

RELATÓRIO ANUAL E DE SUSTENTABILIDADE

2022



Sumário

Para ser direcionado a um capítulo específico, clique em seu título



- 01** **Introdução**
 - Propósito do Relatório
- 02** **Mensagens da Administração**
 - Mensagem do Conselho de Administração
 - Mensagem da Diretoria-Executiva
- 03** **O Grupo GPA**
 - Nossos negócios
 - Estratégia de negócio
 - Governança corporativa
 - Desempenho financeiro
 - Estratégia de sustentabilidade
 - Materialidade
- 04** **Compromisso com a ética e a transparência**
 - Ética e integridade
 - Gestão de riscos
- 05** **Cadeias de valor responsáveis para uma oferta e consumo mais conscientes**
 - Gestão de riscos de cadeias críticas
 - Pilares de atuação
 - Garantia da qualidade e relacionamento com a cadeia de valor
 - Oferta de produtos mais sustentáveis
- 06** **Combate às mudanças climáticas**
 - Controle e redução de emissões
 - Emissões na logística
 - Menos impacto em resíduos
- 07** **Promoção da diversidade e inclusão para nossa gente**
 - Diversidade e inclusão
 - Recrutamento e seleção
 - Cultura e engajamento
 - Saúde e bem-estar
 - Segurança no trabalho
 - Treinamento e desenvolvimento
- 08** **Impacto social e promoção de oportunidades**
 - Instituto GPA
 - Fundação Éxito
- 09** **Anexos**
 - Tabela de metas GPA Brasil
 - Matriz de materialidade GPA Brasil
 - Indicadores de desempenho –GPA Brasil e Grupo Éxito
 - SASB – Tópicos e métricas
 - TCFD – Elementos centrais
 - Carta de asseguarção
 - Sumário de conteúdo GRI, Princípios do Pacto Global e ODS
 - Prêmios 2022
 - Créditos



Este Relatório é interativo.

Para voltar ao sumário, clique no ícone localizado na parte superior direita das páginas internas.



01

Introdução

► Propósito do Relatório

Colaboradora abastece as hortalças em loja Pão de Açúcar

Propósito do Relatório

|GRI 2-3|

Comprometidos(as) com a transparência, o diálogo e a construção de uma sociedade mais responsável e inclusiva, preparamos este Relatório para apresentar nosso desempenho financeiro e não financeiro no período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2022. Trazemos também informações sobre nossa estratégia de sustentabilidade e como ela se alinha à estratégia do negócio, assim como as principais ações que desenvolvemos no período para evoluir em aspectos ambientais, sociais e de governança (ESG, na sigla em inglês de *environmental, social and governance*). Antes de sua publicação, este Relatório foi avaliado pelas áreas internas envolvidas e validado pela Diretoria Executiva de Sustentabilidade e RH e Diretoria de Comunicação Corporativa. |GRI 2-14|

Neste documento, os termos “GPA”, “Companhia” ou “Grupo” referem-se ao GPA e a todos os seus negócios, sendo cada um deles citado pelo seu nome (como Pão de Açúcar, Mercado Extra, Compre Bem, Grupo Êxito). São apresentados os indicadores sociais, ambientais e financeiros do GPA Brasil e do Grupo Êxito. Nossos indicadores estratégicos são apresentados ao longo do conteúdo e, também, reunidos nos Indicadores de Desempenho, com histórico de três anos e abertura por negócio, apresentados a partir da página 112.

Uma amostra dos indicadores passou por verificação externa independente, realizada pela *KPMG Financial Risk & Actuarial Services* Ltda., que emitiu um relatório de asseguração limitada, apresentado nas páginas 125 e 126. |GRI 2-5|



Colaboradora da seção de Padaria do Mercado Extra

NOSSOS RELATÓRIOS SÃO PUBLICADOS ANUALMENTE DESDE 1999 E ESSES DOCUMENTOS ESTÃO ACESSÍVEIS [AQUI](#).

DÚVIDAS, SUGESTÕES E COMENTÁRIOS SOBRE O RELATÓRIO PODEM SER ENVIADOS PARA O E-MAIL comunicacao.corporativa@gpabr.com

Metodologia

Somos orientados(as) pelas melhores práticas globais de gestão e elaboração de relatórios. As informações publicadas seguem a metodologia do *Casino Group CSR Program*, do nosso controlador, que atende às exigências legais e regulamentares de seu país-sede, a França. Também foram elaboradas com base nas Normas GRI 2021, da *Global Reporting Initiative*, nas orientações do *International Integrated Reporting Council* (IIRC, ou Conselho Internacional para Relato Integrado) e nas métricas do *Sustainability Accounting Standards Board* (SASB, ou Conselho de Padrões de Contabilidade de Sustentabilidade), além de considerar os elementos centrais da *Task Force on Climate-Related Financial Disclosures* (TCFD, Força-tarefa para Divulgações Financeiras Relacionadas ao Clima).



Obrigado

por sua

visita!



A cada compra que você faz aqui, te oferecemos mais do que produtos. Compre também pelo nosso site.

Sacolas Retornáveis

Use sacolas retornáveis! Assim você ajudará a reduzir os impactos ambientais da produção e descarte de sacolas plásticas.

Sacolas Retornáveis

02

Mensagens da Administração

- ▶ Mensagem do Conselho de Administração
- ▶ Mensagem da Diretoria-Executiva

Mensagem do Conselho de Administração

|GRI 2-22|

2022 foi um ano de continuidade das transformações nos negócios do GPA, totalmente alinhado às diretrizes do Grupo Casino de antecipar tendências e satisfazer as necessidades dos(as) consumidores(as), promover a inovação e potencializar a experiência digital no varejo alimentar. No ano, foi anunciada a importante decisão de cisão dos negócios do GPA e do Éxito, com o principal objetivo de destravar valor para cada negócio, processo que segue em andamento.

No Brasil, o período foi marcado pela estratégia de reforçar os formatos *premium* e de proximidade, retomando as fortalezas do Grupo e focando no aprimoramento da jornada dos(as) clientes. Também foram iniciadas diferentes ações com o objetivo de aumentar a rentabilidade do negócio, envolvendo importantes iniciativas relacionadas à adequação do sortimento, ao ajuste de precificação, à melhoria da eficiência e à promoção de uma maior conexão com os(as) clientes. Um momento em que as redefinições e reposicionamentos são fundamentais para trazer resultados concretos para o Grupo nos próximos anos.

O investimento no digital foi - e continuará sendo - uma das principais estratégias da Companhia, no Brasil e na América do Sul. O GPA segue avançando na venda *online*, por meio dos sites e aplicativos, buscando aliar a atuação física e digital em adequação às necessidades dos(as) novos(as) consumidores(as) em um mundo pós-pandemia. O Grupo Éxito, que é

líder no *e-commerce* na Colômbia, também segue com a manutenção da sua forte estratégia digital, com crescimento de participação e vendas.

Para ampliar sua presença em território brasileiro, o GPA retomou de maneira muito forte seu plano de expansão, com a inauguração de lojas e a conclusão dos fechamentos e conversões das unidades da antiga operação de hipermercado, adequando-as à principal atividade do negócio hoje, que são os supermercados. O Grupo Éxito também contou com inaugurações na Colômbia, nos formatos de hipermercado, supermercado e lojas de conveniência.

Em linha com os princípios de responsabilidade social do Grupo Casino, o Instituto GPA continuou investindo no desenvolvimento das comunidades do entorno das lojas no Brasil, contribuindo com ações transformadoras, além da qualificação profissional e do apoio à geração de renda. Manteve seu apoio no combate à fome por meio de doações próprias e incentivo à doação por parte de clientes, que juntos somaram mais de 4 mil toneladas de alimentos entregues para instituições sociais em todo o Brasil. Já na Colômbia, seguindo sua meta de trabalhar para a erradicação da desnutrição infantil crônica até 2030, a Fundação Éxito realizou uma série de iniciativas que beneficiaram mais de 60 mil crianças com programas de nutrição e complementos e com a entrega de 200 mil cestas básicas às crianças e suas famílias.

Avançando nos compromissos ambientais, sociais e de governança (ESG), foi antecipada a meta de reduzir as emissões de gases de efeito estufa no Brasil, chegando em 2022 a mais de 40% de redução nas emissões, frente à meta estabelecida de 38% até 2030 (ano-base 2015). Foram registrados grandes avanços na construção de cadeias de valor mais responsáveis com os(as) fornecedores(as), com maior monitoramento em linha com os compromissos estabelecidos em relação ao bem-estar animal, excelentes condições de trabalho e combate ao desmatamento. Também houve progresso no que diz respeito ao aumento da diversidade, chegando a 38% de mulheres em cargos de liderança (gerência e acima, sendo 25% na diretoria) e a um total de 41% de representatividade negra na liderança do GPA Brasil.

O ano de 2023 promete ser desafiador em termos globais, marcado por preocupações quanto ao poder de compra, à segurança alimentar e ao combate as mudanças climáticas. Mas o Conselho de Administração segue confiante de que as equipes saberão conduzir os negócios com o foco e a dedicação indispensáveis para continuar avançando nos compromissos firmados com todos os seus *stakeholders*.

Jean-Charles Naouri

Presidente do Conselho de Administração



No Brasil, o período foi marcado pela estratégia de reforçar os formatos *premium* e de proximidade, retomando as fortalezas do Grupo e focando no aprimoramento da jornada dos(as) clientes."

Mensagem da Diretoria-Executiva

|GRI 2-22|

O ano de 2022 foi de consolidação das diretrizes do “Novo GPA”, Companhia que surgiu como resultado da decisão de encerramento do modelo de hipermercados e agora com foco nas operações de supermercado *premium*, lojas de proximidade e multicanalidade. Foi um ano dedicado a revisitar nossa estratégia, a rever estruturas e processos internos, e iniciar um trabalho de *turnaround*, que segue em curso, com o claro objetivo de retomarmos a posição de referência no segmento *premium* do varejo alimentar nacional, com uma operação rentável e sustentável.

Partindo de uma diretriz fundamental – ter o(a) cliente como centro das nossas decisões e estar onde ele(a) estiver – nossa estratégia foi definida com base em seis pilares principais, que norteiam todas as nossas decisões de negócios: (1) *Top line*, ou aumento estruturado de nossas receitas; (2) Excelência no atendimento, medida pelo NPS (*Net Promote Score*); (3) Digital, com avanço da multicanalidade; (4) Expansão e conversão de lojas; (5) Rentabilidade, cuidando de quebras, despesas e margens; e (6) ESG e Cultura, com entrega de compromissos ambientais, sociais e de governança, valorizando a diversidade e tendo a cultura como o grande alicerce de todo um trabalho de transformação.

Todo o nosso plano de ação é estruturado a partir da premissa de fazer o simples bem-feito. Por isso, um projeto de extrema importância foi o estabelecimento de um novo modelo comercial, mais focado no(a)

cliente e tendo como principais ações o foco na proposta de valor de percebíveis, a adequação do sortimento, assim como a reorganização de toda a nossa cadeia de suprimentos. Em todas as frentes, o condutor da mudança é o estabelecimento de uma cultura mais colaborativa, menos hierárquica e com mais autonomia para as pessoas e áreas, sempre com foco nos aspectos mais relevantes para os nossos públicos de interesse. A realização desse trabalho foi fundamental para o que queremos construir como “Novo GPA”, e que deve reverberar em toda a Companhia e ser percebido por nossos(as) clientes.

Em 2022, conseguimos retomar o crescimento orgânico de lojas. Foram 18 novas unidades do Pão de Açúcar em diferentes cidades, como em Natal (RN), a primeira loja no Estado; em Ubatuba e Assis, no litoral e interior paulista, respectivamente. Todas elas já no formato Geração 7, focado integralmente no aprimoramento da experiência de compra dos(as) clientes. Inauguramos outras 44 lojas de Proximidade.

Encerramos o ano com a abertura recorde de 72 unidades (entre novas e convertidas), como parte da nossa meta de abrir 300 novos pontos em três anos. Nosso plano de expansão está focado em lojas de proximidade, especialmente na capital paulista, onde vemos mais oportunidades, aderência à marca e uma malha logística bem estabelecida, e também no Nordeste, onde mantemos uma infraestrutura logística importante.

O trabalho para a retomada das fortalezas das nossas marcas, como a musicalidade e o bem-estar para o Pão de Açúcar, também foi um importante marco do período. Voltamos a realizar a Maratona de Revezamento Pão de Açúcar, um grande símbolo da marca, nas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro. Patrocinamos o maior festival de música do Brasil, o *Rock in Rio*, e também lançamos uma grande campanha com a participação do cantor Gilberto Gil e sua neta, Flor Gil, que culminou na criação da Nova “Música do Pão”. Esses esforços, sem dúvida, resgatam a visibilidade da marca e o vínculo emocional com seus(uas) consumidores(as).

No ano, tivemos avanços importantes em inovação e digitalização. Investimos na evolução de nossos aplicativos Pão de Açúcar e Clube Extra para que se tornem o grande *hub* de contato com os(as) nossos(as) clientes, com funcionalidades unificadas e uma navegação mais intuitiva. Incorporamos o motor logístico de James ao *e-commerce*, aumentando de 40% para 70% o percentual de entregas realizadas no mesmo dia, atendendo a uma demanda dos(as) clientes por entregas ultrarrápidas.

Avançamos também na entrega expressa em até 30 minutos a partir de nossas lojas de proximidade. Além da atuação com nossos canais próprios, queremos ser o melhor parceiro e a melhor opção de compra em todos os pontos de contato com nossos(as) clientes, o que inclui o reforço das parcerias com os principais



Com o(a) cliente no centro das nossas decisões, definimos nossa estratégia com base em seis pilares, que norteiam nossas decisões de negócios: (1) *Top line*; (2) Excelência no atendimento; (3) Digital; (4) Expansão e conversão de lojas; (5) Rentabilidade; e (6) ESG e Cultura."

Marcelo Pimentel
CEO GPA

players de *last mile* e *marketplaces* do Brasil, como o iFood, Mercado Livre, Magalu e Rappi.

Outro marco de 2022 foi a parceria com o Google Cloud, o maior projeto de jornada em nuvem do varejo brasileiro, garantindo mais rapidez e integração de nossos processos e programas. A utilização de inteligência artificial e do CRM (*Customer Relationship Management*) também se revelam importantes aliados para o aprimoramento da experiência e a gestão do relacionamento com os(as) consumidores(as), na busca de uma jornada cada vez mais personalizada e fluida.

Como desafios definidos para o curto prazo estão aprimorar nosso conhecimento e utilizar de maneira mais eficiente nossa base de dados; oferecer cada vez mais soluções personalizadas aos(às) nossos(as) consumidores(as), com maior integração entre o mundo físico e digital; e otimizar nosso modelo de entrega *last mile*, oferecido a partir do estoque existente na loja mais próxima, impulsionando o Clique e Retire de maneira mais ágil e amigável.

Mesmo em um ano de transição, com reflexos na rentabilidade do negócio, o GPA Brasil proforma alcançou receita líquida de 17,3 bilhões e margem EBITDA ajustada de 7%. Para 2024, a expectativa é de chegar de 8% a 9% [receita líquida], e temos a certeza de que estamos no caminho para a consolidação de um negócio cada vez mais saudável com resultados sustentáveis.

2022 também foi marcado pelo fortalecimento de nossos compromissos com os aspectos ambientais, sociais e de governança, fundamentais para a manutenção de um negócio sustentável, diverso e inclusivo. Um dos temas de destaque é a equidade de gêneros, representada pela força da liderança feminina nas nossas operações. A Companhia encerrou o ano com um quadro composto por 52,8% de mulheres, entre as mais de 37 mil pessoas que compõem o nosso quadro funcional, sendo 38,3% em cargos de liderança (gerência e acima). Nossa meta é chegar a 40% de mulheres na liderança até 2025. Para isso, estamos preparando nossas colaboradoras a assumir esses cargos com programas específicos de desenvolvimento que já formaram mais de 1.200 colaboradoras em três anos.

Como parte de nossa meta de reduzir as emissões de gases de efeito estufa, seguimos com a modernização das casas de máquinas e equipamentos de refrigeração, utilizando gases de menor potencial de aquecimento global e a inspeção e manutenção periódicas para identificar e evitar pontos de vazamento. Reduzimos 41,3% das emissões de gases de efeito estufa de escopo 1 e 2, evitando o lançamento de mais de 212 mil tCO₂e na atmosfera em relação a 2021 e, dessa forma, antecipamos e superamos nossa meta de redução de 38% até 2030 (ano-base 2015).

Entendemos que um varejo responsável, que promove uma oferta e consumo mais consciente, é

cada vez mais uma exigência dos(as) clientes. Por isso, lançamos em 2022 a Política Socioambiental de Compras de Pescados, que tem como objetivo incorporar boas práticas nessa cadeia. Continuamos, ainda, com o forte trabalho de rastreabilidade na cadeia de carnes, com a aderência de nossos(as) fornecedores(as) à Política Socioambiental de Compras de Carne Bovina e aos sistemas de geomonиторamento para evitar a compra de produtos provenientes de áreas de desmatamento. Já na cadeia de frutas, legumes e verduras atuamos para garantir a preservação do meio ambiente e condições dignas de trabalho. E seguimos evoluindo, também, nos temas de bem-estar animal, com o atingimento de metas intermediárias para chegarmos aos compromissos traçados para 2028, como 100% de todos os ovos vendidos em nossas lojas, de Marcas Próprias e nacionais, provenientes de criação de galinhas livres de gaiolas.

Reportamos também conquistas em nossos programas de impacto social. Mais do que doação, apostamos em parcerias que promovem o empreendedorismo, como o lançamento do nosso primeiro produto social com lucro 100% revertido: o biscoito de polvilho Qualitá, em parceria com a Gerando Falcões, organização que atua em rede para acelerar o poder de impacto de líderes em favelas do Brasil. Em 2022, o Instituto GPA manteve seu pilar de qualificação profissional e o apoio à geração de renda realizando novas turmas do Mãos na Massa, programa para formação básica em padaria e confeitaria entre

os(as) moradores(as) do entorno das lojas. E, com o objetivo de contribuir com ações transformadoras e o engajamento social, relançamos o Programa Colabora, plataforma de voluntariado que incentiva a participação de nossos(as) colaboradores(as) em ações sociais. A doação de alimentos segue como uma forte frente de atuação. No ano, arrecadamos e doamos mais de 4 mil toneladas de alimentos e produtos de primeira necessidade, por meio de diferentes campanhas, além de outros investimentos em projetos sociais, que totalizaram 10 iniciativas.

O ano de 2023 se mostra como promissor, considerando o trabalho que já realizamos, mas sabemos que ainda temos importantes obstáculos a vencer para alcançarmos a excelência no atendimento, reconquistar o(a) cliente *premium* e ampliar nossos resultados de maneira rentável e sustentável. Mas, sigo confiante de que estamos no caminho certo. Faremos isso junto com nosso time de milhares de colaboradores(as) protagonistas, com a parceria com nossos(as) fornecedores(as) e a confiança dos(as) nossos(as) clientes. Dessa forma, continuamos firmes em nossa missão de nos reconectar com a nossa essência e nosso compromisso com o propósito de alimentar sonhos e vidas!

Marcelo Pimentel
CEO GPA



03

O Grupo GPA

- ▶ Nossos negócios
- ▶ Estratégia de negócio
- ▶ Governança corporativa
- ▶ Desempenho financeiro
- ▶ Estratégia de sustentabilidade
- ▶ Materialidade

Colaborador do
Pão de Açúcar Fresh





Nossos negócios

IGRI 2-11

O GPA é um dos maiores grupos de varejo alimentar da América do Sul, com ações listadas no Brasil (B3 – Brasil, Bolsa, Balcão: PCAR3) e nos Estados Unidos (NYSE – *New York Stock Exchange*: CBD). Somos uma empresa do Grupo Casino e estamos presentes em diferentes cidades brasileiras, além de concentrarmos operações na Colômbia, no Uruguai e na Argentina, com o Grupo Éxito.

GPA BRASIL

O GPA foi fundado em 1948 e somos reconhecidos por nossa trajetória de resultados e realizações consistentes e relevantes. Temos orgulho em fazer parte da vida de milhões de consumidores(as), sempre buscando identificar tendências de mercado e comportamentos que permitam antecipar as necessidades dos(as) clientes.

Com um modelo de negócios multiformato e multicanal, reunimos algumas das redes e marcas mais conhecidas e valiosas do varejo, como Pão de Açúcar, Compre Bem, Mercado Extra, Minuto Pão de Açúcar e Mini Extra, além das Marcas Próprias Qualitá, Taeq, Club des Sommeliers, entre outras.

Com mais de 700 lojas físicas e líderes do *e-commerce* alimentar no Brasil, trabalhamos para oferecer aos(às) nossos(as) clientes a melhor experiência de compra todos os dias, quando eles(as) quiserem e onde estiverem.

Consciente do papel que exercemos na economia do país, por meio da geração de empregos e de iniciativas de responsabilidade socioambiental em todos os nossos negócios, temos o propósito de atuar por uma sociedade mais responsável e inclusiva, promovendo o desenvolvimento social e o consumo consciente.

GRUPO ÉXITO

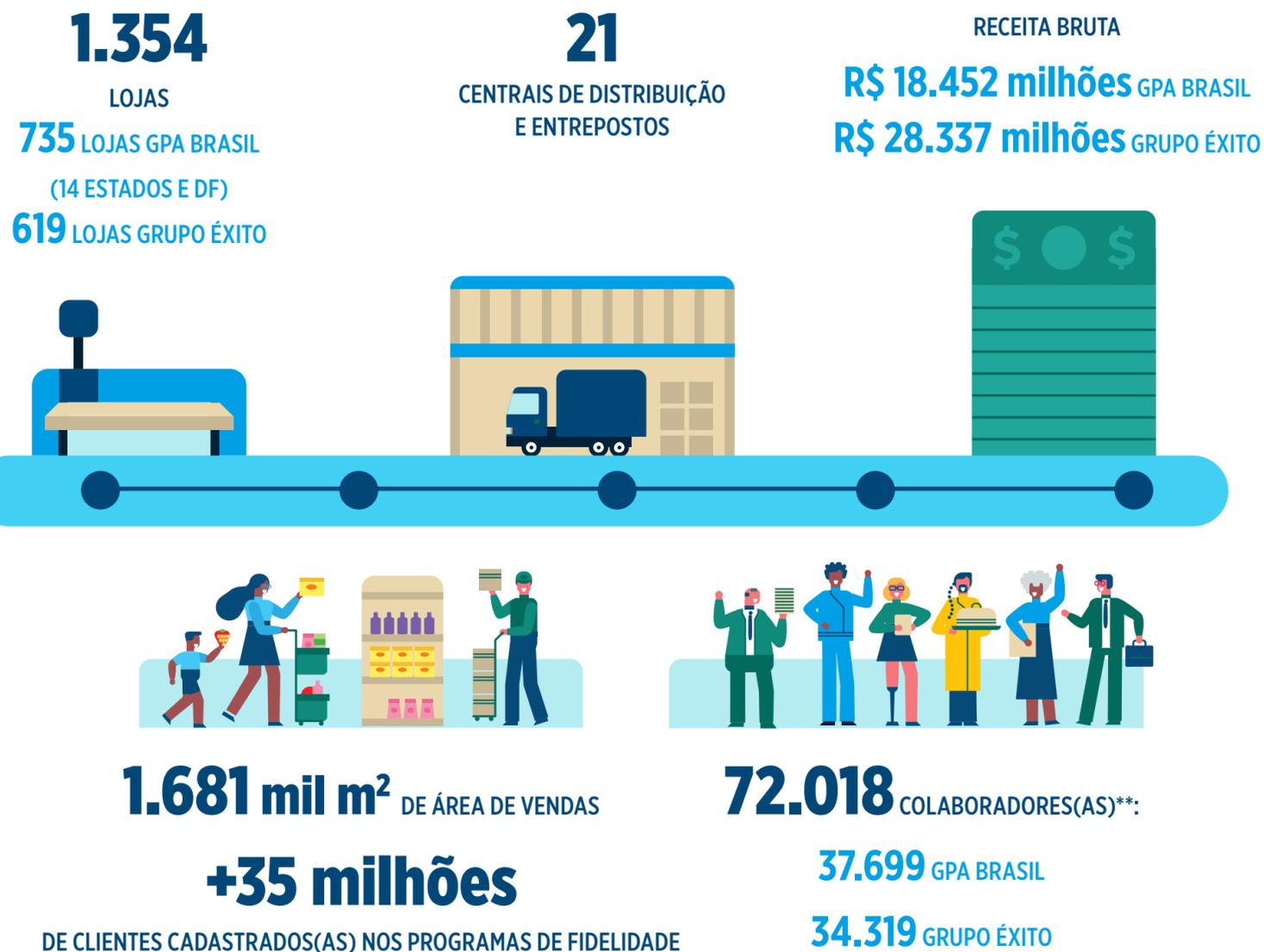
O Grupo Éxito é líder de varejo alimentar na Colômbia com as marcas Éxito, Carulla, Super Inter, Surtimax e Surtimayorista, e no Uruguai com os Grupos Disco e Devoto. Está presente também na Argentina com o Libertad, Mini Libertad, Petit Libertad e Mini Mayorista Libertad

Possui mais de 600 lojas, além de negócios complementares, e é líder em *e-commerce* na Colômbia.

