

ÍNDICE

1. OBJETIVO	2
2. ABRANGÊNCIA	2
3. DIRETRIZES	2
3.1. CONTEXTUALIZAÇÃO E PRINCÍPIOS DE ATUAÇÃO	2
3.2. DIRETRIZES GERAIS	2
3.3. DIRETRIZES ESPECÍFICAS E SEGMENTAÇÃO DOS NOSSOS <i>STAKEHOLDERS</i>	5
3.4. INTERAÇÃO E RELACIONAMENTO COM <i>STAKEHOLDERS</i>	5
3.5. CANAIS DE COMUNICAÇÃO COM O ASSAÍ	6
3.6. CANAIS DE DENÚNCIA	7
4. PENALIDADES	7
5. ANEXOS	7
6. REFERÊNCIAS	7
7. DEFINIÇÕES	8
8. HISTÓRICO DE REVISÕES E APROVAÇÕES	8

1. OBJETIVO

Este documento 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 à geração de valor compartilhado, à identificação de oportunidades entre as partes e à gestão do capital social e de relacionamento.

2. ABRANGÊNCIA

Não aplicável.

3. DIRETRIZES

3.1. Contextualização e Princípios de Atuação

3.1.1. O Assaí é uma empresa de comércio varejista com atuação em todo o país e, portanto, relaciona-se com diversos públicos diariamente. Desta forma deve pautar essas relações em respeito, ética e transparência, diálogo e a disponibilização de diversos meios de comunicação.

3.1.2. O relacionamento com os *stakeholders* é prioridade estratégica e, sendo assim, o Assaí acredita que, ao estabelecer uma interface sólida, cria relações mais sustentáveis, que permitem aperfeiçoar e otimizar processos, mitigar riscos, criar oportunidades e, conseqüentemente, gerar benefícios às partes envolvidas e fortalecer a confiança.

3.2. Diretrizes Gerais

As diretrizes deste documento seguem as prioridades das Nações Unidas definidas nos Objetivos do [Desenvolvimento Sustentável \(ODS\)](#), os Princípios Orientadores sobre Empresas e Direitos Humanos da ONU, e são alinhadas com as demais Políticas, Códigos e Regimentos Corporativos do Assaí.

O diálogo aberto e transparente com as [Partes Interessadas](#) é fundamental para que a Companhia possa garantir:

- A viabilização de seu planejamento estratégico e o desempenho de excelência, o fortalecimento da governança corporativa e a busca de soluções inovadoras;
- A consolidação das relações de confiança, da partilha de conhecimentos e aprendizados, possibilitando a antecipação aos desafios e identificação de novas oportunidades de cooperação;
- A implementação de importantes práticas para a prestação de contas nas dimensões econômica, social e ambiental, e, como consequência, o processo de retroalimentação dos stakeholders; e
- O atendimento à exigência legal, em especial na avaliação de impactos de novos produtos e/ou serviços, de forma a ajustá-los e regularizá-los quando necessário.

3.2.1. Identificação

- O Assaí deve identificar de forma contínua, dinâmica e sistemática os públicos de relacionamento que o influenciam e/ou são influenciados por seu negócio, analisando e procurando compreender as suas expectativas e interesses.
- A Companhia deve mapear, identificar e avaliar os riscos, potenciais e reais, e impactos gerados por suas operações e atividades sobre as comunidades onde atua e sobre os demais públicos, bem como avaliar os assuntos apontados como relevantes, priorizando-os de forma equilibrada e equitativa. Os potenciais riscos e impactos operacionais identificados para os públicos de interesse devem ser tratados, seguindo uma hierarquia de mitigação, para evitar ou quando, quando não for possível evitar, minimizar e, nos casos em que permaneçam impactos residuais, remediá-los.

3.2.2. Relacionamento

- O Assaí deve manter canais de comunicação e constantemente promover diálogo bidirecional com os públicos de relacionamento por meio de ações informativas e consultivas, e quando aplicável deve realizar consulta prévia, livre e informada às comunidades tradicionais. O processo de escuta, informação e resposta aos públicos de relacionamento deve ser feito de forma consistente, clara e transparente. As reclamações ou questionamentos devem ser tratadas com seriedade e respeito.
- O Assaí deve disponibilizar ativamente informações claras e compreensíveis, promovendo e proporcionando meios de engajamento apropriados. Deve-se levar em consideração as particularidades de cada parte interessada, ajustando os canais, os planos de escuta e as respostas aos assuntos relevantes identificados junto a cada um deles, quando necessário.

3.2.3. Engajamento e Colaboração

- Promover a confiança e respeito entre o Assaí e os públicos de relacionamento é imprescindível para que as relações sejam sustentáveis, saudáveis e de longo prazo. Essas relações devem se alicerçar em transparência, integridade e respeito mútuo, mesmo em situações de divergência. Para tal, a atuação do Assaí deve se pautar em seus valores, políticas e princípios éticos, com respeito às opiniões dos públicos de relacionamento, sem discriminação, e com respeito a diversidade e aos direitos humanos (vide Política de Diversidade e Direitos Humanos do Assaí).
- A Companhia deve buscar a construção de uma parceria estratégica, colaborando com os públicos de relacionamento por meio do compartilhamento de conhecimento, competências e ferramentas, tendo como objetivo gerir riscos e identificar oportunidades e soluções que produzam resultados positivos para ambas as partes.

