seguindo as tendências e necessidades do mercado.
- 7.4. **Marketing:** É o conjunto de estratégias e ações de promoção, divulgação e vendas dos nossos produtos e serviços com o objetivo de fortalecer as nossas marcas, conquistar novos(as) clientes e fidelizar os(as) clientes que já compram nossos produtos e serviços.

- 7.5. Partes Interessadas ou Stakeholders:** Também conhecidos como públicos estratégicos, são todos os públicos relevantes e com interesses pertinentes ao Assaí, ou, ainda, indivíduos ou entidades que assumam algum tipo de risco, direto ou indireto, em face da sociedade. Entre outros, destacam-se: acionistas, colaboradores(as), comunidade, clientes, fornecedores(as), governos e organizações não governamentais.
- 7.6. Promoção comercial:** São ações não rotineiras com objetivo específico. É a oferta de experiências de valor e ações que proporcionem o fortalecimento das nossas marcas como, por exemplo, cupons promocionais, promoções especiais, brindes, entre outros.
- 7.7. Publicidade:** É a estratégia de *marketing* que envolve a compra de espaço em um veículo de mídia para divulgar um produto, serviço ou marca, com o objetivo de atingir nosso público-alvo e incentivá-lo a comprar nossos produtos e serviços. Pode ser qualificada como uma "propaganda comercial".

8. HISTÓRICO DE REVISÕES E APROVAÇÕES

N/A.