É possível conferir mais detalhes sobre a operação do Éxito no [Relatório de Sustentabilidade](#) do Grupo (em espanhol).

Principais números do nosso negócio em 2022*

IGRI 2-11



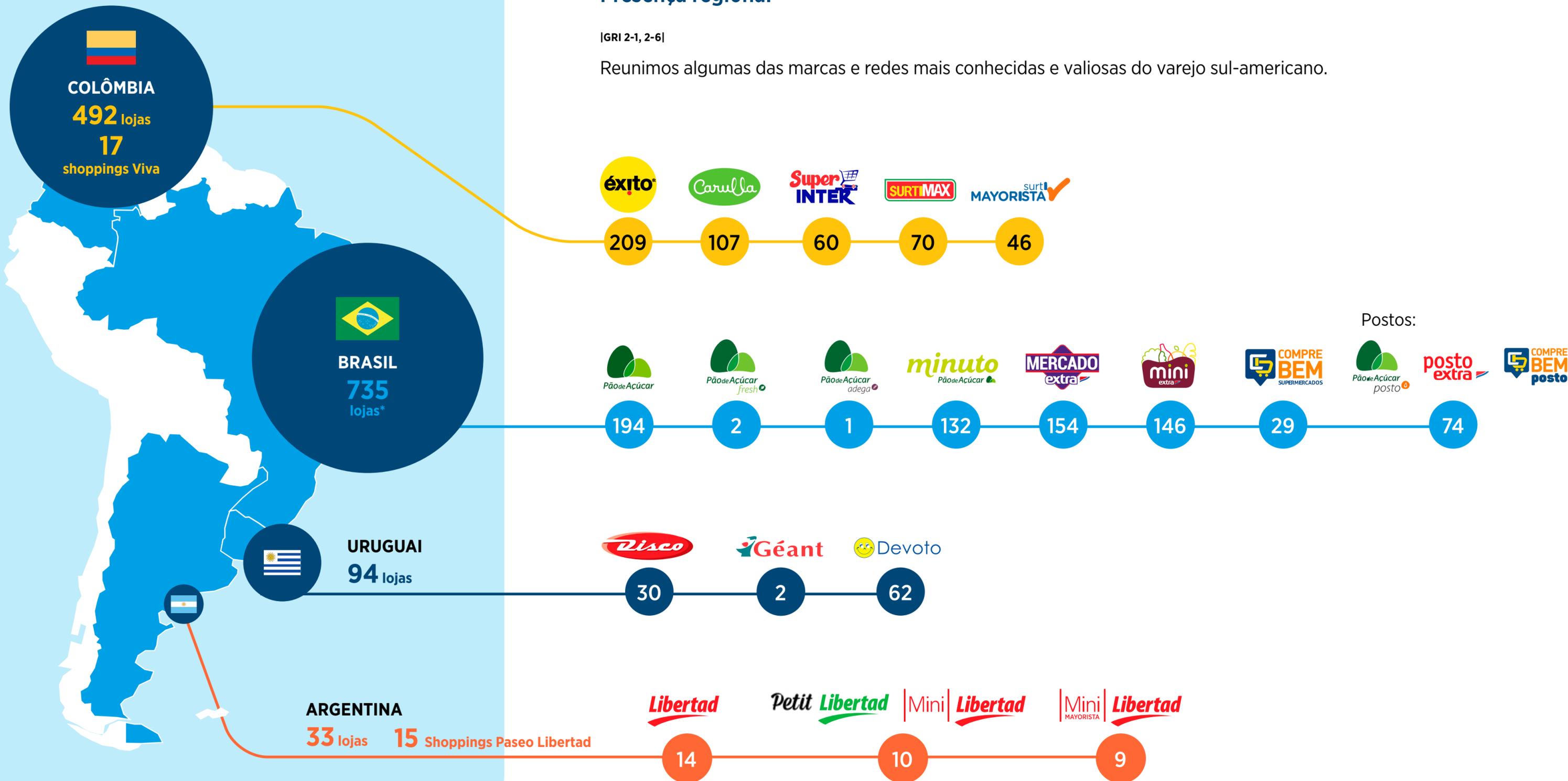
*A operação do Éxito passou a ser tratada contabilmente como operação descontinuada (IFRS 5) a partir do 4T22, com reclassificação dos demonstrativos de 2022 e 2021. Para uma melhor comparação, apresentamos, quando indicado, os dados gerenciais do Éxito pré-IFRS 5.

**Contabilização de headcount seguindo a metodologia Casino - *headcount* ativo em 31/12/2022

Presença regional

[GRI 2-1, 2-6]

Reunimos algumas das marcas e redes mais conhecidas e valiosas do varejo sul-americano.



*Lojas em Conversão / Análise: 3



Estratégia de negócio

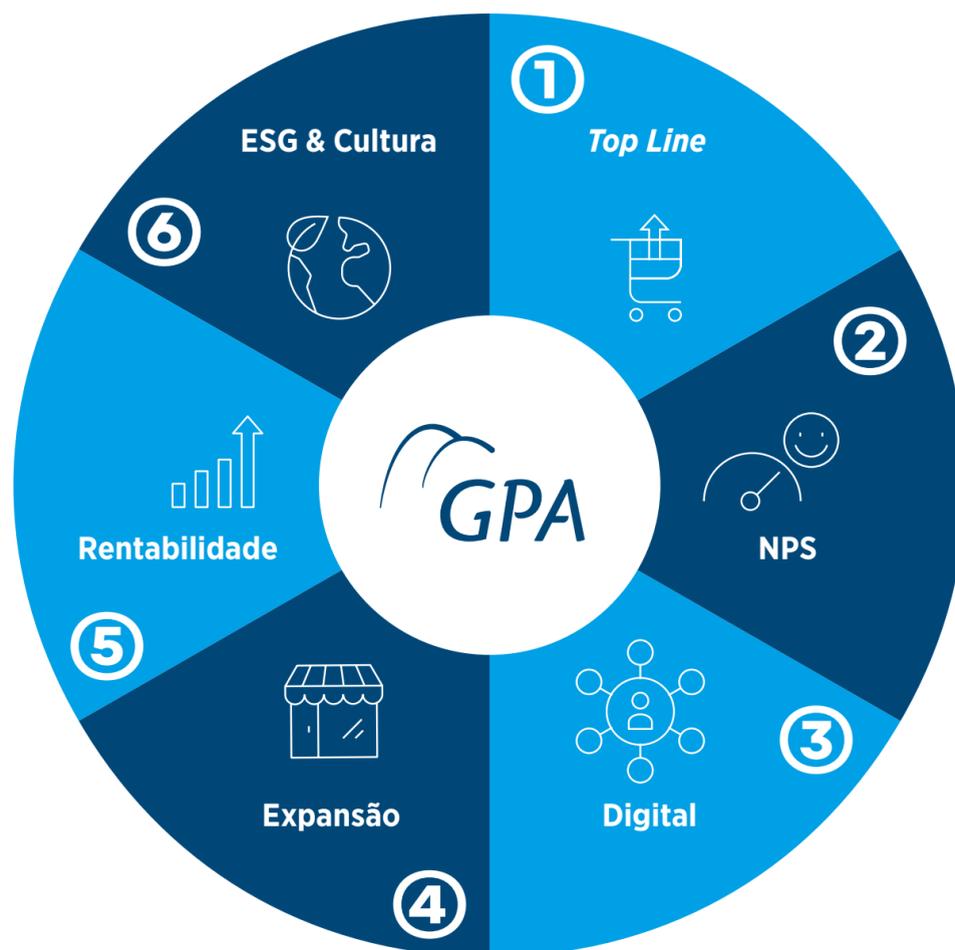
Pilares estratégicos e planos de trabalho

|GRI 2-6|

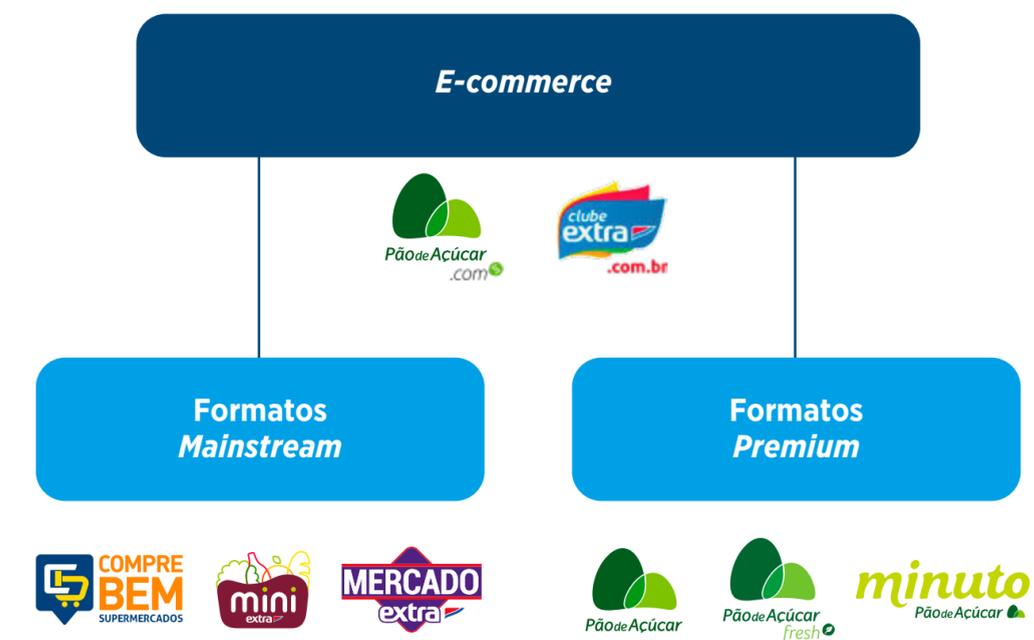
2022 foi o momento de redefinir a estratégia e estruturar nossos próximos passos, depois de tomarmos as importantes decisões da cisão do negócio de atacarejo Assaí e encerramento das operações de hipermercados no Brasil com a venda e conversões das lojas Extra Hiper. A nova proposta de valor foi definida, com foco nos negócios *premium*, com as bandeiras Pão de Açúcar, Minuto Pão de Açúcar e Pão de Açúcar *Fresh*; negócios *mainstream*, com as marcas Mercado Extra, Compre Bem e Mini Extra - e a omnicanalidade com o posicionamento do *e-commerce* e demais canais digitais.

A partir disso, estabelecemos a estratégia plurianual do Novo GPA Brasil para os próximos três anos, com a definição dos seis pilares que vão nortear as nossas iniciativas: *Top line*, ou aumento estruturado de nossas receitas; Excelência no atendimento, medido pelo *NPS (Net Promote Score)*; Digital, com avanço da multicanalidade; Expansão orgânica e conversão de lojas; Rentabilidade, cuidando de quebras, despesas e margens; e ESG e Cultura, com entrega de compromissos ambientais, sociais e de governança.

PILARES ESTRATÉGICOS DO GPA



PROPOSTA DE VALOR DO GPA



1 Top line: perecíveis, sortimento e suprimentos

Especializar-se em perecíveis, encontrar o sortimento ideal nas lojas e reestruturar a cadeia de suprimentos são os principais focos de atuação nesse pilar estratégico, que visa incremento de receita.

SORTIMENTO IDEAL

Em 2022, tivemos algumas iniciativas importantes, como um estudo para definição do sortimento ideal, principalmente na bandeira Pão de Açúcar. Escolhemos algumas unidades como piloto desse programa para estabelecermos cinco padrões de sortimento, de acordo com o tamanho de loja. Esse ajuste aperfeiçoa a pirâmide de sortimento que, consequentemente, melhora a percepção de preço para os(as) clientes nos diferentes formatos.

Ao mesmo tempo, identificamos os produtos que são mais importantes para os(as) consumidores(as), mantendo-os sempre disponíveis na gôndola, e fizemos a releitura do fluxo de mercadoria e exposição em loja, tornando a experiência de compra mais fluida.

Em perecíveis, além de ampla variedade e melhor disposição dos produtos, tomamos medidas para garantir o frescor dos alimentos.

Também cuidamos da capacitação de nossas equipes, tanto no quesito técnico, para o manuseio de

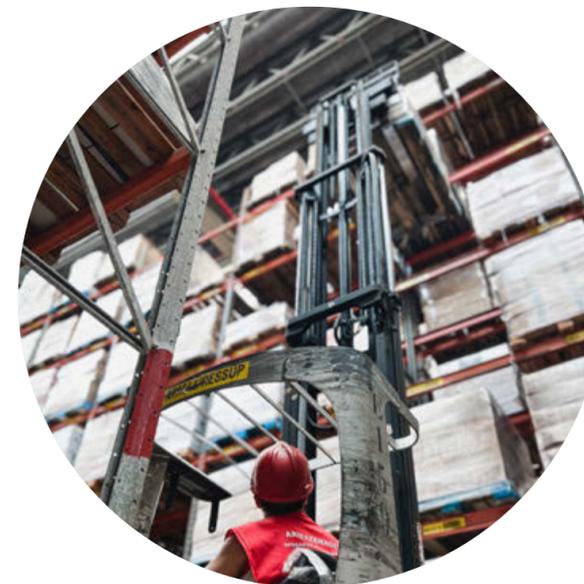
mercadorias, especialmente dos perecíveis; quanto de treinamento comportamental, com o objetivo de aprimorar o atendimento ao(a) cliente.

Embora os resultados sejam esperados a partir de 2023, dois indicadores já demonstraram avanços em 2022, na comparação com o primeiro trimestre: a redução de ruptura total de aproximadamente 1,1 p.p.; e o aumento de 4,2 p.p. na participação de perecíveis na venda total da bandeira Pão de Açúcar.

READEQUAÇÃO DA MALHA LOGÍSTICA

Com a redução de volume provocada pelo encerramento do formato de hipermercado, realizamos, ao longo do primeiro trimestre de 2022, a implementação da nova malha logística, com o fechamento de quatro Centrais de Distribuição (CD) e diminuição de tamanho de outras quatro CDs. Dessa forma, conseguimos reduzir os dias de estoque, melhorar o giro e o fluxo de caixa e garantir a presença do produto na gôndola para o(a) cliente final.

Para construir uma cadeia de abastecimento eficiente, relançamos nosso programa de relacionamento varejo-indústria pioneiro no Brasil, o *Top Log*, do qual participam os(as) 50 maiores fornecedores(as) do GPA. Dessa forma, queremos aumentar a colaboração, a transparência e a comunicação com nossa cadeia, melhorando o nível de serviço, aumentando a adequação às práticas ESG, visando melhorar os resultados em diminuição de estoque e da ruptura de produtos em gôndola e aumentar a ecoeficiência no transporte. O Programa foi relançado em um evento em outubro de 2022 e a premiação, com novas regras e dinâmicas, será realizada em outubro de 2023.



Central de Distribuição 01



Gôndolas do Minuto Pão de Açúcar

Iniciativas Top Line

Perecíveis – aumento da penetração dos perecíveis nas vendas totais por meio do projeto *refresh*, que tem como objetivo melhorar a proposta de valor dessa categoria, trazendo maior qualidade, variedade, frescor, disponibilidade de produtos expostos para o(a) cliente e melhoria da rentabilidade com redução da quebra.

Sortimento – revisão de papéis de categorias e tamanho de sortimento de acordo com a jornada de compras dos(as) clientes.

Exposição – padronização por categoria e reorganização das gôndolas para tornar a experiência de compras fluida e coerente com a nossa proposta de valor.

Lojas – reclassificação por tipo de público, tamanho e regionalidade.

Precificação – adequação de preço de acordo com papel da categoria na estratégia e impacto da concorrência.

Gestão de estoques – otimização e equilíbrio dos estoques, evitando rupturas e melhorando a gestão de caixa da Companhia.

Conceito G7

As lojas do Pão de Açúcar inauguradas em 2022 já nasceram dentro do conceito G7 (Geração 7) que a rede está adotando, tanto nas novas construções, quanto na reforma das antigas unidades. No total, 60% das 194 lojas da bandeira Pão de Açúcar seguiam o modelo no encerramento do ano. Até o encerramento de 2023, as demais lojas devem ser reformadas para o conceito G7.

A experiência de consumo e o fluxo de clientes foram totalmente revitalizados, a partir de quatro pilares do G7: Experimental, Exclusivo, Social e Fluido. As lojas nesse conceito prezam pela integração digital ao processo de compra, seguindo o compromisso de serem cada vez mais multicanais, oferecendo ao(à) cliente a escolha de comprar onde e como preferir, nas lojas, no site ou no aplicativo Pão de Açúcar Mais.

As lojas G7 oferecem alimentos frescos, Espaço Sucos Saudáveis, Adega, Padaria Rústica, Espaço Sushi e Espaço Café, além das mudanças no *layout*, para tornar as compras mais fluidas, na iluminação e no agrupamento de produtos.

MARCAS PRÓPRIAS

Focamos no constante monitoramento, evolução e fortalecimento de nossas Marcas Próprias, que representam um dos principais aspectos estratégicos de fidelização de clientes e aumento do tráfego de consumidores(as) em nossas lojas e *e-commerces*. Por isso, estamos reposicionando nossas marcas para estarem aderentes à nossa estratégia e para honrarmos nosso pioneirismo no lançamento de Marcas Próprias no Brasil, desde a década de 70.

Atualmente, nossos itens de Marcas Próprias somam mais de 5 mil produtos alimentares, trazendo preços competitivos e economia para nossos(as) clientes. Ao longo de 2022, lançamos cerca de 100 produtos em resposta à demanda de clientes e à nossa estratégia. Nosso portfólio atual é composto por *Qualitá* (itens do dia a dia, com foco em alimentação e produtos de limpeza), *Taeq* (pioneira e a maior marca de alimentação saudável do Brasil), *Casino* (produtos importados), *Club des Sommeliers* (vinhos de qualidade e de várias nacionalidades), entre outras. *Taeq* também está presente na Colômbia, onde é reconhecida por agregar o conceito de saudabilidade.

Em *Taeq* queremos enfatizar seu papel como Marca Própria de alimentação saudável – a maior em sortimento do País –, com produtos diferenciados e adequados para todos os momentos de consumo.

Já a marca *Qualitá*, que representa mais de 80% das vendas das Marcas Próprias do Grupo, tem como foco produtos de alta qualidade, sendo a melhor opção de custo *versus* benefício presente em cerca de 80% das categorias de alta penetração de vendas.

Mais informações nas páginas 60 e 76

PARTICIPAÇÃO DAS MARCAS
PRÓPRIAS ALCANÇOU

23%

DAS VENDAS TOTAIS DO
GPA BRASIL EM 2022



Chás de Taeq

2 NPS: busca pela evolução contínua no indicador

|GRI 3-3| TEMA MATERIAL: RELACIONAMENTO COM O CLIENTE
|GRI 2-29|

SATISFAÇÃO DO(A) CLIENTE

Acompanhamos de forma recorrente a recomendação e satisfação de nossas lojas, *e-commerces*, produtos e serviços por meio das avaliações de nossos(as) clientes. Como indicador de recomendação, utilizamos o NPS (*Net Promoter Score*), em que eles(as) respondem de 0 a 10 o quanto recomendariam nossas lojas para um(a) amigo(a), colega ou familiar. A depender da resposta, eles(as) são classificados(as) em detratores(as), de 0 a 6; neutros(as), de 7 a 8; e promotores(as), de 9 a 10. Para se chegar no resultado do NPS, subtrai-se do percentual de promotores(as) o percentual de detratores(as), categorizando o produto e/ou serviço em:

- ▶ **- 100 a -1:** zona crítica
- ▶ **0 a 49:** zona de aperfeiçoamento
- ▶ **50 a 74:** zona de qualidade
- ▶ **Acima 75:** zona de excelência

Também são verificados atributos de satisfação, definidos a partir do tipo de jornada (*online/offline*, de produtos/de serviços etc.) e de perguntas aos(as) clientes (de múltipla escolha e livres). Os resultados são acompanhados por toda a liderança, para que sejam realizadas ações em curto, médio e/ou longo prazos com o intuito de impactar de forma positiva, cada vez mais, a experiência em todos os canais de compra.

Realizamos, de forma periódica, pesquisas qualitativas e escutas com clientes para todas as frentes, sempre com o objetivo de ouvi-los(as) para pautar e evoluir em nossas práticas. A partir de pesquisas realizadas com clientes e os apontamentos sinalizados, iniciamos um programa completo para melhoria do nosso NPS, o que incluiu um plano de redução de ruptura, treinamentos das equipes e implementação de caixas de autoatendimento (*self checkout*).

Algumas das iniciativas colocadas em prática em 2022 já repercutiram em melhora nos índices de satisfação dos(as) clientes, com evolução constante nos atributos de atendimento, qualidade e frescor dos produtos e ambiente de loja.

Nossas ações possibilitaram uma evolução do NPS em 2022: crescemos 20 p.p. no quarto trimestre em comparação com o primeiro trimestre do ano.

A MARCA PÃO DE AÇÚCAR

Para aumentar o engajamento dos(as) clientes, um dos principais focos de trabalho é a recuperação da marca Pão de Açúcar, reforçando pilares fundamentais, como pioneirismo, fidelização e personalização. Por isso, reforçamos nossa proposta de valor, que é atrair e fidelizar clientes, entregando a melhor experiência de compra. Queremos inspirar e alimentar momentos de felicidade, com produtos *fresh*, bem-estar (saudabilidade) e foco no relacionamento com os(as) clientes, por meio de um atendimento qualificado e de programas de fidelidade.

A campanha Pão de Açúcar trouxe em 2022 esse momento de resgate da musicalidade, que é um pilar da história da marca. E para trazer esse resgate, atuou de forma inédita no varejo, explorando o afeto e pequenas felicidades e convidando o público a criar a nova música do Pão com Gilberto Gil e Flor Gil.