- Como elo de conexão entre vários atores dessa cadeia, a Companhia deve atuar em cooperação, sempre levando em consideração as contribuições de seus públicos de relacionamento em seu planejamento estratégico e em suas ações.

3.3. Diretrizes Específicas e Segmentação dos nossos *Stakeholders*

3.3.1. O relacionamento com cada uma das partes interessadas é fundamental para a Companhia. Com o engajamento proativo, o Assaí cria oportunidades de diálogo e atua com responsabilidade socioambiental, com o objetivo de manter as relações mutuamente positivas e éticas, fundamentadas em criação e compartilhamento de valor. Os públicos de relacionamento são todas as entidades ou pessoas físicas ou jurídicas que influenciam ou são influenciadas pelas atividades, produtos e serviços da Companhia. No caso do Assaí, os públicos estão organizados da seguinte forma:

- Competidores/Concorrentes;
- Entidades Financeiras;
- Acionistas;
- Investidores(as);
- Colaboradores(as);
- Sindicatos;
- Fornecedores(as);
- Clientes;
- Associações de Classe;
- Governos, instituições ou órgãos reguladores;
- Sociedade;
- Organizações da Sociedade Civil;
- Comunidades Locais; e
- Mídia.

3.4. Interação e Relacionamento com *Stakeholders*

3.4.1. Será de responsabilidade das Diretorias de Gestão de Gente e Sustentabilidade, Relações com Investidores e área de Comunicação

Externa, em conjunto com as áreas correlatas, a gestão dos projetos de engajamento e relacionamento com as partes interessadas, assim como a orientação aos(as) demais colaboradores(as) que desempenham papel de interação.

3.5. Canais de Comunicação com o Assaí

3.5.1. O Assaí mantém diversos canais, para atender aos diferentes perfis de *stakeholders*, por meio dos quais estabelece comunicação transparente e estimula o diálogo consistente, de modo a construir relação de confiança e disponibilizar meios claros e objetivos de atendimento às reclamações.

3.5.2. Canais de Comunicação:

- Ouvidoria:
Telefone: 0800 777 3377
E-mail: ouvidoria@assaí.com.br
Site: <https://www.assaí.com.br/ouvidoria>
- Imprensa:
E-mail: imprensa@assaí.com.br
- Relações com Investidores:
E-mail: ri.assaí@assaí.com.br
Telefone: +55 11 3411 7950
- Espaço do Cliente:
Telefone: 0800 773 2322 (telefone e WhatsApp)
Site: <https://www.assaí.com.br/espaco-do-cliente>
- Sustentabilidade:
E-mail - sustentabilidade@assaí.com.br
- Site Assaí - www.assaí.com.br
- LinkedIn: - <https://www.linkedin.com/company/assaíatacadista/>
- Facebook: <https://www.facebook.com/assaíatacadistaoficial>
- Twitter: <https://twitter.com/assaíoficial>
- Instagram: <https://www.instagram.com/assaíatacadistaoficial>

3.6. Canais de Denúncia

3.6.1. O descumprimento das regras e diretrizes impostas neste documento poderá ser considerado falta grave, passível de aplicação de sanções baseadas na Política de Gestão do Comitê de Ética, Código de Ética do Assaí, Política de Diversidade e Direitos Humanos e na Política de Consequências e Medidas Disciplinares.

3.6.2. O Assaí disponibiliza aos seus colaboradores(as), fornecedores(as), prestadores de serviços, clientes, instituições sociais e parceiros o Canal da Ouvidoria, que é a ferramenta oficial para o recebimento de reclamações, insatisfações e denúncias de violações ao não cumprimento da Política.

3.6.3. Infrações a esta Política, ao Código de Ética da Companhia ou a qualquer item da Carta de Ética de fornecedores podem ser denunciadas por meio do canal: ouvidoria@assai.com.br. A denúncia será apurada de maneira sigilosa, possibilitando inclusive o anonimato.

3.6.4. Contato:

- Telefone: 0800 777 3377
- E-mail: ouvidoria@assai.com.br
- <https://www.assai.com.br/ouvidoria>

4. PENALIDADES

Não aplicável.

5. ANEXOS

Não aplicável.

6. REFERÊNCIAS

Fazem parte desta Política:

6.1. Código de Ética.

6.2. Política de Diversidade e Direitos Humanos.

6.3. Política Consequências e Medidas Disciplinares.

6.4. Nossa atuação direta com a comunidade e relação com as demais partes interessadas se baseiam em uma série de diretrizes:

6.5. Princípios das Organizações das Nações Unidas (ONU).

6.6. Princípios Orientadores sobre Empresas e Direitos Humanos (ONU).

6.7. 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS \ ONU).

6.8. ISO 26000.

7. DEFINIÇÕES

7.1. **Desenvolvimento Sustentável:** O conceito de desenvolvimento sustentável, conforme o Relatório de *Brundtland* (BRUNDTLAND, 1991), pressupõe um modelo de desenvolvimento que atenda às necessidades do presente, sem comprometer a possibilidade de gerações futuras atenderem às suas próprias necessidades.

7.2. **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.

8. HISTÓRICO DE REVISÕES E APROVAÇÕES

Não aplicável.