Além de conteúdos audiovisuais, foram feitas postagens especiais para o *feed* da marca, com formatos interativos e estratégia de conteúdo exclusiva para o lançamento do perfil da marca no *TikTok*, que hoje já é considerada a maior do segmento alimentar na plataforma com mais de 275 mil seguidores(as) e mais de 1.4 milhão de curtidas. O concurso cultural da nova música também bateu recordes, recebendo quase 5 mil inscrições.

A nova música foi lançada no *Rock in Rio*, evento apoiado pela marca. O clipe foi apresentado na loja do Pão no evento, criada para ser uma experiência de compra e entretenimento, com espaços “instagramáveis” e pontos interativos. A loja conceito contou com caixa musical, brindes, além de disponibilizar um sortimento especial com 65 produtos entre itens de fabricação própria, como frutas cortadas e pães artesanais, produtos de Marcas Próprias, além de itens dos(as) patrocinadores(as) do evento.

No segundo semestre do ano retomamos o Circuito de Corridas Pão de Açúcar, uma das mais tradicionais corridas de rua do país, após dois anos de hiato por conta da pandemia de Covid-19. Realizado desde 1993, o circuito torna tangível e reforça o pilar de bem-estar da marca.



Cliente utiliza o caixa de autoatendimento

Novas tecnologias

Com o objetivo de melhorar a experiência do(a) consumidor(a) em loja, apostamos em novos projetos e tecnologias que agilizem o pagamento, evitando filas e facilitando as compras. Entre eles destacam-se:

Caixas de autoatendimento - Implementamos 739 novos *self checkouts* em 2022, totalizando 1.235 que agora estão presentes em 83% das lojas de supermercado e 32% das unidades de Proximidade. No Minuto Pão de Açúcar, em 2022 implementamos atendimento 100% automatizado em quatro lojas.

Scan and go - Pela ferramenta, o(a) cliente consegue escanear o código de barras dos produtos e concluir a compra pelo próprio celular.



3 Digital: entrega rápida e com mais horários disponíveis

|GRI 3-3| TEMA MATERIAL: INOVAÇÃO E DIGITALIZAÇÃO

Estamos focados em aumentar a participação de nossas vendas *online*, passando de 10% para 20% do faturamento do Grupo até 2024. Para tanto, buscamos aumentar nosso sortimento disponível, especialmente em perecíveis, disponibilizar mais horários para o *delivery* e aumentar o percentual de entregas em até duas horas (“Pra Já”), que já conta com 200 lojas disponíveis.

Parte dessa estratégia foi direcionada com a incorporação do *James Delivery*, trazendo o motor logístico da marca para a estrutura do *e-commerce* do GPA. Com isso, conseguimos elevar nossas entregas rápidas (*same-day-delivery*), que era uma demanda dos(as) clientes, de 40% para 70%.

Implementamos o “Pra Já”, que engloba as entregas realizadas em até duas horas nos aplicativos e *e-commerces* do GPA. Ele foi criado com o objetivo de tornar o GPA uma referência em entregas rápidas, proporcionando aos(as) nossos(as) clientes oportunidades de compras em diferentes momentos e fomentando a ultraconveniência. Em 2023, o “Pra Já” será expandido para a entrega em uma hora.

Outra importante iniciativa foi a ampliação do horário de entrega até as 22h e abertura de um número maior de lojas para *delivery* aos sábados e domingos.

Para aumentar o engajamento, lançamos a campanha “Comprou-Ganhou do Stix”, em que os(as) clientes ganham mais pontos ao fazer compras em determinados períodos do ano, como na quinzena do(a) consumidor(a), acelerando o resgate de pontos e a fidelização.

O Grupo Éxito também tem desenvolvido sua estratégia de reforço do comércio eletrônico para se adaptar às mudanças de hábitos de consumo na Colômbia. Conjugando canais físicos e digitais, permite que as pessoas comprem no *exito.com* e recebam suas compras em casa ou retirem na loja. Elas também podem usar aplicativos como o Rappi, WhatsApp e catálogos digitais.

Parcerias

Estamos cientes de que a variedade de plataformas e modos de venda são uma oportunidade relevante para fortalecer as nossas vendas digitais, atendendo ao(a) consumidor(a) que demanda entregas realizadas em um tempo cada vez menor e que buscam praticidade em suas compras. Para estar onde o(a) cliente estiver, ampliamos nossas parcerias em 2022, incorporando no Brasil o Shopee à nossa rede já formada por Rappi, Cornershop by Uber, iFood, Americanas Mercado, Mercado Livre, Zé Delivery e Magalu. Na Colômbia, a bandeira Carulla opera uma parceria com a Rappi e com um serviço de entrega ultrarrápida (10 minutos) de perecíveis, desde 2021, o Turbo-Fresh.



Colaboradora do Clube Extra separando produtos do e-commerce

Estratégia online GPA

- ▶ Agilidade
- ▶ Flexibilidade e escalabilidade
- ▶ Personalização
- ▶ Diferenciação e inovação
- ▶ Maior controle da experiência do(a) cliente



PROGRAMAS DE FIDELIDADE

Em dezembro de 2022, tínhamos mais de 29 milhões de clientes cadastrados(as) nos programas de fidelidade Pão de Açúcar Mais e Clube Extra, no Brasil; e mais 6 milhões nos *apps* Pontos Colombia, Éxito e Carulla, na Colômbia. Os aplicativos permitem conhecer melhor os hábitos de consumo dos(as) clientes e assim entregar ofertas personalizadas aderentes ao comportamento de compra. Os(as) clientes cadastrados(as) nos programas de fidelidade Clube Extra e Pão de Açúcar Mais representaram 65% das vendas realizadas no ano.

No Brasil, os(as) usuários(as) dos *apps* contam com diversas vantagens, como descontos personalizados e antecipação de promoções. Uma novidade dos programas de fidelidade em 2022 foi a possibilidade de ativação de 100% das ofertas com um clique, facilitando a navegação e a rotina dos(as) clientes.

Outra vantagem é o programa de recompensa de prêmios, em constante evolução, por meio da plataforma Stix. Criada a partir de uma coalizão entre GPA e RaiaDrogasil, a Stix combina soluções práticas e inteligentes para gerar valor aos(as) parceiros(as) com benefícios tangíveis aos(as) consumidores(as). Opera como uma carteira única de pontos em rede de atuação nacional, e seus(suas) participantes têm vantagens únicas, como poder juntar e trocar Stix no Pão de Açúcar, Mercado Extra, Droga Raia, Drogasil, Sodimac e Polishop, enviar pontos Stix entre cadastrados(as) sem custos, clareza no valor do ponto na hora da troca, prazo de expiração em data fixa anual e transferência gratuita de pontos Itaú para Stix. Ao longo de 2022, mais de 1.3 milhão de clientes Pão de Açúcar e Clube Extra trocaram mais de 4.7 milhões de prêmios, entre produtos, vales-compra e Stix no Caixa (benefício que permite ao(à) cliente o resgate de *cashback* direto no caixa das lojas físicas).

O programa fechou uma parceria comercial com a Polishop para uma campanha iniciada em dezembro de 2022 e estrelada pelo Chef Henrique Fogaça, a “Loucos por Stix” prevê a troca de pontos Stix por vales-compra com desconto para adquirir itens da linha *ichef* Polishop na rede Pão de Açúcar. Dessa forma, retomamos a promoção de colecionáveis, que foram um sucesso na bandeira.

O Pontos Colombia, programa de monetização da fidelização de clientes na Colômbia, foi criado por meio de uma *joint venture* com o Bancolombia e conta atualmente com 6,2 milhões de clientes ativos(as), um crescimento de 14% em relação a 2021. Em 2022, foram acumulados e trocados 35 milhões de pontos por produtos, com descontos de até 100% em compras nas lojas ou digitais, pacotes de viagem, combustíveis e outras ofertas de empresas afiliadas.

Esses aplicativos fornecem informações sobre os hábitos de compra dos(as) clientes para informar ofertas especiais personalizadas relevantes para o comportamento de compra.



Cliente sendo atendida no caixa do Pão de Açúcar



Cliente acessando o app



+29 MILHÕES
DE CLIENTES CADASTRADOS(AS)
NOS PROGRAMAS DE FIDELIDADE
PÃO DE AÇÚCAR MAIS E
CLUBE EXTRA, NO BRASIL,
EM DEZEMBRO DE 2022



GPA Labs em números

+ de 1.000 startups mapeadas no ecossistema GPA desde 2018

135 contratos ativos com startups

144 conexões com startups

37 desafios de negócio mapeados

65 embaixadores(as) de inovação

88 pontos de NPS (*Net Promote Score*) para o Programa *Innovation Network 4.0*

16 rollouts de pilotos com startups

14 pilotos realizados em 2022

Inovação no GPA

Aqui no GPA, temos uma área dedicada à cultura de inovação, o GPA Labs. Acreditamos na transformação e revolução do varejo buscando soluções disruptivas e inovadoras para proporcionar a melhor experiência para nossos(as) clientes internos e externos e em nossos principais ativos (lojas, aplicativos e e-commerces). O GPA Labs tem como estratégia impulsionar a cultura de inovação e fomentar nosso valor *Atitude para Inovar*, incentivando agentes de transformação e desenvolvendo projetos e ecossistemas para gerar mais negócios para a Companhia, rentabilização e crescimento do NPS. Endeavor e Liga Ventures foram nossos *hubs* de inovação parceiros em 2022.

Ao longo do ano, atuamos com base nos pilares estratégicos da Companhia para o mapeamento de soluções e desenvolvimento de projetos-pilotos: experiência em loja, produtividade e eficiência e ESG. A área de Inovação mapeou 37 desafios de negócio, analisou 144 startups e entregou 16 rollouts. Por nosso empenho em inovar fomos reconhecidos em diversos prêmios na área, como a posição entre os cinco primeiros na categoria Comércio no Prêmio Valor Inovação, presença pelo terceiro ano consecutivo no *ranking 100 Open Corps*, ficando entre os três primeiros colocados na categoria Varejo e Distribuição.

PRINCIPAIS PROJETOS DESENVOLVIDOS NO PERÍODO

Vending Machines Taeq: Realizado pelos(as) embaixadores(as) de inovação, o projeto tem como objetivos trazer novos canais de vendas para Marcas Próprias, em especial Taeq, e gerar exposição da marca e experimentação, aproximando-se dos(as) clientes que buscam uma alimentação mais saudável. Em parceria com a startup *Vending Tudo* lançamos duas *vending machines* com alguns itens do sortimento Taeq, em regiões de São Paulo, sendo uma no *Outlet* Catarina e outra no Parque Burle Marx. Em janeiro de 2023, foi a vez da ciclovia da Cidade Universitária receber uma unidade da *vending machine* e a ideia é seguir expandindo o projeto, atraindo cada vez mais o(a) consumidor(a) para que ele(a) busque o sortimento completo em nossas lojas.

Mission e Anthor: Terceirização de repositor(a) e *picker*, com a contratação de temporários(as) por missão, proporcionando a redução de ruptura em gôndola de 25% a 50%. O modelo foi testado na *Black Friday* e apresentou aumento na capacidade e no volume de vendas. A parceria está ativa em 164 lojas.

Sommelier Digital: Em parceria com a Startup *BeelD* desenvolvemos um *sommelier digital* em teste na loja Jardim Paulista do Pão de Açúcar, em um totem para que os(as) clientes possam interagir e definir qual o melhor vinho para a ocasião desejada.

Squid – Lançamos, em 2022, um desafio de negócio para aumentar as vendas dos cartões Pão de Açúcar e Extra e trabalhamos com a startup *Squid* nesse projeto. Ele está em fase de desenvolvimento com influenciadores(as) que atuarão na campanha de divulgação desse serviço. Além disso, a *Squid* também tem atuado conosco em campanhas de marketing de influência regional nas inaugurações de lojas, especiais de categorias e na formação de um *squad* de influenciadores(as) que representam a diversidade de nossos(as) clientes de várias partes do Brasil, gerando bons resultados de engajamento e alcance. Para a escolha dos(as) influenciadores(as), além da curadoria da equipe comercial, contamos com um ferramental que nos traz o *score* e a qualidade dos(as) criadores(as) de conteúdo dentro da plataforma da *Squid*.

B4Waste – Iniciamos, em novembro, a parceria com a startup para a venda de produtos próximos ao vencimento. O piloto foi implantado na loja Pão de Açúcar Washington Luiz, nas categorias de mercearia básica e perecíveis complementar e já apresenta resultados bem positivos.



Vending Machine de Taeq

Programa *Innovation Network* (IN)

Criado em 2019, tem como objetivo capilarizar a inovação e incentivar a aplicabilidade nas áreas de negócio, por meio da seleção de colaboradores(as), chamados(as) de “embaixadores(as) da inovação”, identificação dos desafios e oportunidades de cada setor e da busca por soluções em *startups* e *scale-ups* do mercado. A trilha do Programa é dividida em etapas de priorização das iniciativas a serem trabalhadas durante o ano, com um primeiro encontro entre os grupos de colaboradores(as) e os(as) conselheiros(as), para entendimento e refinamento dos desafios do negócio; depois passa para a etapa de busca e seleção de soluções no ecossistema, com desenho de piloto e *fast track*, que é o processo de contratação de *startups* para os projetos selecionados; e por fim, passamos à etapa de construção de *business case* e teste de solução dos projetos.

No ano de 2022, o Programa IN contou com 65 embaixadores(as) de inovação de 34 áreas de negócio distintas conectados(as) na rede. O Programa registrou uma taxa de engajamento dos(as) embaixadores(as) de 72% e foi avaliado com 88 pontos de NPS (*Net Promote Score*) pelos(as) participantes. Seis projetos estão em andamento para ajudar a solucionar desafios do Grupo nos temas de:

- ▶ **Omnicanal**, no qual o grupo está testando um novo formato de anúncio para vendas digitais em um ambiente de vendas *off-line* com a *startup* Tindeo;
- ▶ **Ruptura de gôndola**, ainda em análise de soluções de *startups* para monitorar por meio de sensores a ruptura de gôndola em tempo real;

- ▶ **Uso de dados**: projeto em parceria com a *startup* Pareto para melhor distribuição do orçamento de mídia e ajustes em tempo real para aumento de Retorno sobre o Investimento (ROI);
- ▶ **Diversidade**, com ampliação dos quesitos da temática no processo de contratação, em parceria com a *startup* Diversidade IO;
- ▶ **Experiência do(a) Colaborador(a) e ESG**, com grupo atuando para a cadeia de descarte de uniformes e a economia circular;
- ▶ **Desperdício de alimentos**, no qual iniciamos o piloto com a *startup* B4Waste de venda de produtos próximos ao vencimento (citado na página anterior).

Premiação GPA Labs 2022

A quarta edição do evento, além de reconhecer os projetos de inovação implementados na Companhia em 2022, também enalteceu os(as) colaboradores(as) que se destacaram na rede de inovação, seja pela atitude para inovar ou pelo apoio nos projetos implementados. Entre as categorias figuraram os destaques em inovação de loja, gestor(a), grupo do Programa IN, embaixadores(as) e ninja, além da premiação nas categorias abertas à votação dos(as) demais colaboradores(as) do GPA: *rollout* com *startup*; ESG e Cultura; NPS; rentabilidade; *Top Line*; digital e projeto inovador 2022. A cerimônia, realizada em fevereiro de 2023, contou com a participação de mais de 600 pessoas, entre presencial e online, e da diretoria do Grupo.



Participar do Programa IN é uma experiência fantástica, pois além de me proporcionar a condição de estar sempre em contato com o “Novo” (que curto demais), permite me conectar com pessoas de diferentes áreas, pensamentos e culturas, percebendo mais o outro, ou seja, aprendo com um olhar diferente do meu, que faz com que eu julgue menos o outro, me tornando um ser humano melhor.”

Leandro Gomes Vieira,
Consultor sênior de TI



Migração de dados para a nuvem

Demos um passo importante no nosso processo de transformação digital com a migração de mais de 600 servidores(as) e cerca de 250 sistemas da antiga infraestrutura para uma base tecnológica moderna e inteligente dentro do Google Cloud. Os seis milhões de gigabytes de dados transferidos possibilitarão o uso intensivo de informações, unificação dos canais e ganhos com soluções baseadas em inteligência artificial e *machine learning*.

Esse salto tecnológico trará escalabilidade e flexibilidade e ajudará a alavancar o impacto da tecnologia no negócio, gerando novas oportunidades e ganho de eficiência.

4 Expansão: conversão e novas lojas

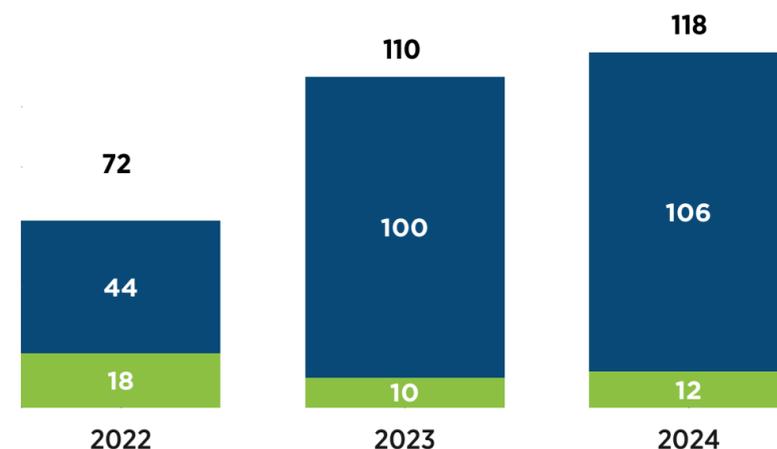
Retomamos nosso plano de expansão em 2022, seguindo a meta de abrir 300 novas lojas em três anos, com foco no formato de Proximidade (250 lojas serão Minuto Pão de Açúcar, Mini Extra e Pão de Açúcar *Fresh*). Ao longo do ano, foram inauguradas 72 lojas, sendo 44 de Proximidade, 18 Pão de Açúcar, e 10 Mercado Extra e Compre Bem. No encerramento do período, seis lojas estavam em obras (sendo cinco unidades do Pão de Açúcar e uma de Proximidade) e 51 projetos já haviam sido aprovados para execução em 2023 (46 de Proximidade e cinco do Pão).

Para essa retomada, foi adotada uma governança forte, que prevê um processo robusto para validação de pontos, estudos técnicos para minimização de problemas, aprovação em comitê diretivo e retroalimentação de processos. Da mesma forma, foram estabelecidas parcerias com *players* imobiliários, fundos e incorporadoras para construção e financiamento dos projetos e definidos critérios para garantir a eficiência.

A inauguração da loja do Pão de Açúcar Roberto Marinho, na Zona Sul de São Paulo, após cinco anos sem uma unidade construída do zero, foi um marco importante no ano. Ela concentra todos os itens que compõem o conceito adotado pela bandeira (denominado G7 - veja mais informações na página 14), dentro do plano de abertura de lojas em cidades com alto potencial para o formato e em regiões com forte presença da marca, assim como no plano de revitalização das unidades antigas.

Plano de expansão

● Mercado Extra e Compre Bem ● Pão de Açúcar ● Proximidade



As lojas de Proximidade também vivenciaram uma expansão acelerada, a maior dos últimos dez anos. Além da abertura de novas unidades nos formatos já consagrados, validamos o conceito do Pão de Açúcar *Fresh*, que alia a expertise do Pão de Açúcar em perecíveis com o sortimento de mercearia do Minuto, em uma metragem intermediária entre essas bandeiras. Foram duas unidades inauguradas, uma na cidade de São Caetano do Sul, no final de 2021, e a outra no bairro de Santo Amaro, na Zona Sul de São Paulo, no início de 2022. Por sua vez, o Minuto Pão de Açúcar avança com o objetivo de ser uma extensão da dispensa dos(as) nossos(as) clientes e se diferencia pela experiência de compra premium, que adequa o sortimento dos bairros onde as unidades estão localizadas.



250

novas lojas de proximidade

50

novas lojas de supermercado

Em 2022, finalizamos o processo de conversão de 23 lojas do antigo formato de hipermercado: 13 convertidas para o formato Pão de Açúcar, e 10 para Mercado Extra e Compre Bem.

No Grupo Éxito fechamos quatro lojas para conversão na Colômbia e abrimos outras três lojas convertidas para o modelo *Carulla Fresh Market*, supermercados com produtos *fresh* e *premium* que oferecem um alto nível de experiência aos(as) consumidores(as). Também abrimos quatro novas lojas do formato Éxito WOW, bandeira que congrega hipermercados, supermercados e lojas de conveniência e preza pela qualidade no atendimento; e um Surtimayorista, formato de atacado, com baixo custo para o(a) cliente e alto retorno para o Grupo. Em 2022, foram abertas nove lojas da bandeira Mini Mayorista.

Fachada de loja Pão de Açúcar



5 Rentabilidade

Buscamos uma melhor rentabilidade do nosso negócio, com base no aumento da margem comercial, redução do nível de quebra e maior eficiência das despesas corporativas. Resultado que almejamos a partir da expansão física do Grupo (entenda nosso plano no item Expansão) e na reformulação de nossas lojas (mais detalhes no item *Top Line*, nos destaques Conceito G7 e Iniciativas *Top Line*).

2022 foi um ano de transição de modelo de negócios, quando deixamos de operar hipermercados e focamos nossos esforços nos supermercados e lojas de proximidade.

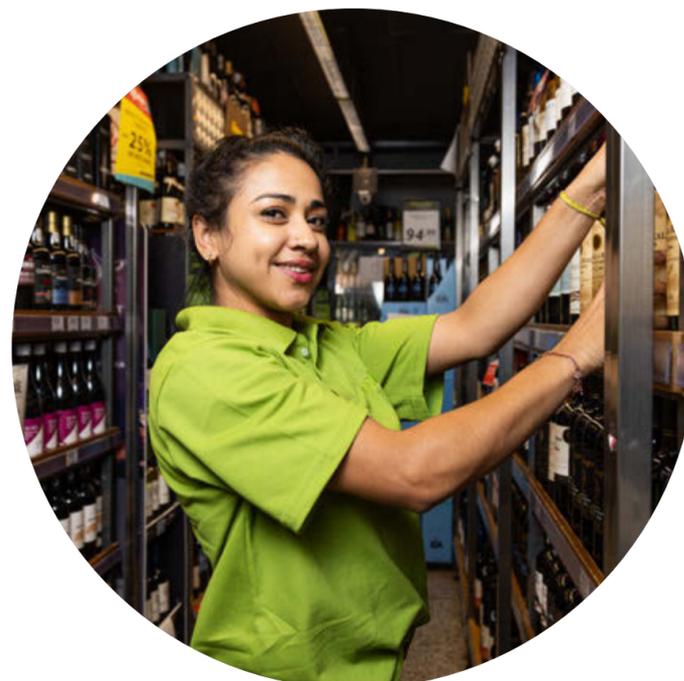
Com nosso plano de *turnaround* pudemos revisar nossa meta de margem EBITDA ajustada (que é o lucro antes de juros, impostos, depreciação e amortização, e excluindo as outras receitas e despesas operacionais), para o patamar entre 8% a 9% no consolidado de 2024. No consolidado de 2022, o indicador foi de 7%.

6 ESG e Cultura

A Cultura do GPA é o motor que alavanca os demais pilares da nossa estratégia. Ela é formada por nosso propósito e nossos valores, que vão nortear o fazer simples e bem-feito para que todas as demais iniciativas saiam conforme planejado.

Para fortalecer o engajamento interno, estamos implementando no GPA uma cultura mais colaborativa, menos hierárquica e com mais autonomia para as pessoas e áreas, sempre com foco nos aspectos relevantes para os nossos públicos de interesse.

Fazem parte de nossa Cultura os compromissos com os aspectos ambiental, social e de governança (ESG, na sigla em inglês). Eles impulsionam nossa visão de futuro e estão ligados aos nossos compromissos, ao que acreditamos, na ética, na diversidade, no *compliance* e na responsabilidade em relação às cadeias de valor em que nós atuamos. Saiba mais sobre nossos compromissos e iniciativas ESG em [Estratégia de Sustentabilidade](#).



Placa com as iniciativas de Sustentabilidade em loja do Pão de Açúcar

Cultura GPA

No GPA, alimentamos sonhos e vidas. Temos paixão pelo(a) cliente, trabalhamos para construir a melhor experiência de compra em nossas lojas, sites e aplicativos. No dinamismo do varejo, buscamos fazer simples e bem-feito, de forma ágil e com foco no resultado. Sempre acompanhados(as) da inovação, característica fundamental para seguirmos liderando a transformação digital do varejo.

Aqui, não deixamos para depois, somos um time de milhares de protagonistas, diversos(as), que se respeitam e, acima de tudo, responsáveis pela história que queremos contar juntos(as).

Nossa missão e valores se estendem a todas as bandeiras e marcas GPA.

PROPÓSITO

Alimentar sonhos e vidas

MISSÃO

Ser a melhor escolha dos(as) nossos(as) clientes e o orgulho do nosso time. Somos movidos(as) pela paixão em servir e vencer.

VALORES



PAIXÃO PELO(A) CLIENTE

O(a) cliente é a nossa razão de ser e por isso somos apaixonados(as) por atendê-lo(a) e encantá-lo(a) todos os dias. **Conhecemos e priorizamos nossos(as) clientes** em todas as ações e decisões. **Respeitamos a todos os(as) nossos(as) clientes** pela sua diversidade e trabalhamos pela satisfação de suas necessidades. **Servimos com felicidade** para encantar e oferecer a melhor experiência, todos os dias para nossos(as) clientes.



FAZER SIMPLES E BEM-FEITO

Sabemos que nosso negócio é desafiador, por isso devemos buscar simplicidade, agilidade e excelência em cada entrega. **Agimos de forma simples e ágil** no nosso dia a dia sem perder o foco em qualidade. **Implementamos soluções práticas e sustentáveis** com energia e fazendo acontecer. **Somos produtivos(as)** e atuamos com excelência em tudo o que fazemos.



ATITUDE PARA INOVAR

Somos pioneiros(as) e buscamos sempre por inovação, movidos(as) por entregar experiências cada vez melhores para nossa gente, nossos(as) clientes e sociedade. **Fazemos diferente** para fazer melhor. **Somos inconformados(as)** e buscamos a melhor experiência para o(a) cliente. **Abraçamos o desafio** de estar sempre à frente do mercado, trazendo soluções inovadoras para nossos negócios, sociedade e o planeta.



JUNTOS(AS), PELO RESULTADO HOJE E SEMPRE

Somos orientados(as) para resultados e nossa força está em superar as metas para o crescimento sustentável do GPA. **Conhecemos as estratégias do negócio** e trabalhamos por resultados sustentáveis e alta performance. **Temos foco em superar as metas**, inspirando colaboração entre times e áreas sempre com ética e integridade. **Celebramos as conquistas** e as contribuições de cada um(a) para o nosso crescimento, porque juntos(as) somos mais fortes!



DEIXA COMIGO

Somos feitos de gente protagonista, que arrisca, assume responsabilidades e faz acontecer. Temos proatividade e atitude de dono(a), não deixamos para depois o que pode ser resolvido agora. Deixa comigo! **Somos feitos de histórias**. Trabalhamos felizes alimentando sonhos e vidas. Nós respeitamos e valorizamos a inclusão e a diversidade em todos os nossos ambientes. **Somos embaixadores(as) dos valores** e temos orgulho de pertencer ao GPA.



Governança corporativa

Divulgamos nossas informações de forma transparente, com agilidade e simetria para o mercado de capitais, em respeito aos(às) acionistas e investidores(as). Temos ações negociadas na B3 – Bolsa de valores brasileira, sob o código PCAR3, e sob a forma de *American Depositary Receipts* (ADRs) na *New York Stock Exchange* (NYSE), sob o código CBD. Portanto, estamos comprometidos(as) com as regulamentações e as melhores práticas relacionadas às empresas de capital aberto, como a adoção de normas nacionais de registros contábeis e de manutenção de registro de empresa aberta de acordo com as determinações da Comissão de Valores Mobiliários (CVM). No exterior, seguimos as determinações da *Securities and Exchange Commission* (SEC) e da NYSE para empresas estrangeiras listadas nos Estados Unidos.

Nosso modelo de governança corporativa está alinhado desde 2020 às práticas do Novo Mercado, segmento da B3 composto por empresas que apresentam os mais elevados padrões de governança corporativa no Brasil.

Nosso Conselho de Administração e a Diretoria-Executiva têm papéis e responsabilidades definidos e fundamentais para a boa condução dos negócios. Contamos com uma estrutura de administração sólida e um processo institucional bem estruturado de gestão de riscos.

COMPOSIÇÃO ACIONÁRIA

|GRI 2-1|

O capital social do GPA (CBD) é representado por 270.139.069 de ações. As ações livremente negociadas (*free float*) representam 59% do total de ações emitidas.

Composição acionária

	Ações ordinárias	Percentual do capital
Grupo Casino	110.476.573	40,9%
Diretores(as) e Conselheiros(as)	71.981	0,0%
Ações em Tesouraria	159.689	0,10%
<i>Free float</i>	159.430.826	59,0%
Total	270.139.069	100,0%

Posição em 31 de dezembro de 2022.

Segregação negócios GPA x Grupo Éxito

Em 5 de setembro de 2022, divulgamos ao mercado os processos de segregação do GPA e do Grupo Éxito (*spin-off*), com o propósito de destravamento de valor a ser capturado de forma isonômica por todos os acionistas do GPA. A transação consiste na redução de capital do GPA com o objetivo de distribuir aproximadamente 83% das ações do Éxito, atualmente detidas pelo Grupo, aos(às) seus(uas)acionistas. Dessa forma, após a distribuição das ações, o GPA mantém participação minoritária de aproximadamente 13% no Éxito, com potencial de monetização no futuro. A redução de capital foi aprovada em assembleia geral extraordinária (AGE), em 14 de

fevereiro de 2023. O prazo legal de oposição de credores iniciada após a AGE foi superado no dia 16 de abril de 2023 e já houve aprovação do programa de BDR por parte da CVM. Com isso, a efetiva implementação da Transação depende, ainda, da obtenção do registro do programa de *American Depositary Receipts* Nível II do Éxito (“ADRs”) na *Securities and Exchange Commission* (SEC) e das autorizações dos órgãos reguladores colombianos para efetiva transferência dos ADRs e *Brazilian Depositary Receipts* (“BDRs”) do Éxito aos acionistas de GPA, o que se espera que ocorra no segundo trimestre de 2023.



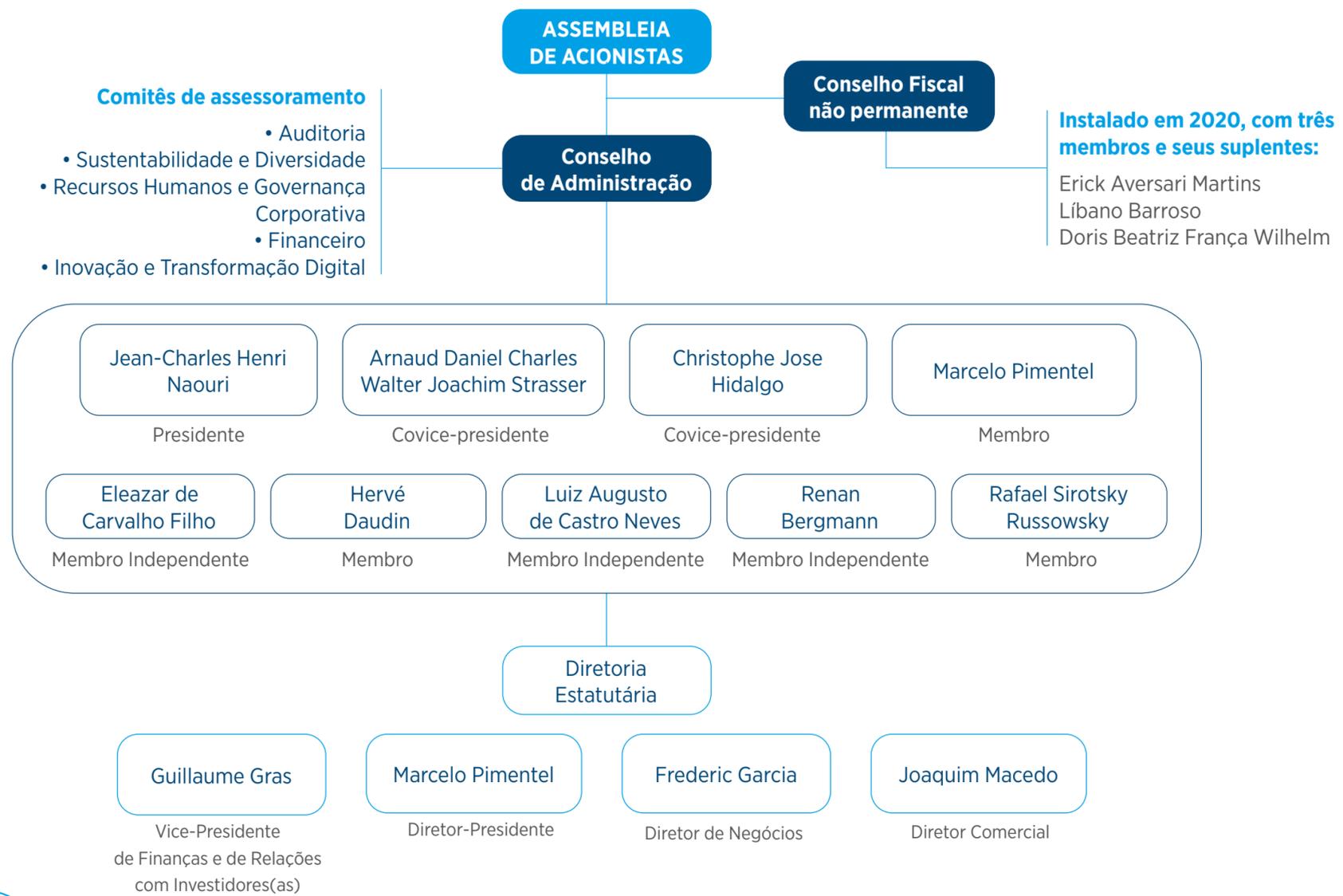
Fachada de loja Éxito Wow



Órgãos de Governança

|GRI 2-9|

Administração



CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Formado atualmente por nove membros, dos quais três independentes, o Conselho é responsável pelas definições estratégicas, condução do processo de governança corporativa, eleição dos(as) nossos(as) diretores(as) e supervisão da alta administração. Reúne-se em caráter ordinário seis vezes ao ano e em caráter extraordinário, sempre que convocados(as). Os(as) seus(uas) integrantes são acionistas eleitos(as) nas assembleias gerais para mandatos de dois anos. O presidente do Conselho não exerce função executiva na Companhia. |GRI 2-11|

COMITÊS

O Conselho é assessorado por cinco comitês integrados por conselheiros(as) internos(as) e independentes:

Auditoria – Responsável pela análise e monitoramento da qualidade e da integridade das informações trimestrais, das demonstrações financeiras e do Relatório da Administração da Companhia; avaliação da efetividade e da suficiência da estrutura de controles internos e dos processos de auditoria interna e independente; análise das transações com partes relacionadas; e monitoramento das exposições a riscos.

A composição do Conselho, os detalhes e o currículo de cada um dos membros podem ser consultados [aqui](#).

Sustentabilidade e Diversidade – Assessora o Conselho de Administração da Companhia em todos os aspectos relacionados à sustentabilidade e diversidade, recomendando eventuais mudanças ou revisões das propostas de investimentos estratégicos, incluindo o fomento ao consumo consciente por parte dos(as) clientes, fornecedores(as) e colaboradores(as). O comitê também recomenda a adoção de programas de gestão de resíduos, de estímulo a pequenos(as) produtores(as) e de segurança alimentar; analisa as transações com partes relacionadas envolvendo a Companhia e manifesta-se sobre situações em que possa configurar-se cenário de conflito de interesses nas atividades; elabora o planejamento e assegura a operacionalização da gestão de riscos, englobando atividades estratégicas, táticas e operacionais da Companhia; assessora o Conselho de Administração na aplicação da metodologia de gestão de riscos na Companhia, auxiliando na análise e aprovação da estratégia, definição dos riscos prioritários e dos níveis de exposições, entre outras ações relacionadas ao tema. **| GRI 2-13 |**

Recursos Humanos e Governança Corporativa – Discute e propõe o modelo de estrutura organizacional da Companhia, as políticas de gestão e desenvolvimento de pessoas e as diretrizes para atração e retenção de talentos; identifica os(as) potenciais futuros(as) líderes e acompanha o desenvolvimento de suas carreiras; examina e debate os métodos de recrutamento e contratação adotados pela Companhia; examina os(as) candidatos(as) a serem eleitos(as) para o Conselho de Administração, Comitês Especiais e para a Diretoria; examina e discute as políticas de remuneração e de incentivo; recomenda e acompanha a adoção das melhores práticas de governança corporativa, e coordena seu processo de implementação e manutenção; elabora ou revisa periodicamente os códigos, regimentos e políticas da Companhia.

Financeiro – Suas principais atribuições são a revisão da viabilidade financeira e econômica dos planos e programas de investimentos; recomendação de medidas de negociação de qualquer fusão, aquisição ou transação; revisão do fluxo de caixa, da política de endividamento e da estrutura de capital; acompanhamento e supervisão da implementação e realização do plano anual de investimentos; e recomendação de oportunidades relacionadas às transações de financiamento que possam melhorar a estrutura de capital.

Inovação e Transformação Digital – Cabe a esse comitê a recomendação e acompanhamento da adoção das melhores práticas de inovação, e coordenação da implementação e manutenção de tais práticas na Companhia; elaboração ou revisão periódica de quaisquer documentos relacionados à inovação da Companhia, assessoria do Conselho de Administração na análise de tendências tecnológicas e inovações, bem como avaliação de projetos, iniciativas e propostas de investimentos da Companhia sob a ótica de inovação. Além disso, acompanha e orienta as estratégias da Companhia relacionadas à privacidade e segurança da informação.

DIRETORIA ESTATUÁRIA

Formada por quatro membros eleitos pelo Conselho de Administração, sendo um Diretor-presidente, um Diretor Vice-presidente de Finanças e de Relações com Investidores(as), um Diretor de Negócios e um Diretor Comercial. Como parte das transformações pelas quais o GPA vem passando, assumiram em 2022 um novo Diretor-Presidente e um novo Diretor Comercial.

CONSELHO FISCAL

Órgão não permanente e, quando instalado por requisição dos(as) acionistas, é composto por três membros efetivos e igual número de suplentes. Em 2022, o Conselho Fiscal estava instalado.

Governança no Grupo Éxito

Ao final de 2022, o GPA ainda detinha 96,57% de participação direta e indireta no capital social do Grupo Éxito, empresa colombiana listada na Bolsa de Valores daquele país. Seu Conselho de Administração manteve nove membros no final de 2022, eleitos(as) em assembleia geral, sendo três independentes.

Membros:

Ronaldo labrudi dos Santos
Christophe Jose Hidalgo
Guillaume Michaloux
Rafael Russowsky
Philippe Alarcon
Bernard Petit

Membros independentes:

Ana Maria Ibáñez
Felipe Ayerbe Muñoz
Luis Fernando Alarcón

Cinco comitês integrados por conselheiros(as) apoiam a gestão: Auditoria e Riscos; Nomeação, Remuneração e Governança Corporativa; Negócios e Investimentos; Financeiro; e Sustentabilidade. O Conselho elege a Diretoria-Executiva, composta por um presidente, um diretor operacional de varejo/ Colômbia e oito vice-presidentes (Financeiro; Comercial e Abastecimento; Serviços, Marketing; Imobiliário; Recursos Humanos; Assuntos Corporativos e Secretária-Geral).

96,57%
DE PARTICIPAÇÃO DIRETA
E INDIRETA NO CAPITAL SOCIAL
DO GRUPO ÉXITO AO
FINAL DE 2022

Desempenho financeiro

RESULTADOS 2022

Nossas vendas brutas totais consolidadas atingiram R\$ 18,4 bilhões no ano no âmbito de operações continuadas, que a partir de 2022 começaram a contemplar apenas as operações do perímetro Brasil (GPA Brasil), 6,5% acima do valor registrado em 2021, de R\$ 17,4 bilhões. As vendas brutas totais do Grupo Éxito, que a partir de 2022 começaram a ser tratadas como operação descontinuada, alcançaram R\$ 28,3 bilhões no período. A receita líquida consolidada foi de R\$ 17,3 bilhões, alta de 6,3% em relação ao ano anterior.

Os dados, para efeito de comparação, foram ajustados considerando o resultado consolidado com o Grupo Éxito pré-IFRS 5 – norma internacional de contabilidade relativa a operações descontinuadas ou ativos não correntes mantidos para venda. A partir do último trimestre do ano, o resultado consolidado passou a considerar o Grupo Éxito em operações descontinuadas, em consequência do processo de segregação dos negócios do GPA e do Éxito em andamento desde o início do segundo semestre de 2022 (*saiba mais na página 23*).

Vendas digitais

O *e-commerce* apresentou crescimento de 15% em comparação a 2021, com melhoras significativas no nível de serviço. As vendas nos canais digitais representaram 11% do total do segmento de alimentos do GPA Brasil, ante 8% no ano anterior). No Grupo Éxito, o crescimento foi de 19% no conceito *Gross Merchandise Value* (GMV – ou valor bruto de mercadorias).

Somos líderes de *delivery* alimentar do Brasil, com R\$ 1,7 bilhão em vendas em 2022, sendo 50% realizadas em nosso *e-commerce* próprio (1P), no qual incorporamos o motor logístico do *James Delivery*.

EBITDA

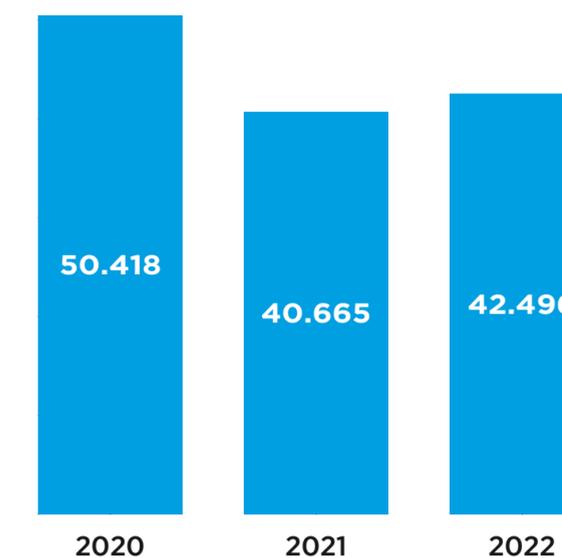
O EBITDA Ajustado consolidado (Grupo Éxito pré-IFRS 5) totalizou R\$ 2,9 bilhões, 13,9% abaixo do ano anterior (R\$ 3,3 bilhões), com margem EBITDA de 6,7%, variação explicada pelo impacto do aumento da inflação no lucro bruto. No ano, foi registrado prejuízo líquido consolidado dos(as) controladores(as) de R\$ 172 milhões, sendo que no 4T22 esse prejuízo líquido atingiu R\$ 1,1 bilhão, impactado, principalmente, por elementos excepcionais que totalizaram R\$956 milhões, abaixo descritos:

- Revisão de valores referentes a impostos e contribuições em razão de decisões do Supremo Tribunal Federal (STF) envolvendo o Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) e Contribuição Social sobre o Lucro Líquido, nos totais de R\$ 285 milhões e R\$ 288 milhões, respectivamente.
- Saldo de provisão para demandas trabalhistas, de R\$ 309 milhões, mas observando-se redução de demandas desde julho de 2022.

- Imposto de Renda diferido na Colômbia, no valor de R\$ 288 milhões, como consequência de reforma tributária com aumento da alíquota de imposto referente a ganhos ocasionais.
- R\$ 227 milhões referentes a despesas com reestruturação, envolvendo redimensionamento de lojas e da sede do GPA, projeto de segregação do Éxito e rescisões e desmobilizações em operações descontinuadas de hipermercados.
- R\$ 313 milhões de impacto positivo na receita financeira relacionado com a atualização monetária sobre créditos fiscais.
- R\$ 127 milhões de impacto positivo referente ao IR sobre os efeitos excepcionais anteriormente descritos.

Nosso *release* de resultados do quarto trimestre de 2022 (4T22) detalha o desempenho econômico-financeiro e os impactos desses elementos excepcionais.

Receita líquida (R\$ milhões)



Dados de 2021 e 2022 ajustados para o resultado consolidado com o Grupo Éxito pré-IFRS 5. A partir do último trimestre de 2022 o resultado consolidado passou a considerar o Grupo Éxito em operações descontinuadas. **|GRI 2-4|**

ENDIVIDAMENTO

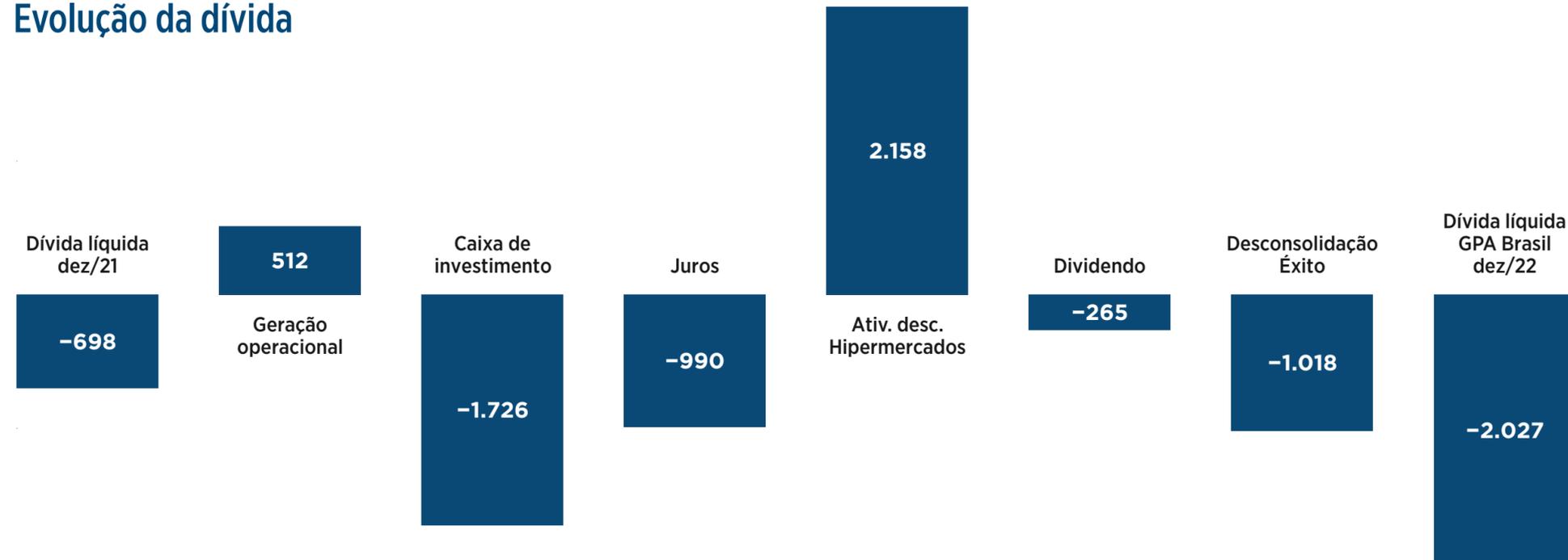
Nossa dívida líquida, incluindo o saldo total de recebíveis não antecipados no GPA Brasil, alcançou R\$ 2.110 milhões, com alavancagem de 2,3x no encerramento de 2022. A posição de caixa era de R\$ 3,8 bilhões, 3,8x a dívida de curto prazo da Companhia. A dívida líquida consolidada do GPA considera, a partir do último trimestre de 2022, as operações continuadas Brasil, excluindo, portanto, o Grupo Éxito, considerado como operação descontinuada. **GRI 2-1**

INVESTIMENTOS

Investimos R\$ 1,6 milhão (Grupo Éxito pré-IFRS 5) em 2022, 28,1% acima do ano anterior, sendo que o GPA Brasil absorveu 68,8% dos recursos. Nosso foco é avançar no plano de expansão, com a previsão de inaugurar 300 novas lojas até 2024. Prosseguimos com as reformas para o ajuste de portfólio da bandeira Pão de Açúcar para o nosso último modelo G7 e investimos em TI, digital e logística visando, principalmente, ampliar nossa penetração no *e-commerce*. No Grupo Éxito, cerca de 71% em moeda local foi destinado às atividades de expansão, inovação, omnicanal e transformação digital.

Investimentos Capex (R\$ milhões)	2020	2021	2022	Varição
Novas lojas e aquisição de terrenos	54	79	208	164,0%
Reformas, conversões e manutenções	344	356	541	51,9%
TI, Digital e Logística	447	295	369	25,3%
Total Investimentos GPA Brasil	846	730	1.118	53,2%
Total Investimentos Grupo Éxito (Pré-IFRS 5)	337	539	507	-5,9%
Total Investimentos Consolidado (Éxito Pré-IFRS 5)	1.183	1.269	1.625	28,1%

Evolução da dívida





Estratégia de sustentabilidade

A Sustentabilidade é parte de nossa estratégia de negócio e estamos comprometidos(as) com a construção de uma agenda social, ambiental e de governança para uma sociedade mais inclusiva e sustentável. Atuamos em cinco eixos, que reforçam a conexão e o alinhamento com o negócio, que tem como objetivo potencializar a criação de valor positivo para os públicos de relacionamento nos diferentes negócios. São eles: Impacto social e promoção de oportunidades; Cadeias de valor responsáveis para uma oferta e consumo mais conscientes; Promoção da diversidade e inclusão para nossa gente; Combate às mudanças climáticas; e Compromisso com a ética e transparência.

Os eixos contemplam os temas materiais identificados na revisão de nossa matriz de materialidade, realizada em 2022, atendem ao programa de responsabilidade social corporativa do Grupo Casino e estão alinhados à nossa matriz de riscos de sustentabilidade (veja mais na página 29) e às demandas de nossos públicos de relacionamento.



IMPACTO SOCIAL E PROMOÇÃO DE OPORTUNIDADES

- ✓ Mobilização e engajamento da sociedade



PROMOÇÃO DA DIVERSIDADE E INCLUSÃO

PARA NOSSA GENTE

- ✓ Ser uma empresa referência que promova diversidade, inclusão e sustentabilidade entre nossos(as) colaboradores(as).



CADEIAS DE VALOR RESPONSÁVEIS

PARA UMA OFERTA E UM CONSUMO MAIS CONSCIENTES

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



COMBATE ÀS MUDANÇAS CLIMÁTICAS

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

COMPROMISSO COM A ÉTICA E TRANSPARÊNCIA

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





Materialidade

|GRI 3-1, 3-2|

Revisamos a nossa materialidade em 2022. O processo contou com 16 entrevistas e 662 respostas ao questionário (*online*) com nossos públicos de interesse: acionista controlador/diretoria, associação setorial, clientes/consumidores(as), colaboradores(as), fornecedores(as), investidores(as), organizações sociais apoiadas pelo GPA ou Instituto GPA, sociedade civil organizada parceira do GPA, entre outros. **|GRI 2-29|**

A metodologia levou em consideração o cenário global, as tendências e os temas emergentes de sustentabilidade, os principais índices ESG do mercado de capitais e as expectativas e os interesses de nossos públicos de relacionamento. A análise também aborda o conceito de dupla materialidade, ao combinar impactos de aspectos financeiros dos temas materiais no GPA e o impacto do GPA nos temas.

Consideramos ainda nossa matriz de riscos socioambientais, que é revisada anualmente desde 2018. Essa matriz conta com cinco riscos prioritários, identifica os principais aspectos associados, a estratégia de mitigação e o(a) executivo(a) responsável por cada risco, como detalhado na página 39.

Como resultado desse processo de engajamento, entrevista e consulta aos nossos *stakeholders* prioritários, 16 temas foram elencados como potencialmente materiais para o nosso negócio. Após uma reavaliação desse resultado, alinhada às estratégias e ao direcionamentos de nosso negócio, definimos 10 temas como prioritários para gestão, e seis temas para acompanhamento/monitoramento. Todos esses temas são constantemente avaliados e monitorados pelas áreas responsáveis por meio de planos de ação e indicadores de negócio.



TEMAS MATERIAIS PRIORITÁRIOS

Mudanças climáticas	Embalagens	Atração, retenção e desenvolvimento	Diversidade, equidade e inclusão	Responsabilidade social	Relacionamento com o(a) cliente	Desperdício de alimentos	Ética, transparência e integridade	Gestão sustentável de fornecedores(as)	Segurança da informação
ODS 3, 7, 8, 12, 13, 14, 15	ODS 8, 12	ODS 5, 8, 10	ODS 5, 8, 10	ODS 1, 3, 4, 8, 17	ODS 16	ODS 1, 2, 5, 9, 11	ODS 16	ODS 5, 8, 16, 17	ODS 16

TEMAS MATERIAIS PARA ACOMPANHAMENTO/MONITORAMENTO

Ecoeficiência das operações	Biodiversidade	Bem-estar, saúde e segurança	Oferta para o consumo consciente	Direitos Humanos	Inovação e digitalização
ODS 6, 7, 8, 11, 12, 13, 15	ODS 6, 14, 15	ODS 3, 8, 16	ODS 12, 16	ODS 16	ODS 9

Para mais detalhes da definição da nova matriz de materialidade, consulte os Anexos, na página 110.

Integração à estratégia

Uma das formas como a integração acontece é pelo estabelecimento de metas de sustentabilidade vinculadas à remuneração variável da liderança, o que já ocorre desde 2016. Nosso Índice de Sustentabilidade e Diversidade (ISD) estabelece esses compromissos, e é composto pelo número de mulheres em cargos de liderança (gerência e acima) e redução de toneladas em emissões de carbono (escopos 1 e 2).

Além disso, contamos com metas específicas para outras áreas da Companhia e executivos(as) que são essenciais para o desenvolvimento, implementação de processos e projetos (ex.: redução do consumo de gases refrigerantes, de resíduos e de consumo de energia, entre outros). A importância dos temas de sustentabilidade no dia a dia da Companhia também é referendada com a atuação do Comitê de Sustentabilidade e Diversidade, que, desde 2014, assessora o Conselho de Administração do GPA (mais informações em Governança).

No Grupo Éxito, também contamos com um comitê específico para o tema da Sustentabilidade, que tem como objetivo definir as estratégias e melhores práticas de desenvolvimento sustentável e responsabilidade social empresarial.

1ª Semana da Sustentabilidade

Realizamos em 2022 a 1ª Semana da Sustentabilidade Ambiental, Social e Governança, no mês de junho, com o mote “Alimentando sonhos e vidas de forma sustentável”. Ao longo de cinco dias, nossos(as) colaboradores(as) discutiram soluções e caminhos do impacto do nosso trabalho no planeta e na sociedade. Participaram de palestras

com especialistas sobre temas como: “A urgência para construção de um novo futuro”, “Lixo ou Resíduo?”, “Atitudes que transformam”, “Cadeias de fornecimento sustentáveis”, “Parceria contra o desperdício: da redução do impacto ambiental à transformação do alimento”; do treinamento “O que são as mudanças climáticas e como o GPA tem atuado nesse tema”; e da iniciativa “Ações transformadoras: Relacionamento com a comunidade local”. Entre os(as) palestrantes estiveram Hélio Mattar, diretor-presidente do Instituto Akatu; Daniela Lerario, sócia da TriCiclos; Lígia Ramos, coordenadora de engajamento da iniciativa *Science Based Targets* na *Global Compact Network Brazil*; Lisandro Inakeke de Souza, coordenador sênior de cadeias agropecuárias responsáveis do Imaflora; entre muitos outros. As iniciativas, que contaram com mais de 1.800 participações, foram avaliadas com NPS (*Net Promote Score*) entre 75 e 100, na zona de excelência.



Painel da 1ª Semana de Sustentabilidade do GPA

Índices de sustentabilidade

Pelo terceiro ano consecutivo, fomos selecionados para participar da 18ª edição da Carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da B3. O ISE destaca as empresas que promovem boas práticas ambientais, sociais e de governança corporativa e a Carteira, que vigorará de 2 de janeiro a 29 de dezembro de 2023, reúne 69 ações, de 69 companhias, em 27 setores da economia.

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

Também fomos selecionados para compor o índice Bloomberg *Gender-Equality* (GEI) nas edições de 2022 e de 2023, que mede o desempenho de empresas públicas que se dedicam a reportar dados relacionados a gênero e mede a igualdade de gênero em cinco pilares: liderança & *pipeline* de talentos, igualdade salarial & paridade salarial entre gêneros, cultura inclusiva, políticas anti-assédio sexual e marca externa.

Fomos destaque na 8ª edição do Merco ESG (Monitor Empresarial de Reputação Corporativa), que reconhece as empresas por seu trabalho nas questões ambientais, sociais e de governança. Alcançamos a 2ª posição no *ranking* ESG do setor de varejo e a 9ª posição na categoria Empresas Mais Responsáveis com o Meio Ambiente, ficando ainda entre as 20 empresas melhor colocadas no Ranking Geral ESG. O Merco é o monitor corporativo de referência na América Latina que avalia a reputação das empresas, desde 2000, a partir da visão e percepção dos públicos com as quais se relacionam.

Pelo quarto ano consecutivo, o Grupo Éxito se destacou como uma das empresas mais sustentáveis do varejo alimentar global na Avaliação de Sustentabilidade Corporativa (CSA) da *S&P Global*, uma das avaliações de sustentabilidade mais reconhecidas internacionalmente, vinculada aos índices *Dow Jones* de Sustentabilidade e S&P ESG, que analisam o desempenho das empresas por sua gestão nas dimensões ambiental, social, econômica e de governança.

O Grupo Éxito foi incluído no *Sustainability Yearbook* da S&P Global, versão 2023, uma publicação internacional que reconhece os padrões de sustentabilidade do Grupo. Nessa edição da CSA, participaram mais de 7,8 mil organizações em 61 indústrias. O Grupo Éxito foi classificado em 8º lugar como a empresa colombiana com os mais altos padrões de reputação, de acordo com o Merco.

ISE B3



ICO2 B3



Compromissos voluntários

|GRI 2-23|

A gestão integrada e a transparência são pilares essenciais em nossa estratégia de sustentabilidade, como fundamentos reforçados a cada ano com a subscrição de compromissos com instituições nacionais e internacionais. Eles pautam o nosso relacionamento com os(as) clientes, investidores(as), fornecedores(as), colaboradores(as) e organizações parceiras. Participamos também de entidades e órgãos que trabalham pelo desenvolvimento de nossas regiões de atuação e mantemos vínculos com outros setores estratégicos para os nossos negócios.

No GPA, participamos das seguintes iniciativas:



• **10 compromissos da empresa com os direitos LGBTI+** – Reforçando nosso respeito e a igualdade de tratamento independentemente de orientação sexual, identidade sexual ou gênero, assinamos, em 2017, os compromissos elaborados pelo Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+.



• **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 (ONU Mulheres)** – Desde 2017, fazemos parte do movimento que visa eliminar os estereótipos de gênero. As empresas que integram a rede trocam informações e experiências, além de ter acesso a pesquisas e curadoria que ajudam na construção de campanhas com mais igualdade de gênero e capazes de representar as mulheres em sua pluralidade.

BOI NA LINHA



• **Boi Na Linha: Imaflora** – Somos codesenvolvedores e usuários do projeto, que é um esforço conjunto para fortalecer e impulsionar a adoção dos compromissos sociais e ambientais na cadeia de valor da carne bovina na Amazônia Legal. Atualmente, existem dois compromissos na cadeia da carne bovina: os Termos de Ajustamento de Conduta (TAC), do Ministério Público Federal; e o Compromisso Público da Carne, que estabelece os critérios mínimos para operações com gado e produtos bovinos em escala industrial no bioma amazônico. Dentre os critérios está a ausência de produção em áreas de desmatamento, terras indígenas, unidades de conservação e/ou áreas com embargos ambientais pelo Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (Ibama) e a exigência de atualização anual de dados de acordo com a base do Cadastro Ambiental Rural (CAR). O Protocolo funciona como um ponto central que fornece acesso a sistemas, ferramentas, dados e informações técnicas para que produtores(as), indústrias de todos os portes, curtumes, redes de supermercados e investidores(as) possam encontrar os materiais e informações de que precisam para cumprir os compromissos com uma cadeia de carne bovina livre de desmatamento.



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



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



• **Coalizão Empresarial pelo Fim da Violência contra Mulheres e Meninas** – Em 2019, aderimos à iniciativa, coordenada pelo Instituto Avon e pela ONU Mulheres com o apoio técnico da Fundação Dom Cabral, com objetivo de engajar os(as) líderes do setor privado e garantir o compromisso voluntário pelo fim dessa violência.



• **Fórum Gerações e Futuro do Trabalho** – Em 2022, aderimos ao Fórum, secretariado pela Mais Diversidade, primeira iniciativa brasileira voltada ao debate e encaminhamento de soluções referentes às questões geracionais no ambiente organizacional. É um espaço único de produção e disseminação de conhecimento sobre o tema que visa promover reflexão e ação propositiva, contando sempre com contribuições da sociedade, de empresas e da academia.



• **Grupo de Trabalho da Carne na Coalizão Positiva da Floresta no Consumer Goods Forum (CGF)** – O Grupo Casino é colíder do Grupo de Trabalho da Carne, o qual é facilitado pela instituição Proforest e tem como objetivo definir um *framework* de premissas comuns entre os membros do CGF a serem aplicadas aos(às) seus(suas) fornecedores(as) de carne proveniente do Brasil para a garantia de compras de carne sem desmatamento.



Grupo de Trabalho da Pecuária Sustentável (GTPS) – A entidade, criada em 2007, reúne representantes de seis elos da cadeia produtiva da pecuária e tem o objetivo de discutir desafios e soluções relacionados ao desenvolvimento sustentável da produção de carne. Participamos de diversos grupos de trabalho para discutir os desafios e soluções que envolvem todos os elos dessa cadeia, a exemplo do monitoramento dos(as) produtores(as) indiretos(as), um tema prioritário para o GPA.



Grupo de Trabalho dos Fornecedores Indiretos (GTFI) – Integramos esse que é o principal fórum de discussão sobre o monitoramento de fornecedores(as) indiretos(as) na cadeia de suprimento da carne bovina no Brasil.



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



Iniciativa para Compliance e Sustentabilidade (ICS) – Iniciativa internacional setorial que tem o objetivo de melhorar as condições de trabalho ao longo das cadeias globais de suprimentos de seus membros, entre varejistas e marcas multinacionais dos setores de têxteis, calçados, eletroeletrônicos e móveis. Os(as) associados(as) utilizam as mesmas ferramentas e compartilham resultados das avaliações e boas práticas.



Movimento AR – Vidas Negras Importam – Em 2020, aderimos ao Movimento, uma mobilização voluntária que propõe mudanças e transformações sociais por meio de ações efetivas de combate ao racismo, preconceito e discriminação racial contra as pessoas negras.



MOVER – Movimento pela Equidade Racial – Somos signatários fundadores do Movimento pela Equidade Racial (MOVER), lançado em 2020. Ele é formado por 47 empresas do País e multinacionais e tem como foco a promoção da liderança, da empregabilidade e da conscientização para a equidade racial. A iniciativa é mais uma ferramenta de combate ao racismo no Brasil e tem como compromisso, por meio de ações práticas, gerar novas posições para negros(as) em cargos de liderança e promover a capacitação para a inclusão no mercado de trabalho.



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



Pacto Global – Nossas operações no Brasil e na Colômbia integram o compromisso formal com os princípios relacionados a direitos humanos, práticas trabalhistas, responsabilidade ambiental e combate à corrupção defendidos pelo Pacto Global da ONU. É hoje a maior iniciativa de sustentabilidade corporativa do mundo, com mais de 21 mil membros, entre empresas e organizações.



Pacto pela Erradicação do Trabalho Escravo – Assumimos com diversas outras empresas, em 2005, o compromisso formal de não manter em nossas cadeias produtivas quem utiliza mão de obra escrava. O monitoramento dos compromissos é realizado pelo InPACTO (Instituto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo).



Pacto pela Inclusão de Pessoas com Deficiência (Rede Empresarial de Inclusão Social) – Aderimos, em 2016, aos cinco compromissos pela promoção dos direitos das pessoas com deficiência, a fim de fortalecer o comprometimento da nossa alta liderança no tema e promover uma cultura corporativa e um ambiente de trabalho inclusivos.



Parceria Global pela Igualdade LGBTI – A Parceria Global pela Igualdade LGBTI é uma coalizão de organizações comprometidas em alavancar a defesa individual e coletiva para acelerar a igualdade e a inclusão LGBTI globalmente e gerar mudanças positivas. Somos signatários desde 2020.



Princípios de Empoderamento das Mulheres (WEPS) – Somos signatários, desde 2017, dos princípios estabelecidos pela ONU, desenvolvendo continuamente políticas e iniciativas que visam à igualdade de gênero e ao empoderamento das mulheres.



No Êxito, subscrevemos os seguintes compromissos:

Consumer Goods Forum – Organização que reúne os(as) CEOs de varejistas, produtores(as) e prestadores(as) de serviços para informar os(as) consumidores(as) sobre estilos de vida saudáveis e equilibrados e reforçar hábitos de cuidados pessoais e domésticos.



Programa Nacional de Neutralidade de Carbono – Somos parte das 100 empresas que assinaram o Programa, uma aliança liderada pelo Ministério do Meio Ambiente da Colômbia para alcançar uma redução de 51% nas emissões de gases de efeito estufa até 2030 no país e uma Colômbia Carbono Neutro até 2050.



Desmatamento Zero na Cadeia da Carne na Colômbia – Integramos o acordo cujo objetivo é unir esforços para contribuir com a meta de desmatamento líquido zero de florestas naturais no país até 2030.



Declaração de Nova York sobre Florestas – Documento de compromissos e intenções voluntárias no qual países, estados, organizações e empresas se comprometem a colocar esforços para acabar com o desmatamento e restaurar 350 milhões de hectares de florestas até 2030.



TFA 2020 – Trade Facilitation Agreement, ou Acordo de Facilitação do Comércio, iniciativa multilateral que objetiva um comércio mais fácil e simples ao cortar o excesso de burocracia entre os países.

Associações e Institutos

|GRI 2-28|



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



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



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.



Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FeComercio) – Somos membros da entidade desde a sua fundação. Ela representa os interesses das empresas do setor e desenvolve uma atuação voltada para promover o crescimento econômico do País.



Gestora para Resíduos de Equipamentos Eletroeletrônicos Nacional (Green Eletron) – Somos associados, desde 2018, da entidade que representa as empresas detentoras das principais marcas de pilhas e eletroeletrônicos do País, coordenando a implementação e operacionalização de um sistema que permite o descarte ambientalmente adequado de equipamentos em fim de vida.



Grupo de Instituições, Fundações e Empresas (GIFE) – Associação de investidores(as) sociais privados(as) do Brasil, sejam eles(as) institutos, fundações ou fundos familiares, corporativos independentes ou empresas. Foi instituído como organização sem fins lucrativos, em 1995, e desde então, tornou-se referência no país no tema. A organização compreende investimento social privado com o repasse voluntário de recursos de forma planejada, monitorada e sistemática para projetos ou organizações sociais, ambientais, culturais e científicos de interesse público.



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



Instituto Ethos – Estamos juntos com o Ethos desde 1999 na missão de mobilizar, sensibilizar e contribuir com as empresas na gestão de seus negócios de forma socialmente responsável.



Instituto para Desenvolvimento do Varejo (IDV) – Desde 2006, somos membros do IDV, que tem como objetivo fortalecer a representação de empresas varejistas de diferentes setores de atuação nacional.



Movimento Todos à Mesa – Primeira coalizão brasileira de empresas e organizações que se unem para reduzir os impactos da fome no Brasil e atuar na redução do desperdício de alimentos por meio do fortalecimento de redes de redistribuição, articulação de um ambiente regulatório favorável para a doação de alimentos e conscientização sobre o tema.

CAPITAIS¹



Social e de Relacionamento

- ▶ Instituto GPA
- ▶ Parcerias com ONGs/*startups* e *scale-ups*
- ▶ Canais de comunicação e relacionamento
- ▶ Relacionamento com pequenos(as), médios(as) e grandes fornecedores(as)
- ▶ Parcerias no *e-commerce*



Financeiro

- ▶ R\$ 17,3 bilhões em receita líquida
- ▶ R\$ 1,5 bilhão em captações no mercado



Humano

- ▶ 37.699 colaboradores(as)
- ▶ Fomento à diversidade e inclusão



Intelectual

- ▶ Plataformas digitais de *open innovation*
- ▶ Desenvolvimento de plataformas digitais e multisserviços
- ▶ Conhecimento e experiência dos(as) colaboradores(as)
- ▶ GPA Labs



Natural

- ▶ 1.119.460 m³ de água, com consumo médio de 1,5 m³/m² de loja
- ▶ 465.087 MWh de energia, com média de 591,5 kWh/m² de loja



Manufaturado

- ▶ 735 pontos de venda
- ▶ 12 Centrais de Distribuição
- ▶ Frota própria e terceira

Nosso modelo de negócio

Nosso modelo de negócio é multiformato e multicanal, buscando ser a melhor escolha para os(as) clientes. Utilizamos diversos capitais como entradas (*inputs*), criamos valor com a transformação desses capitais em produtos e serviços e compartilhamos com nossos públicos de relacionamento os resultados que geramos em curto, médio e longo prazos.



VALOR GERADO¹

Social e de Relacionamento

- ▶ R\$ 3,8 bilhões de Valor Adicionado
- ▶ +29 milhões de clientes cadastrados(as) em programas de fidelidade
- ▶ Melhores práticas com fornecedores(as)
- ▶ Oferta e consumo conscientes
- ▶ Praticidade, exclusividade e experiência de compra
- ▶ Mais de 9 milhões de clientes por mês em nossas lojas físicas e *e-commerces*

Financeiro

- ▶ R\$ 95 milhões distribuídos a acionistas como remuneração de capital
- ▶ Economia de recursos

Humano

- ▶ 525.990 horas de capacitação e desenvolvimento, com média de 13,9 horas por colaborador(a)
- ▶ 38% de mulheres em cargos de liderança (gerência e acima)
- ▶ 56% de negros(as)
- ▶ 1.481 pessoas com deficiência
- ▶ Saúde, segurança e qualidade de vida
- ▶ Construção de carreira

Intelectual

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

Natural

- ▶ Oferta de produtos mais saudáveis e sustentáveis
- ▶ Redução do uso de recursos naturais
- ▶ Compromisso com as melhores práticas produtivas (meio ambiente, pessoas e bem-estar animal)
- ▶ Compromisso de redução da emissão de carbono

Manufaturado

- ▶ 72 novas lojas abertas
- ▶ CDs eficientes e interligados
- ▶ Eficiência da frota
- ▶ 7.062 produtos de Marcas Próprias

¹Dados referentes à operação do GPA no Brasil em 2022.



04

- ▶ Ética e integridade
- ▶ Gestão de riscos

Compromisso com a ética e a transparência

Colaboradoras na sede corporativa



TEMAS MATERIAIS



EIXOS ESTRATÉGICOS



ODS

Ética e integridade

|GRI 3-3| TEMA MATERIAL: ÉTICA, TRANSPARÊNCIA E INTEGRIDADE

A atuação do GPA é pautada pelo respeito às leis, aos regulamentos e pelos princípios da ética e da integridade. Esses orientam a prática em nosso ambiente de negócios e relacionamentos, seja com clientes, colaboradores(as), parceiros(as) comerciais, Poder Público ou acionistas.

A supervisão e o direcionamento estratégico do Programa de Ética e *Compliance* é atribuição das instâncias vinculadas à alta administração. Uma delas é o Comitê de Ética, responsável por, entre outras atividades, monitorar as principais questões relacionadas aos pilares do programa, assim como deliberar sobre casos de desvios de conduta de regras corporativas e regulatórias. O Comitê de Auditoria também poderá ser acionado para alguns casos relativos ao Programa de Ética e *Compliance*.

O Comitê de Ética se reúne trimestralmente para analisar os principais indicadores relacionados à ética e *compliance*, os dados da Ouvidoria, bem como para deliberar sobre casos extraordinários quando necessário.

As ações realizadas ao longo de 2022 abrangeram a atualização das políticas e demais documentos do Programa de Ética e *Compliance*, comunicação e treinamento, controles internos e avaliação de colaboradores(as), parceiros(as), fornecedores(as) e Ouvidoria, assim como acompanhamento de indicadores, como, por exemplo, reforço aos treinamentos sobre os temas.

O Programa de Ética e *Compliance* se organiza em torno de quatro blocos de ações: a) Prevenir, b) Detectar, c) Responder e d) Atualizar e Aprimorar.

Prevenir

|GRI 2-23, 205-1|

Uma agenda positiva de ações de comunicação e engajamento e treinamentos contínuos é desenvolvida anualmente para que todos(as) os(as) nossos(as) colaboradores(as) e parceiros(as) tenham conhecimento da maneira íntegra de condução dos negócios.

As principais normas, políticas e regulamentos que orientam as decisões e atividades dos(as) nossos(as) colaboradores(as) e parceiros(as) de negócios são amplamente divulgadas em nossos canais e incluem:

- ▶ **Código de Ética:** documento que sistematiza as diretrizes essenciais relacionadas à condução ética e íntegra de nossos negócios, como também de conformidade com políticas corporativas.
- ▶ **Política Anticorrupção:** diretrizes gerais sobre práticas anticorrupção, contribuindo no atendimento à legislação de combate à corrupção nacional (Lei Anticorrupção Brasileira – Lei nº 12.846/2013) e a leis internacionais como a norte-americana (*United States Foreign Corrupt Practices Act – FCPA*) e a francesa (Lei Sapin II). Na Colômbia, a Política é também adaptada à legislação nacional.

O GPA dispõe ainda de Política para Transações com Partes Relacionadas, Política de Consequência e Medidas Disciplinares, políticas específicas de

Segurança da Informação, além de uma Política de Conflito de Interesses e processos internos adicionais. Essas orientações fortalecem as barreiras de controle de riscos relacionados à corrupção, fraudes, entre outros. O objetivo é orientar sobre situações de conflitos que podem ocorrer no dia a dia, de forma a evitar que os interesses dos(as) colaboradores(as) e fornecedores(as) se sobreponham aos interesses do GPA.

O conjunto dessas políticas pode ser conferido na página do [GPA](#). Já as políticas do Grupo Éxito estão reunidas [aqui](#).

Além da página na internet, a divulgação e comunicação das políticas relacionadas ao Programa de Ética e *Compliance* é feita por meio de outros canais de comunicação do GPA, como o Notícias do Dia (*newsletter* interna encaminhada para os(as) colaboradores(as)), Rádio GPA (veiculada nos canais digitais da Companhia e antes da abertura e após o fechamento das lojas às sextas-feiras) e no Yammer (rede social corporativa do GPA).

Em 2022, houve ênfase na divulgação da Política de Brindes, Viagens e Entretenimento reforçando, com os(as) colaboradores(as), o cuidado que devem tomar quanto a esse tema.



Colaboradora atende cliente na frente de caixa

Abordagem de clientes

As 10 regras de ouro e procedimentos internos para abordagem de clientes em loja são tema de treinamentos realizados anualmente pelo GPA com as empresas prestadoras de serviço de segurança patrimonial. Em 2022, 100% dos(as) prestadores(as) de serviço de segurança patrimonial foram capacitados(as) sobre riscos de violação de direitos humanos nos processos de abordagens em lojas, reforçando as políticas e protocolos internos de segurança do GPA, durante um *workshop* da 6ª Semana de Diversidade. |GRI 410-1|

Em 2022, foi lançado um vídeo, em parceria com a Universidade do Varejo GPA, sobre o tema de Ética e *Compliance* nas regras de abordagem de clientes destinado a lideranças de loja.



Formações e treinamentos

O Treinamento sobre o Código de Ética e Diversidade foi lançado na Universidade do Varejo GPA, em outubro de 2002, e realizado por 86% dos(as) colaboradores(as). Além desse treinamento, são disponibilizados na plataforma outros conteúdos educativos, como a palestra sobre Ética com o filósofo e educador Mário Sérgio Cortella. Outro destaque foi o encontro com Vinicius Martins, procurador municipal e advogado especializado em *Compliance* e Consultoria em Direito Público, durante a 1ª Semana da Sustentabilidade (ESG), realizada em junho de 2022 (*saiba mais sobre o evento na página 30*).

Adicionalmente, treinamentos pontuais com áreas de negócio são realizados conforme demanda, a fim de reforçar a divulgação do Programa de Ética e *Compliance* do GPA.

O Código de Ética e *Compliance* do GPA também consta dentre as pautas de programas internos recorrentes, como o Programa de Sucessão, que reuniram mais de 400 colaboradores(as) em 2022.

A área de *Compliance* também atuou para reforçar os treinamentos e comunicações sobre a Declaração de Conflito de Interesses para públicos internos

elegíveis e mais suscetíveis ao tema, ficando esses(as) colaboradores(as) também responsáveis por declarar possíveis conflitos de interesse ou sanar possíveis dúvidas, que são analisadas pela área de *Compliance*.

No Êxito, 31.022 colaboradores(as) e 221 fornecedores(as) de produtos e serviços foram treinados(as) em ética e integridade, seguindo os preceitos do Programa de Transparência do Grupo Êxito. Os(as) colaboradores(as) tiveram também formação no Programa de Prevenção à Lavagem de Dinheiro e Combate ao Financiamento do Terrorismo e no Programa de Proteção de Dados Pessoais.

Para os(as) fornecedores(as), realizou-se análises de risco e *due dilligence* de acordo com diretrizes definidas em procedimento corporativo. Esse processo consiste na análise formal de documentação e aspectos reputacionais, com foco na detecção de riscos de fraude, corrupção, dentre outros, incluindo a verificação de restrições locais e estrangeiras e listagens socioambientais, como a Lista Suja do Trabalho Escravo e de Embargos do Ibama. Esse processo é realizado para os(as) novos(as) fornecedores(as), conforme critérios internos, além de reanálises de fornecedores(as) já parceiros(as) do GPA de acordo com a classificação de risco definida.

Além disso, foram iniciadas algumas conversas sobre Ética e *Compliance* com os(às) nossos(as) fornecedores(as), buscando assim uma cadeia cada vez mais ética e consistente.

Todas as atualizações de contratos com nossos(as) fornecedores(as) contam com cláusulas de cumprimento da Política Anticorrupção do GPA e das legislações de combate à corrupção brasileira e colombiana (no caso do Grupo Êxito).

Detectar

|GRI 2-26|

Qualquer caso de desrespeito ou não conformidade com a legislação vigente, com o Código de Ética, as políticas, valores e procedimentos internos da Companhia, podem ser registrados nos canais de Ouvidoria, seja por telefone, site ou *e-mail*. Todas as denúncias podem ser feitas de maneira anônima e são tratadas com confidencialidade.

O GPA também possui um canal exclusivo para reporte de desvios que possam caracterizar incidentes de segurança da informação, como suspeitas de vazamento de dados sensíveis, *cyber-ataques*, entre outros.

No Grupo Êxito, a Linha Direta de Transparência é gerenciada por uma empresa terceirizada independente que garante que as denúncias sejam mantidas em sigilo e os(as) denunciante(s) sigam anônimos(as), caso desejem. As denúncias podem ser feitas por telefone ou *e-mail* e o nosso Programa de Transparência estabelece que nenhum(a) denunciante estará sujeito(a) à retaliação ou à discriminação de qualquer natureza.



Ouvidoria GPA

<https://www.gpabr.com/pt/ouvidoria/>



- ▶ 08000 55 57 11
- ▶ ouvidoria@gpabr.com
- ▶ Segunda a sábado, das 8h às 20h

Canal direto para incidentes de Segurança da Informação

- ▶ seguranca.informacao@gpabr.com



Linha Direta de Transparência

<https://lineatransparencia.com/exito/reportesembedded?form#/>



- ▶ 01-8000-52-25-26
- ▶ etica@grupo-exito.com
- ▶ 24 horas por dia, sete dias da semana

Integridade 100

O Grupo Êxito foi reconhecido como “empresa comprometida com a integridade 100”, pelo Instituto Anticorrupção, da Colômbia, que promove e desenvolve estratégias para a luta contra a corrupção nos setores público e privado. Também foi incluído no *S&P Global Sustainability Yearbook*, versão 2023, com base nos resultados da Avaliação de Sustentabilidade Corporativa (CSA, em inglês) da S&P Global em 2022, que contém uma avaliação completa de questões econômicas e de governança, com itens dedicados à ética, integridade, *compliance* e sistemas antissuborno.

Responder

Todas as denúncias recebidas nos canais de Ouvidoria são analisadas e/ou investigadas e, conforme o resultado, são aplicadas medidas disciplinares ou outras ações corretivas previstas em nosso Código de Ética, normas e regulamentos.

As denúncias ou casos relevantes são tratados em Comitê de Ética e, caso necessário, são avaliados no Comitê de Ética, Comitê de Auditoria ou no Conselho de Administração.

Em 2022, apuramos 4.215 ocorrências dos temas de ética registradas no canal de Ouvidoria no Brasil, e foram aplicadas medidas disciplinares nos casos procedentes e cabíveis. O maior percentual (61% do total) refere-se a possíveis infrações operacionais, como furto e comportamentos inadequados, e cerca de 3% a possíveis violações ao Código de Ética, questões de privacidade, suborno e discriminação. Todos os casos são enviados para apuração e são tratados e finalizados de acordo com os prazos internos.

Atualizar e aprimorar

As políticas referentes ao tema são revisadas e atualizadas anualmente em processos formais que envolvem as áreas de *Compliance*, Jurídica e de Riscos e Controles internos. Em 2022, tivemos atualização de algumas delas, como Política Anticorrupção; de Conflito de Interesses; Brindes, Presentes, Viagens e Entretenimento; Carta de Ética para Fornecedores(as); entre outras.

Transparência no Grupo Éxito

O Programa de Transparência do Grupo Éxito recebeu o reconhecimento de "Empresa Comprometida com a Integridade 100", outorgado pelo Instituto Anticorrupção, organização colombiana que desenvolve estratégias de combate à corrupção nos setores público e privado.

O Grupo Éxito foi a primeira empresa a participar e superar o limite necessário para obter esse reconhecimento, recebendo uma classificação excelente em todos os oito indicadores analisados: Governança, Contexto da Organização, Liderança, Planejamento, Apoio, Operação, Avaliação e Melhoria Contínua.

A gestão do Programa de Transparência avalia os riscos de fraude, suborno e corrupção nos processos inseridos na cadeia de valor, bem como atua na prevenção de lavagem de dinheiro e financiamento do terrorismo.

Os procedimentos éticos e condutas adotados pelo Grupo Casino são tema de campanhas e treinamentos anuais voltados para todos(as) os(as) colaboradores(as) do Grupo Éxito. Em 2022, um dos focos principais foi a divulgação e implementação da política de brindes e convites.

Iniciativas na Colômbia

221 fornecedores(as) de bens e serviços receberam capacitação em ética e integridade

31.022 colaboradores(as) concluíram o Programa de Formação "Guardianes", que inclui temas como as políticas e procedimentos do Programa de Transparência, o Programa de Prevenção à Lavagem de Dinheiro e Financiamento do Terrorismo e o Programa de Proteção de Dados Pessoais

11.102 trabalhadores(as) operacionais treinados(as) sobre o Programa de Prevenção à Lavagem de Dinheiro e Financiamento do Terrorismo

Novos módulos de formação: combate à corrupção, procedimento para coleta de relatórios e procedimento de indicação de terceiros



Colaboradores trabalhando no escritório do GPA

Gestão de riscos

O processo de gestão de riscos do GPA segue os protocolos do Grupo Casino, está sistematizado no documento “Política de Riscos Corporativos” que, entre outros aspectos, estabelece os papéis e responsabilidades, as diretrizes específicas e os detalhes do processo de gerenciamento de riscos que impactam os objetivos estratégicos do GPA. A execução dessa Política acontece de forma integrada e alinhada às normas e metodologias internacionais. Ela é aprimorada continuamente no que diz respeito aos mecanismos de controles internos e às ações de prevenção e de mitigação de impactos.

PLANO DE GESTÃO DE RISCOS 2022

A matriz *Casino Group Risk Solution (CRS)* é composta por riscos classificados em alta, média e baixa criticidades. Desse conjunto, foram identificados os dez principais riscos do negócio (*Top 10 Main Business Risks*) e os cinco principais riscos de ESG (*Top 5 Main Risks de CSR*). O monitoramento contínuo desses riscos é realizado por meio do relatório periódico do Comitê de Auditoria e do Conselho de Administração. **[GRI 2-12, 2-13]**

Desde 2018, alinhados ao programa de Sustentabilidade do Grupo Casino, incorporamos uma matriz específica para os temas de sustentabilidade, composta por **cinco riscos prioritários até 2022:**



Ao longo de 2022, o cumprimento dos planos de ações específicos em torno de cada um desses temas foi o foco da área de Gestão de Riscos. O acompanhamento da implementação dos planos é feito trimestralmente por meio de Fichas de Riscos. O trabalho é liderado por um(a) diretor(a) executivo(a), responsável também por dar seguimento aos planos de mitigação da frequência e/ou impactos financeiros ou reputacionais desses riscos e envolve também avaliar se houve novos planos desenhados e fazer a análise de indicadores quantitativos que corroboram com o processo de gestão de riscos.

Para 2023, a matriz de risco será revista após as entrevistas investigativas com as diversas áreas internas do GPA.

Colaboradores na sede corporativa



Privacidade e segurança da informação

|GRI 3-3| TEMA MATERIAL: SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO

O GPA possui um conjunto de documentos normativos exclusivos que compõem as diretrizes de Segurança da Informação e estabelecem regras para a proteção de dados nos âmbitos processual, comportamental e técnico. E também garante o cumprimento rigoroso dos regulamentos relativos à segurança dos sistemas de informação. As políticas internas incluem:

- ▶ Segurança Cibernética e da Informação
- ▶ Utilização de Recursos Tecnológicos
- ▶ Aquisição e Desenvolvimento Seguro de Sistemas
- ▶ Gestão de Incidentes de Segurança da Informação
- ▶ Segurança de Banco de Dados
- ▶ Classificação da Informação e Gestão de Acessos Lógicos

Todas têm como base as diretrizes da norma ISO IEC 27002. Para os processos de cibersegurança, buscamos sempre que possível a aderência ao *Cyber Security Framework do NIST (National Institute of Standards and Technology)*.

Com o objetivo de despertar a reflexão para um comportamento seguro em relação ao uso dos ativos de TI, organizamos um calendário anual de conscientização de nossos(as) colaboradores(as) e publicamos mensalmente boletins que abordam temas variados e sazonais.

Um treinamento obrigatório de segurança da informação também está disponível na plataforma

da Universidade do Varejo GPA. Ele é destinado a todos(as) os(as) colaboradores(as) que acessam as informações e os ambientes de TI da Companhia. A aderência ao treinamento é acompanhada por KPIs internos. Também no processo de admissão, todos(as) os(as) colaboradores(as) assinam um termo de responsabilidade quanto a esse tema.

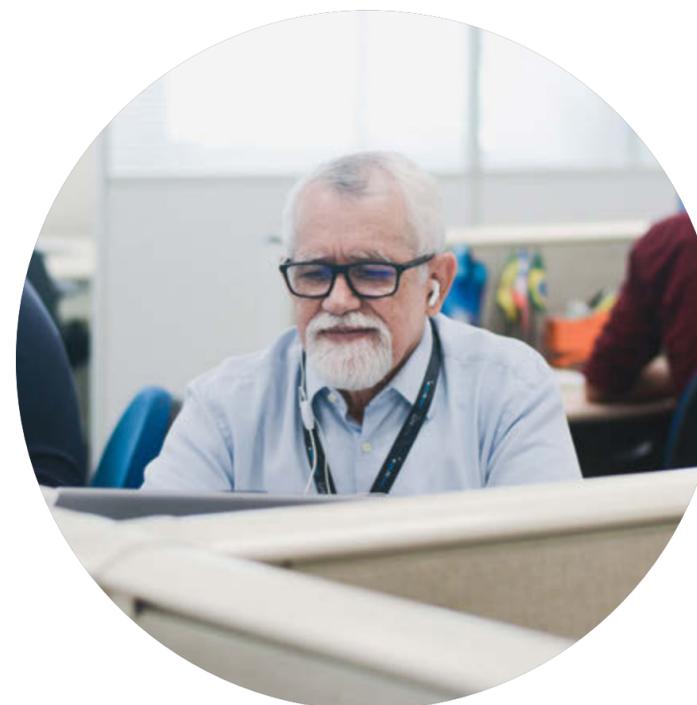
Nossas ações envolvem e estão direcionadas para:

- ▶ Realizar programa de treinamento e campanhas anuais de conscientização;
- ▶ Promover políticas e padrões de Segurança da Informação aplicáveis a colaboradores(as) e fornecedores(as);
- ▶ Implementar medidas de segurança organizacionais e técnicas para assegurar um nível de segurança adequado ao risco;
- ▶ Garantir a segurança técnica e jurídica das transferências de dados pessoais;
- ▶ Interagir com as autoridades competentes em matéria de proteção de dados em caso de pedidos de direitos dos(as) titulares de dados ou da necessidade de envio de notificações sobre violações de dados;
- ▶ Organizar controles internos e auditorias de conformidade de sistemas de processamento de dados em vigor.

Em 2022, continuamos a fortalecer nosso trabalho de proteção de dados do Grupo e de seus(uas) clientes, que inclui o reforço da gestão de infraestrutura de acessos a Tecnologias da Informação e Sistemas de Informação e o fortalecimento da capacidade de identificar e bloquear vulnerabilidades nos ambientes internos de nossa rede. Também foram realizadas atividades de conscientização sobre segurança da informação e gestão de vulnerabilidades tecnológicas.

A área de Segurança da Informação possui processo de supervisão de cibersegurança com serviço contratado MSS SOC, que complementa nossos outros monitoramentos de TI. Essas ações são ostensivas e, em caso de identificação de ameaças e situações anômalas (eventos suspeitos), são acionadas medidas de contenção, análise e ordem jurídica.

Possuímos ainda uma série de outros mecanismos que contribuem como atenuantes em caso de ameaças cibernéticas, a exemplo da Gestão de Ameaças (*Threat Intelligence*), Gestão de Vazamento de Informações não estruturadas (DLP) e processos específicos de recuperação, como políticas internas de *Backup* e *Restore* estabelecidas para os principais ambientes do GPA.



Colaborador na sede corporativa

Restrições

Os acessos aos nossos bancos de dados são todos controlados por etapas de autenticação e autorização, sendo que a camada de autorização é baseada em perfis de acessos controlados por pessoas-chave da organização, denominadas como *owners* (ou proprietários(as)). Nenhum acesso é concedido sem que eles(as) avaliem se as informações nas fontes podem ser de fato disponibilizadas.

Incidentes de cibersegurança são identificados como risco importante pelo Grupo e são monitorados por um sistema de governança projetado para seu enfrentamento que envolve ações como:

- ▶ Gerenciamento das questões de segurança por parte do Departamento de Segurança de Sistemas de Informação, o que otimiza sinergias em soluções e serviços e garante uma gestão homogênea e relatórios centralizados;
- ▶ Acompanhamento da segurança dos sistemas de informação pela alta administração, com a elaboração de relatórios regulares destinados à Diretoria-Executiva e ao Comitê de Auditoria dos planos de ação e desempenho;
- ▶ Intercâmbio sobre melhores práticas, metodologias e referências de mercados globais com o Casino.

05

Cadeias de valor responsáveis para uma oferta e consumo mais conscientes

- ▶ Gestão de riscos de cadeias críticas
- ▶ Pilares de atuação
- ▶ Garantia da qualidade e relacionamento com a cadeia de valor
- ▶ Oferta de produtos mais sustentáveis

Galinhas livres de gaiolas



IGRI 3-3 | TEMAS MATERIAIS: GESTÃO SUSTENTÁVEL DE FORNECEDORES(AS), DIREITOS HUMANOS

Nossa cadeia de valor é rica e complexa, sendo integrada por milhares de fornecedores(as) – entre produtores(as), indústrias, empresas de distribuição e de serviços.

Nosso relacionamento com a cadeia é guiado por diretrizes para garantir a promoção dos direitos humanos, saúde e segurança do trabalho, segurança alimentar, práticas anticorrupção, proteção da biodiversidade e meio ambiente e bem-estar animal. São temas que constam em documentos que orientam os nossos compromissos, como a Carta de Ética para Fornecedores(as), Código de Ética, Política de Diversidade, Inclusão e Direitos Humanos, Política de Gestão Ambiental, Política de Bem-Estar Animal, Política de Direitos Humanos na Cadeia de Valor, Política Socioambiental de Compras de Carne Bovina, Política Socioambiental de Compras de Produtos com Óleo de Palma, Política Socioambiental de Compras de Pescados, entre outras. Os documentos do GPA podem ser encontrados [aqui](#) e os do Grupo Éxito [aqui](#). **IGRI 2-23, 308-2, 414-2]**

Por estarmos comprometidos(as) em oferecer produtos que contribuam para um consumo mais consciente, buscamos conhecer todos os elos de nossa cadeia de valor para identificar e mitigar eventuais riscos socioambientais nas etapas de extração de matérias-primas e de produção – até que esse produto chegue em nossas lojas.

Por isso, ao longo de 2022, realizamos algumas ações como a atualização da nossa Carta de Ética para Fornecedores(as), tanto para o Brasil, quanto para a Colômbia. A nova versão inclui 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 e 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. O documento brasileiro está disponível [aqui](#), e o colombiano, [aqui](#). **IGRI 2-26, 408-1, 409-1]**

No período, também realizamos uma série de encontros e eventos com fornecedores(as) para tratarmos de temas de sustentabilidade, tendo como objetivos a aproximação, o engajamento e a troca de conhecimento. Um deles foi o *webinar* para fornecedores(as) de Orgânicos FLV (Frutas, Legumes e Verduras) que ocorreu em maio. O evento contou com a participação de cerca de 50 fornecedores(as), que tiveram acesso as estratégias da Companhia relacionadas ao tema, pesquisas realizadas com os(as) consumidores(as) e palestra de evolução e atualidades da produção de orgânicos.

Outro *webinar* foi destinado aos (às) fornecedores(as) de ovos (tanto convencional, como *cage free* e orgânicos), no mês de abril, com 24 fornecedores(as), que contou com a participação de ONGs e da sociedade civil envolvidas no tema, assim como uma palestra de evolução e vantagens sobre o bem-estar animal. Tivemos alguns outros fóruns e encontros individuais com fornecedores(as) para atualização de processos e diretrizes, assim como discussão em conjunto de planos de ação e evoluções.

No Grupo Éxito, 201 empresas participaram dos programas de treinamento para ambientes digitais, diversidade e inclusão com foco em gênero, ética

e sustentabilidade, liderança criativa e inspiradora, projetos de melhoria contínua, entre outros.

Marcas Próprias

As iniciativas que adotamos para todas as nossas cadeias são ainda mais detalhadas e rigorosas para nossos produtos de Marcas Próprias. Nesses casos, buscamos não só verificar e mitigar os riscos socioambientais, mas também identificar e estabelecer relações comerciais com fornecedores(as) que possuam as melhores práticas socioambientais.

CONHEÇA MAIS SOBRE NOSSAS POLÍTICAS [AQUI](#)



Interior de loja do Pão de Açúcar



Gestão de riscos de cadeias críticas

IGRI 3-3 | TEMA MATERIAL: GESTÃO SUSTENTÁVEL DE FORNECEDORES(AS), OFERTA PARA CONSUMO CONSCIENTE

Em 2022, trabalhamos no direcionamento estratégico e plano de ação envolvendo as etapas de homologação, rastreabilidade e monitoramento de fornecedores(as) para cada uma das cadeias críticas identificadas e priorizadas no estudo de cadeias críticas, atualizado em 2021. Na ocasião, relacionamos matérias-primas e riscos socioambientais identificados para cada uma das cadeias (tais como condições de trabalho, bem-estar animal, desmatamento, extinção de espécies e uso do solo), chegando no mapeamento de 28 cadeias mais críticas nas etapas de cultivo, produção ou transformação dos produtos que vendemos em nossas lojas. Ao final, foram priorizadas 14 cadeias/categorias de produtos. Todas essas ações e iniciativas são executadas a partir do estabelecimento de metas e indicadores-chave (KPIs), acompanhados por grupos internos, especialistas, Diretoria Executiva e pelo Comitê de Sustentabilidade e Diversidade do GPA.

Riscos críticos prioritários

- ▶ Bem-estar animal
- ▶ Combate ao desmatamento
- ▶ Uso sustentável da biodiversidade (extinção de espécies e uso do solo)
- ▶ Condições de trabalho

Cadeias prioritárias

(em ordem alfabética)

- ▶ Açúcar
- ▶ Banana
- ▶ Cacao
- ▶ Café
- ▶ Carne bovina
- ▶ Carne suína
- ▶ Frango de corte
- ▶ Leite
- ▶ Milho
- ▶ Ovos
- ▶ Palma
- ▶ Pescado
- ▶ Soja
- ▶ Têxtil

Plantação de café



Pilares de atuação

Agrupamos nossa atuação com a cadeia de valor em seis pilares: bem-estar animal, combate ao desmatamento, preservação da biodiversidade, condições dignas de trabalho, apoio ao(à) pequeno(a) fornecedor(a), e programas de desenvolvimento de nossos(as) fornecedores(as).

Bem-estar animal

Tema prioritário de nossa atuação desde 2017, reafirmamos nossos compromissos públicos em bem-estar animal anualmente, sempre aperfeiçoando nossas práticas, atuando para cumprimento das metas definidas para o período e engajando os(as) fornecedores(as) em quatro aspectos durante essa jornada:

- Abastecimento e rastreabilidade** – Estruturação de processos que garantam o abastecimento em todas as lojas do Grupo com produtos que tenham sua origem rastreável.
- Engajamento da cadeia de fornecedores(as)** – Fortalecimento da relação com fornecedores(as) com incentivo à produção sustentável e viável.
- Comunicação para o consumo mais consciente** – Sensibilização dos(as) consumidores(as) para entendimento do tema e incentivo à escolha desses produtos.
- Advocacy e legislação** – Articulação setorial para fortalecer legislações e/ou regulamentações relacionadas aos processos produtivos.

POLÍTICA DE BEM-ESTAR ANIMAL

O documento, publicado em 2021, aponta as diretrizes gerais e específicas sobre o tema em nossas cadeias de suprimento de proteínas animais – bovinos, suínos, frangos de corte e ovos – nos requisitos para a oferta desses produtos em nossas lojas; apresenta critérios de integridade, conformidade, qualidade e sustentabilidade que requeremos a esses(as) fornecedores(as); discorre sobre direcionamentos que balizam o processo de compra desses produtos, além de zelar pelo cumprimento das normas e legislações vigentes, baseadas nas cinco liberdades animais. **|GRI 2-23|**

LIBERDADES ANIMAIS

1. Livre da fome e da sede (fácil acesso à água potável e uma dieta para manter a saúde e o vigor completos);
2. Livre de desconforto (proporcionando um ambiente adequado, incluindo abrigo e uma área de descanso confortável);
3. Livre de dor, lesão ou doença (por prevenção ou diagnóstico e tratamento rápidos);
4. Liberdade para expressar comportamento natural (fornecendo espaço suficiente, instalações adequadas e Companhia da própria espécie do animal) e
5. Livre de medo e angústia (garantindo condições e tratamentos que evitem o sofrimento mental).

As cinco liberdades também fazem parte da Declaração da Pecuária Sustentável (Sustainable Livestock Declaration) do Grupo Éxito para fornecedores(as) de produção primária, cumprindo as Boas Práticas Pecuárias do Instituto Agropecuário Colombiano (ICA) para gado vivo e da Política de Bem-estar Animal do GPA, definidas pela *FAWC – Farm Animal Welfare Council*. Há monitoramento das propriedades dos(as) fornecedores(as) de carne bovina do Grupo Éxito sob critérios de desmatamento zero e respeito à fronteira agrícola. Esse acompanhamento é feito por um terceiro independente não relacionado ao negócio, incluindo os critérios definidos como o mínimo esperado nessa Política, que pode ser consultada [aqui](#).

Compromissos públicos

	AVANÇO EM 2022
 100% dos ovos de Marcas Próprias serão provenientes de galinhas livres de gaiolas até 2025.	51,93%
 100% dos ovos vendidos (todas as marcas) serão provenientes de criação de galinhas livres de gaiolas até 2028.	40,2%
 100% da carne suína vendida em nossas lojas será proveniente, até 2028, de fornecedores(as) que contemplam o bem-estar animal em sua cadeia de produção.	Em andamento
 100% dos produtos de frango de corte das Marcas Próprias Qualitá e Taeq devem atender às diretrizes detalhadas na Política de Bem-Estar Animal até 2028.	Em andamento
 100% dos(as) fornecedores(as) de carne bovina devem estar publicamente comprometidos(as) com Políticas de Bem-estar Animal até 2025.	64%



É parte essencial da missão da Mercy For Animals a construção de um mundo onde a alimentação seja segura e sustentável para todos os seres. Atuamos em várias frentes para conscientizar pessoas, empresas e o Poder Público sobre os impactos das fazendas industriais e abatedouros, e o setor corporativo é parte da nossa estratégia para seguir avançando em nosso trabalho. Entendemos que os compromissos públicos das empresas são alguns dos caminhos que viabilizam melhores condições de vida para bilhões de animais explorados na indústria. A colaboração com o GPA cria espaços de diálogo para tratarmos sobre temas sensíveis e de grande impacto para a causa animal. Estamos otimistas em ver, cada vez mais, empresas se posicionando publicamente como agentes de mudança, tornando prioridade o legado que deixarão para o planeta e para a sociedade."

Renata Scarellis, Diretora de Políticas Corporativas da Mercy for Animals

OVOS

Estimulamos que nossos(as) consumidores(as) escolham ovos de galinhas livres de gaiolas (*cage-free*, caipira e orgânico) mantendo uma comunicação constante por meio de placas didáticas que explicam os diferentes tipos de ovos e suas vantagens, além de campanhas promocionais.

Mensalmente, acompanhamos com os times internos os dados, indicadores e ações, buscando sempre aumentar a venda dessa categoria em nossas lojas. Essas ações levaram ao crescimento das vendas desses tipos de ovos, alcançando mais de 60% de representatividade na marca Pão de Açúcar.

Nas Marcas Próprias (Qualitá e Taeq), alcançamos 51,9% das unidades vendidas de galinhas livres de gaiolas, superando a meta do ano, de 50%. Em relação a todas as marcas vendidas na Companhia, fechamos o ano com 40,2% dos ovos vendidos sendo de galinhas livres de gaiolas.

Na venda de ovos do Grupo Éxito, foi mantido o percentual máximo (100%) dos itens de Marcas Próprias provenientes de galinhas livres de gaiolas.

Auditorias-piloto

Entre dezembro de 2022 e janeiro de 2023 ocorreram auditorias-piloto em fornecedores(as) de ovos de Marcas Próprias, que produzem tanto ovos convencionais, de galinhas livres de gaiolas (*cage-free*) e orgânicos. Por meio do piloto, testamos a aderência ao *checklist*, criado a partir da Política, com o objetivo de analisar cada aspecto em que o bem-estar animal deve ser considerado.

SUÍNOS

Em 2022, foi iniciado o processo de visitas de engajamento aos(às) fornecedores(as) com o objetivo de disseminar os conteúdos da Cartilha Orientativa de Biossegurança e Bem-Estar Animal, que construímos em parceria com a Associação Brasileira de Criadores de Suínos (ABCS). Divulgada em 2021, é um material orientativo e didático, no qual são abordados todos os pontos técnicos dos nossos compromissos de bem-estar animal na cadeia de suínos, além de temas como biossegurança e gestão socioambiental. A Cartilha é direcionada aos(às) produtores(as) e processadores(as) de carne suína que fornecem ao GPA e tem o objetivo de avançar na nossa meta de atingir 100% dos(as) fornecedores(as) de carne suína contemplando aspectos de bem-estar animal em sua produção até 2028.

Essas visitas técnicas aos(às) fornecedores(as) têm sido realizadas por uma equipe multidisciplinar, que conta com integrantes das áreas de Desenvolvimento Comercial, Qualidade e Sustentabilidade do GPA, além de representantes da ABCS.

Até o encerramento do ano, finalizamos visitas técnicas em três fornecedores(as), que também irão receber auditorias de bem-estar animal baseadas nessa Cartilha e na nossa Política de Bem-Estar Animal. Tal protocolo está sendo testado na prática em fornecedores(as) de diferentes escalas de produção para garantir o bom nível de representatividade à realidade da cadeia de produção e abastecimento do GPA. O objetivo é visitar e avaliar 100% dos(as) fornecedores(as) até 2024.

Atualmente, os(as) fornecedores(as) que possuem compromissos públicos com o bem-estar animal e/ou já possuem seus sistemas adaptados e adequados para os nossos requisitos representam 73% de nossas compras de produtos de carne suína.

FRANGOS DE CORTE E BOVINOS

Para as categorias aves de corte e bovinos, os documentos com requisitos de adequação e auditorias ainda estão sendo estruturados para que possam ser aplicados aos(às) fornecedores(as) nos próximos anos.

Especificamente sobre bovinos, encerramos o ano de 2022 com 64% de nossos(as) fornecedores(as) comprometidos(as) publicamente com bem-estar animal em suas cadeias. Para os próximos anos, desenharemos um plano de ação para alcançar o compromisso estabelecido.

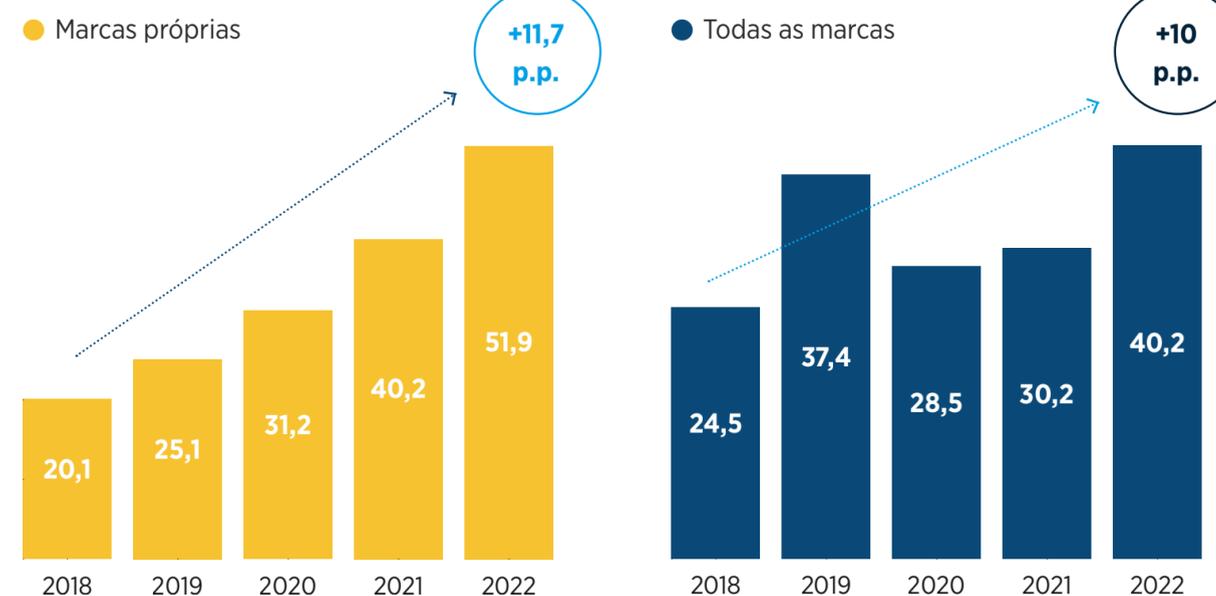


Ovos de galinhas livres de gaiolas



Vendas de ovos de galinhas livres de gaiolas

Brasil (em %)



Combate ao desmatamento

Temos como compromissos combater o desmatamento e a conversão de vegetação nativa nas nossas cadeias de abastecimento, assim como 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).

Identificamos como um dos temas prioritários para a gestão da sustentabilidade do nosso negócio o desenvolvimento das cadeias de fornecimento da carne bovina, da soja e do óleo de palma, pela representatividade dessas cadeias sobre os produtos que comercializamos. Por isso, estamos há mais de dez anos evoluindo continuamente no desenvolvimento de políticas e processos de homologação e monitoramento de fornecedores(as).

Como estratégia do nosso compromisso para proteger florestas e vegetações nativas, também temos atuado em conjunto com fornecedores(as), governos, instituições fiscalizadoras e organizações da sociedade civil na implementação e evolução de melhores práticas socioambientais para essas cadeias.

CARNE BOVINA

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, considerando a revenda de produtos de carne bovina sendo principalmente de fornecedores(as) de marcas nacionais e de Marcas Próprias. Aproximadamente 88% do total de carne vendido ao(à) consumidor(a) em nossas lojas são de produtos de marcas nacionais e 12% de Marcas Próprias do Grupo. Praticamente toda a carne bovina que revendemos é de produção nacional, porém, mesmo assim, o GPA representa uma pequena parte do mercado de carne bovina no Brasil.

Desde 2016, temos uma Política Socioambiental de Compras de Carne Bovina e um processo específico para garantir o monitoramento e cumprimento dos critérios nela definidos. Todos os frigoríficos devem ser homologados e estar de acordo com os compromissos socioambientais do Grupo, com envio de documentos e evidências que comprovem seu alinhamento, comprometimento e aderência. A Política visa garantir a transparência da cadeia produtiva e de fornecimento da carne bovina, abrangendo detalhes de percurso e origem da fazenda direta até o abate, para garantir que o gado não seja oriundo de áreas que possuem irregularidades socioambientais. Nossa Política Socioambiental de Compras de Carne Bovina pode ser consultada [aqui](#). |GRI 2-23, 2-24|

Desde 2020, para que possam estabelecer relações comerciais com o GPA, todos os frigoríficos são obrigados a adotar os critérios do protocolo unificado Boi na Linha, além de demonstrar que estão em acordo com as legislações vigentes. Todos estão comprometidos de que o processo de sua cadeia seja:

- ▶ 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.

Colaborador da seção de açougue do Mercado Extra



Diagnóstico na cadeia da soja

A produção de soja no Brasil está muito relacionada com o desmatamento e a conversão da 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 suínos, frangos, lácteos e ovos de Marcas Próprias. O projeto foi conduzido por uma ONG e pela *Rever Consulting*, com apoio dos times de Sustentabilidade e Comercial do GPA, 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. Dos(as) 13 fornecedores(as) convidados(as), oito preencheram os questionários da Ferramenta de Avaliação que identifica as práticas atuais relacionadas à cadeia de fornecimento.

Entre os resultados, identificou-se que os(as) fornecedores(as) estão dando passos na gestão e monitoramento dessa cadeia e a grande maioria produz a própria ração, a partir de farelo de soja comprado de comercializadores(as) ou de cooperativas. Além disso, foram fornecidas recomendações de avanço com base no nível de maturidade atual das empresas para garantir uma cadeia livre de desmatamento e conversão.

A partir desses resultados preliminares, está sendo desenvolvido um plano de ação individual de monitoramento e controle que será acompanhado ao longo de 2023.

PROTOCOLO DO CERRADO E FORNECEDORES(AS) INDIRETOS(AS)

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, realizamos em 2022 duas ações fundamentais relacionadas ao monitoramento dos(as) nossos(as) fornecedores(as).

A primeira diz respeito à 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, e o monitoramento de fornecedores(as) indiretos(as).

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. Como resultado desse monitoramento voluntário, foi possível avaliar o impacto das fazendas diretas localizadas nesse bioma, identificar a representatividade das inconformidades e oportunidades de justificativas para evitar o bloqueio futuro após implementação formal do Protocolo, em 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.

A segunda ação diz respeito à criação de um projeto-piloto de rastreabilidade e monitoramento de fazendas indiretas de gado, em parceria com o frigorífico Masterboi e as ONGs Amigos da Terra e *National Wildlife Federation (NWF)*. O piloto terá como objetivo a identificação de fazendas indiretas vinculadas às fazendas diretas do frigorífico Masterboi. As ONGs NWF e Amigos da Terra utilizarão a experiência em outros projetos de identificação de fornecedores(as) indiretos(as) como apoio ao presente piloto. Na fase atual, realizamos o planejamento da metodologia e cronograma com implementação prevista para 2023.



Criação de gado



O GPA faz uma importante contribuição ao setor da pecuária ao participar do desenvolvimento do Protocolo de Monitoramento Voluntário de Fornecedores(as) 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 esse protocolo no monitoramento dos(as) seus(uas) fornecedores(as) e ponderar o possível impacto no bloqueio dos(as) 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."

Isabella Freire,
Co-diretora da Proforest América Latina

Etapas da Política Socioambiental de Compras de Carne Bovina



Homologação

Para ser um(a) fornecedor(a) homologado(a) para venda de carne bovina de marca nacional ou Marca Própria, de origem brasileira, *in natura* ou processada, resfriada ou congelada, além de contar com uma etapa prévia de sensibilização em relação aos nossos compromissos, deve:

- 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.
- 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.
- Comprovar ter ou contratar sistema próprio 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 (realizada anteriormente à aquisição dos animais).

- Cumprir as legislações e regulamentações vigentes, respeitar o Código de Ética do GPA, a Política de Diversidade, Inclusão e Direitos Humanos e a Política de Direitos Humanos na Cadeia de Valor.
- Comprometer-se a apresentar as informações de origem de todas as fazendas, por lote enviado ao GPA, por meio do nosso sistema de rastreabilidade.
- Dar ciência e concordância de que todas as fazendas serão reanalisadas pelo GPA. Em caso de suspeita de irregularidade, os frigoríficos precisam evidenciar o falso-positivo ou bloquear as fazendas.
- Apresentar o Termo de Ajustamento de Conduta (TAC) com o Ministério Público Federal nos Estados onde são aplicáveis.
- Assegurar a qualidade de produtos de origem animal por meio do Serviço de Inspeção Federal (SIF).

Monitoramento da compra de boi pelo frigorífico

Anteriormente à compra do gado, o(a) fornecedor(a) deve realizar a análise socioambiental de suas fazendas fornecedoras por meio do sistema de geomonitoramento contratado para garantir a sua conformidade. Essas informações devem ser compartilhadas na ferramenta do GPA para rastreabilidade e transparência.

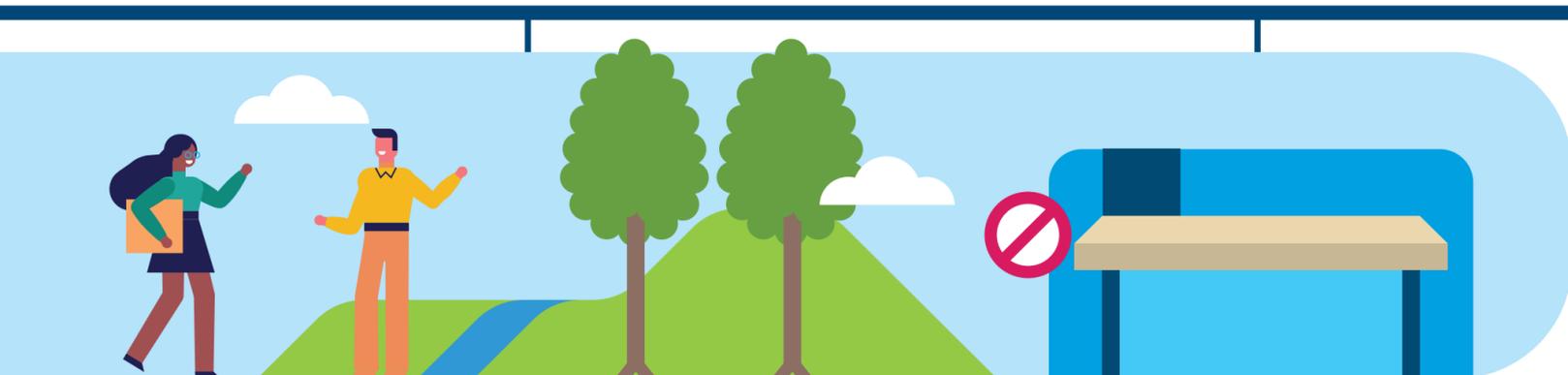
Atualmente,

100%

dos(as) nossos(as) fornecedores(as) diretos(as) de carne bovina possuem sistema de geomonitoramento socioambiental e transmitem informações de rastreabilidade para o GPA.

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

Fornecedores(as) devem inserir na ferramenta de rastreabilidade do GPA as informações sobre a origem direta do gado (dados da fazenda de origem, números dos lotes, Guias de Transporte Animal (GTAs), SIF do frigorífico de 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.



ETAPA 4

Rechecagem da análise socioambiental pelo GPA

- ▶ GPA reanalisa todas as fazendas diretas dos lotes de compra, verificando sua conformidade socioambiental.
- ▶ Processo de rechecagem (*double check*) analisa os mesmos critérios, sob a ótica do protocolo utilizado para todos os frigoríficos.
- ▶ Fazenda suspeita de não conformidade é suspensa e é solicitado o envio de evidência de falso-positivo.
- ▶ Em caso de confirmação da não conformidade, a fazenda é bloqueada e é feito um plano de ação com medidas educativas, corretivas e/ou punitivas.

ETAPA 5

Tratativas

Frigoríficos e processadores(as) que se negarem a cumprir os requisitos de implementação e/ou de monitoramento são passíveis de medidas de consequência do Grupo, estando sujeitos(as) inclusive ao bloqueio e não fornecimento a nenhuma unidade de negócio do Grupo até a adequação. Desde 2017, 22 fornecedores(as) nacionais apresentaram não conformidades e foram bloqueados(as). Desses(as), cinco atenderam aos planos de adequação e 17 seguiam bloqueados(as) até 31/12/2022.



GESTÃO

Paralelamente a todo esse processo, fóruns internos com as diversas áreas envolvidas, inclusive a Diretoria-Executiva, acompanham todos os indicadores de cada uma das etapas e definem planos de ações de melhoria contínua. A instância máxima de governança e monitoramento da Política Socioambiental de Compras de Carne Bovina é o Comitê de Sustentabilidade e Diversidade, órgão que assessora o Conselho de Administração.

Além desse acompanhamento frequente, demos continuidade às ações de treinamento e capacitação de nossos(as) colaboradores(as) mais sensíveis ao tema, como forma de manter atualizados os conceitos desdobrados por nossas políticas e garantir os processos internos de compra de carne. Em linha com essa diretriz, lançaremos um treinamento *online* sobre a Política, processos e homologação no primeiro semestre de 2023, direcionado a todo o time comercial.

Colaboração

Participamos ativamente de grupos de trabalho na busca por soluções que envolvem os elos da cadeia de bovinos. Baseamos ações e compromissos em diversas referências e melhores práticas de combate ao desmatamento, apoiando e colaborando com 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 GPA acreditam que soluções colaborativas são necessárias para uma atuação mais efetiva. Assim, o Grupo Casino colidra o Grupo de Trabalho da Carne Bovina criado pela Coalizão Floresta Positiva do *Consumer Goods Forum*.

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 coorganizou 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 100 abatedouros nos biomas da Amazônia e Cerrado. No início de 2022, foram publicadas as diretrizes para os(as) fornecedores(as) de carne, para garantir que as fazendas com as quais trabalham não estejam vinculadas com desmatamento no Brasil.

Resultados

- ▶ 18 fornecedores(as) ativos(as) em 31/dez/2022.
- ▶ 100% dos(as) fornecedores(as) diretos(as) de carne bovina em conformidade com a Política Socioambiental de Compras de Carne Bovina.
- ▶ 100% dos frigoríficos com sistema próprio de geomonitoramento e rastreabilidade ativa.
- ▶ 15.089 fazendas foram reanalisadas (*double-check*) de acordo com os critérios socioambientais do GPA (Sistema de Geomonitoramento do GPA).
- ▶ 22 fornecedores(as) de carne apresentaram não conformidades e foram bloqueados(as) (de 2017 até 31/dez/2022).
- ▶ 5 fornecedores(as) bloqueados(as) apresentaram planos de ação, e retornaram a fornecer ao GPA (de 2017 até 31/dez/2022).
- ▶ 17 fornecedores(as) permanecem bloqueados(as) (de 2017 até 31/dez/2022).



Criação de gado

Compromissos públicos

AVANÇO EM 2022



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

100%



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

100%

Derivados de palma

O uso do óleo de palma e seus derivados é monitorado em todos os produtos de Marcas Próprias do GPA desde 2016. Para garantir que esses produtos atendam aos critérios de produção sustentável, mitigando o risco de desmatamento e de condições não adequadas de trabalho, publicamos, em 2020, nossa [Política Socioambiental de Compras de Produtos com Óleo de Palma](#). O objetivo é identificar e mitigar possíveis riscos decorrentes da cadeia de fornecimento do óleo presente nos produtos das Marcas Próprias, promovendo a aceleração da produção sustentável dessa matéria-prima, que é um importante ingrediente de diversas categorias de produtos (alimentares e não), tais como chocolates, sorvetes, bolachas, entre outros.

NOSSOS COMPROMISSOS

1. Transparência da cadeia de fornecimento e origem do óleo de palma usado nos produtos.
2. Capacitação e desenvolvimento dos(as) fornecedores(as).
3. Monitoramento do desempenho dos(as) fornecedores(as) quanto ao cumprimento da Política.
4. Exigência de que nossos(as) fornecedores(as) comprem óleo de palma cuja produção seja livre de desmatamento ou de conversão de vegetação nativa, e que respeite as comunidades locais, populações tradicionais e os direitos dos(as) trabalhadores(as).
5. Encorajamento dos(as) produtores(as) de palma brasileiros(as) a adotarem práticas de produção responsáveis e sustentáveis.
6. Colaboração com os atores críticos da cadeia de óleo de palma para melhorar as práticas.



Produtos de Qualitá com derivados de palma

Por meio do Grupo Casino, nosso controlador, acompanhamos as evoluções com as organizações integrantes da POTC (*Palm Oil Transparency Coalition*) buscando soluções conjuntas que elevem o nível de responsabilidade e sustentabilidade da cadeia. Reforçamos esse tema internamente e com todos(as) os(as) nossos(as) fornecedores(as) de Marcas Próprias, alcançando no ano 95,7% do volume utilizado em nossos produtos aderentes à nossa Política, e 79,6% do volume internacional certificado.

Compromissos públicos

AVANÇO EM 2022



100% do óleo de palma com origem identificada nos produtos de Marcas Próprias

100%



100% do óleo de palma de origem internacional certificado nos produtos de Marcas Próprias

79,6%

Uso sustentável da biodiversidade

[GRI 3-3] TEMAS MATERIAIS: BIODIVERSIDADE, OFERTA PARA CONSUMO CONSCIENTE [GRI 304-2]

De forma a contribuir com o uso responsável da biodiversidade, e em linha com as diretrizes de bem-estar animal da Companhia, lançamos em outubro de 2022 a nossa Política Socioambiental de Compras de Pescados, que define as diretrizes das relações comerciais, monitoramento dos(as) fornecedores(as) e de espécies, bem como regras de inspeção de espécies sob risco de extinção. Buscamos, dessa forma, guiar os(as) fornecedores(as) em relação à depreciação de recursos ambientais e da biodiversidade. A Política define também as estratégias de fomento de cadeias sustentáveis, bem como a promoção da produção familiar e de modelos de negócio de impactos sociais positivos. Ela pode ser acessada [aqui](#).

Uma das diretrizes da Política, o Programa de Fomento à Diversidade de Consumo, iniciado em 2018, tem o objetivo de ofertar uma ampla variedade de pescados de espécies pouco conhecidas e que, portanto, possuem baixa demanda *versus* sua capacidade de produção – como saramonete, sororoca, olhete, catuá, olho-de-cão, cavala, carapau, pargo-rosa e xaréu. Essa iniciativa tem como objetivo minimizar os impactos nos recursos pesqueiros e estimular o consumo de espécies diversas, com a redução da pressão de consumo em poucas espécies (como bacalhau, tilápia e salmão), o que aumenta os riscos de extinção.

Em 2022, expandimos também a comunicação visual sobre o projeto para os(as) consumidores(as) em 100% das lojas inauguradas e reformadas do Pão de Açúcar.

Para fomentar outro importante eixo da Política, e que também está conectado com nosso pilar de apoio a pequenos(as) fornecedores(as) (página 55), iniciamos um projeto-piloto de venda de pirarucu, um peixe selvagem de água doce e um dos principais símbolos da Amazônia, por meio do Projeto “Gosto da Amazônia”, que realiza seu manejo há mais de 20 anos em apoio às comunidades ribeirinhas e indígenas da região, com autorização do Ibama. O produto está sendo vendido *in natura* na peixaria da loja Roberto Marinho, na capital paulista, inaugurada em novembro de 2022, promovendo impacto positivo para a região amazônica e renda para as comunidades que protegem o bioma.

Desde 2018, o Óxito vende frutos do mar provenientes de pescarias tradicionais nacionalmente conhecidas como Zonas Exclusivas de Pesca Artesanal (ZEPA) de áreas localizadas na região de Ona, ajudando a proteger espécies ameaçadas de extinção e preservar a biodiversidade marinha. Além disso, os peixes comercializados são capturados respeitando a estação de desova das espécies marinhas. Em 2022, 78% do peixes e mariscos vendidos na Colômbia foram provenientes de fornecedores nacionais.



Colaborador da Peixaria do Pão de Açúcar



Selo do Projeto Gosto da Amazônia

Plantio de árvores na Colômbia

Para proteger a biodiversidade na Colômbia, o Grupo Óxito e a empresa de energia Celsia se comprometeram a plantar 1 milhão de árvores nativas, doadas por clientes, fornecedores(as) e também pelas empresas.

A iniciativa “Recuperemos el Verde: #UnÁrbolAlaVez” (Recuperamos o Verde: Uma Árvore de Cada Vez, em tradução direta) pretende recuperar a cobertura florestal, restaurar as bacias hidrográficas do país e proteger sua biodiversidade, como resultado da estratégia do Grupo de reduzir, mitigar e compensar seu impacto no planeta.

Condições dignas de trabalho

|GRI 3-3| TEMA MATERIAL: DIREITOS HUMANOS

O respeito aos direitos humanos em todas as cadeias de valor que envolvem as operações de fornecedores(as) e parceiros(as) comerciais é parte central da nossa estratégia de sustentabilidade. Cumprir essas diretrizes é, além de obrigatório, condição para o fornecimento de produtos à Companhia e a manutenção de relações a longo prazo.

Nossa prioridade é garantir o respeito e a promoção dos direitos humanos, com foco em condições de trabalho adequadas proporcionadas pelos(as) fornecedores(as). Todos os nossos compromissos com os direitos humanos são ancorados nos principais documentos da Organização Internacional do Trabalho (OIT) e outras iniciativas da ONU, como Pacto Global, Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e Princípios Orientadores sobre Negócios e Direitos Humanos. Essas ações se alinham ao nosso propósito e aos nossos valores, para que sejamos referência em negócios sustentáveis e geradores de um impacto positivo de ponta a ponta, tanto na cadeia de valor e meios de produção, quanto no dia a dia de todos(as) os(as) clientes e colaboradores(as).

As nossas expectativas e objetivos são detalhados na Carta de Ética para Fornecedores(as), parte integrante de todos os contratos de fornecimento; e na Política de Direitos Humanos na Cadeia de Valor.

Política de Direitos Humanos na Cadeia de Valor

Nossa Política de Direitos Humanos na Cadeia de Valor, publicada em 2021, apresenta as diretrizes gerais e específicas em relação ao respeito aos direitos humanos e às condições de trabalho que nossos(as) fornecedores(as) e parceiros(as) comerciais devem seguir para assegurarmos uma oferta e um consumo mais conscientes. |GRI 2-23|

O documento tem como objetivos estabelecer exigências nas relações que mantemos com os(as) fornecedores(as) e apresentar os critérios de integridade e conformidade requeridos para manter o nosso compromisso com uma cadeia de valor comprometida com o meio ambiente, as pessoas e o bem-estar animal e oferta de produtos mais sustentáveis para nossos(as) clientes, além de abordar as formas de monitoramento, mecanismos de queixas, treinamentos e divulgação.

A construção dessa Política levou em conta as melhores práticas de mercado em fornecimento responsável e busca um alinhamento com os entendimentos da *Accountability Framework Initiative (AFI)*, iniciativa originada para alinhar e criar um entendimento global comum sobre as melhores políticas éticas para cadeias de fornecimento.



Leia mais em Política de Direitos Humanos na Cadeia de Valor

HOMOLOGAÇÃO

|GRI 3-3| TEMAS MATERIAIS: GESTÃO SUSTENTÁVEL DE FORNECEDORES(AS), DIREITOS HUMANOS

Para garantir a aderência às diretrizes do GPA, antes do início da relação comercial, nossos(as) potenciais fornecedores(as) e prestadores(as) de serviços passam por um processo de homologação que considera a análise da Lista Suja de Trabalho Escravo (lista oficial brasileira, divulgada pelo Ministério da Economia e Secretaria de Inspeção do Trabalho) e de embargos do Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA). A presença nessas bases de dados significa a reprovação automática, não sendo permitido o fornecimento ou prestação de serviço ao GPA. Além disso, todo(a) fornecedor(a) compromete-se a entregar apenas produtos ou serviços em conformidade com a Carta de Ética para Fornecedores(as), as Políticas e as normas internas do Grupo, assim como com as leis e os regulamentos locais aplicados ao exercício de sua atividade e as regras internacionais, quando cabível.

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

Initiative for Compliance and Sustainability (ICS)

Demos continuidade em 2022 à realização de auditorias sociais de condições de trabalho em nossos(as) fornecedores(as) de Marcas Próprias e internacionais de países críticos, segundo protocolo do *Initiative for Compliance and Sustainability (ICS)*, ao 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.

Para cada auditoria ICS é elaborado um relatório pelo(a) auditor(a) com os pontos obtidos pelo(a) fornecedor(a) na avaliação. Essa pontuação determina se o(a) potencial fornecedor(a) está apto(a) a estabelecer a relação comercial com o Grupo, sendo estabelecida do maior para menor desempenho a partir dos seguintes aspectos.

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

Foram realizadas 233 auditorias nos(as) fornecedores(as) de Marcas Próprias nacionais, sendo 38 auditorias de homologação e 195 de manutenção. Encerramos o ano com 99,6% dos(as) fornecedores(as) de Marcas Próprias com auditorias ICS válidas. Nesse mesmo período 74 fornecedores(as) apresentaram não conformidades críticas, com os(as) quais atuamos no acompanhamento da implementação de plano de ação.

Fluxo da auditoria ICS

1. Análise de documentação do(a) fornecedor(a);
2. Cadastro do(a) fornecedor(a) na ICS e verificação de auditorias anteriores;
3. Auditoria realizada de forma semi-anunciada, dentro de uma janela de auditoria predeterminada;
4. Análise de resultados pelo GPA e indicação de plano de ação, caso necessário;
5. Liberação dos resultados de auditoria, plano de ação e permissão ou não do fornecimento.

Em fornecedores(as) internacionais ocorreram 16 auditorias no período, fechando o indicador em 100% de auditorias válidas, alcançando os 100% estabelecidos como compromisso. Dessas auditorias, seis fornecedores(as) tiveram a instalação de plano de ação e precisaram de acompanhamento das correções de não conformidades.

No Grupo Êxito estabelecemos um novo modelo de auditorias integrais para fornecedores(as) de Marca Própria, com verificação de critérios sociais, ambientais, de qualidade e segurança. E foi mantida a meta de realizar 90% de auditorias sociais para esses(as) fornecedores(as). Dessa forma, o Grupo Êxito finalizou o período com 210 auditorias realizadas em fornecedores(as) de alimentos, não alimentos e eletroeletrônicos, diante das 150 previstas inicialmente.

Certificação ABVTEX

Desde 2011, todos os nossos produtos de vestuário, calçados, acessórios e têxtil são comprados apenas de fornecedores(as) certificados(as) pela Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX). Em 2022, mesmo com a saída de hipermercados e consequente mudança do foco do negócio, permanecemos com alguns itens certificados, como chinelos e toalhas, e auditamos 100% de nossos produtos.

Compromissos públicos

AVANÇO EM 2022



100% das fábricas internacionais localizadas em países de risco auditadas na metodologia ICS

100%



100% das fábricas de Marcas Próprias auditadas na metodologia ICS

99,6%



100% das fábricas têxteis brasileiras auditadas pela ABVTEX

100%



Gôndola de verduras e legumes

Piloto no campo

Em 2022, revisitamos os critérios de avaliação e aprovação de fornecedores(as) de Frutas, Legumes e Verduras (FLV) e realizamos um projeto-piloto de auditoria no campo.



A fim de expandir a área de expertise e atender às reivindicações dos membros, a ICS desenvolveu sua própria abordagem de auditoria social de Produção Primária, que é voltada a todas as instalações de produção primária, como fazendas, campos ou plantas responsáveis pelo processamento de bens primários, incluindo o setor alimentício ou têxtil (ex.: de algodão, borracha, etc.). Esse questionário foi elaborado a partir da reconhecida abordagem de auditoria social da ICS que vem sendo adaptada ao contexto específico de plantas, fazendas e campos da agricultura. Além disso, já foi conduzido preliminarmente em fazendas no Brasil, com a intensa e valiosa colaboração da equipe do GPA e fornecedores(as) parceiros(as). As primeiras auditorias foram realizadas em colaboração com empresas de auditoria homologadas pela ICS, sendo acompanhadas pelo GPA e pela equipe da ICS. A equipe da ICS agradece o apoio do GPA no desenvolvimento dessa abordagem complementar”.

Carole Hommey, Gerente Geral da ICS

Apoio a pequenos(as) produtores(as)

Estimulamos e incentivamos a atividade econômica de pequenos(as) produtores(as), apoiando dessa forma o desenvolvimento da cadeia de produção alimentar sustentável. Com isso, oferecemos aos (às) clientes opções saudáveis de alimentação, em um processo que valoriza a produção e o consumo feitos de forma consciente.

CARAS DO BRASIL

Programa exclusivo da rede Pão de Açúcar, criado em 1999, tem foco em pequenos(as) fornecedores(as) e destaca os sabores e saberes brasileiros de produtos típicos de cada região do Brasil. Além de ampliar o acesso de pequenos(as) produtores(as) ao grande varejo, o Caras do Brasil promove o reconhecimento e a valorização deles(as) e de seus produtos, fortalecendo a regionalização e a cultura, a partir da venda de alimentos em gôndolas específicas em nossas lojas, com comunicação visual exclusiva e condições comerciais diferenciadas.

Os produtos são vendidos em mais de 50 lojas (11 adicionadas em 2022) nos Estados do Rio de Janeiro, São Paulo, Ceará, Mato Grosso do Sul e Distrito Federal, assim como no e-commerce do Pão de Açúcar. Em 2022, revisamos o sortimento do portfólio, excluindo produtos de baixo giro e alta quebra, e incluímos novos itens, como o Cumaru (baunilha brasileira da Amazônia), Tucupi amarelo em garrafa de 300 ml e Chocolate De Mendes (ambos do Pará). Ao final do ano oferecíamos 66 produtos de 15 fornecedores(as).

O respeito pela sazonalidade e capacidade produtiva dos(as) fornecedores(as), além de suas marcas e propostas de valor, é ponto central desse programa que já apoiou mais de 100 pequenos negócios desde que foi criado, há mais de 20 anos.



O programa Caras do Brasil nos proporcionou acesso justo ao varejo nos grandes centros do Brasil, dando valorização para o produto artesanal, local, para as nossas frutas e para os(as) nossos(as) agricultores(as) familiares. Vender nosso produto no Pão de Açúcar é a forma mais eficiente de chegar ao(à) consumidor(a) final, que consegue encontrar um alimento justo e sustentável, e também fortalece a cadeia produtiva, gerando emprego, renda e fixação das famílias no campo.”

Fernanda Regina Oliveira da Câmara e Gustavo Furtado da Câmara, proprietários da Sabores da Vivenda – Fornecedor Caras do Brasil



Gôndola do Programa Caras do Brasil em loja Pão de Açúcar



HORTA SOCIAL URBANA

Desde 2018, apoiamos a ONG ARCAH – Associação de Resgate à Cidadania por Amor à Humanidade, que transforma espaços vazios da cidade de São Paulo, especialmente terrenos baldios, em locais com produção de hortas orgânicas, a partir da promoção do desenvolvimento social de pessoas em situação de rua. O projeto conta com sete unidades instaladas na cidade de São Paulo e atendimentos que já ultrapassaram mais de 3 mil pessoas.

A seleção dos(as) participantes é realizada em centros de acolhimento e, durante as 15 semanas do curso de capacitação, os(as) alunos(as) recebem auxílio-transporte, alimentação, uniforme, atendimentos terapêuticos e psicológicos, além de formação em agroecologia. Posteriormente, há a possibilidade de trabalho remunerado para essas pessoas que passam a cultivar, colher e vender hortaliças, legumes e temperos para lojas do Pão de Açúcar que apoiam o programa. Em 2022, ampliamos a venda desses produtos para sete lojas, que venderam mais de 23 mil hortaliças, aumento de 109% em comparação a 2021, quando foram comercializadas 11 mil unidades.



Produtos da Horta Social Urbana

23 MIL
 HORTALIÇAS VENDIDAS,
 AUMENTO DE 109% EM
 COMPARAÇÃO A 2021, QUANDO
 FORAM COMERCIALIZADAS
 11 MIL UNIDADES.

AMIGOS DO BEM

Em 2022, demos continuidade à parceria com a ONG Amigos do Bem, que promove a transformação de milhares de vidas por meio de projetos contínuos de educação, geração de renda e acesso a água, moradia e saúde no sertão nordestino. Vendemos alguns produtos da organização em nossas lojas (castanhas e sacolas), além de uma parceria com nossa Marca Própria (Qualitá), em um *cobranding*.



Ovos de Páscoa Qualitá

NEGÓCIOS INCLUSIVOS NO ÊXITO

O Grupo Êxito, na Colômbia, mantém seu foco de favorecer a compra de produtos locais de forma direta como parte do desafio estratégico de promover práticas sustentáveis e programas que contribuam para o crescimento do país. Isso permite um melhor nível de serviço, evitando intermediários.

O Grupo atua especialmente nos municípios mais afetados pela pobreza e violência, em parceria com o governo nacional e organizações da sociedade civil que promovem novos modelos de negócios inclusivos.

Dessa forma, 90% das frutas e hortaliças vendidas no ano foram naturais da Colômbia, sendo 86% provenientes de compras diretas com mais de 900 produtores(as) locais. Para eles(as), é oferecido um programa de assistência técnica, melhorias de produtividade, gestão de entregas e outros apoios, juntamente com o compromisso de comprar seus produtos ao melhor preço possível, o que ajuda a impulsionar o desenvolvimento social e econômico local.

Além disso, com o propósito de buscar uma metodologia capaz de contribuir com o desenvolvimento de pequenos(as) fornecedores(as), o Grupo Êxito passou a apoiar a Eafit Social, um centro de inovação que contribui para o desenvolvimento social por meio da articulação e fortalecimento da relação universidade-território-comunidade, concebendo, implementando e avaliando projetos e programas geradores de confiança e esperança, enquadrados na equidade, inclusão, pluralidade, diversidade e desenvolvimento sustentável. No primeiro momento, 201 fornecedores(as) foram impactados(as) em sessões de sensibilização sobre temas relevantes da atualidade, com diferentes entidades estratégicas.

Garantia da qualidade e relacionamento com a cadeia de valor

|GRI 3-3| TEMA MATERIAL: GESTÃO SUSTENTÁVEL DE FORNECEDORES(AS), RELACIONAMENTO COM CLIENTES

Buscando sempre garantir a qualidade, a segurança e saudabilidade na oferta de produtos aos(as) nossos(as) clientes, atuamos diariamente na valorização e busca pelas melhores práticas de controle de qualidade de nossos(as) fornecedores(as). Para isso, mantemos uma série de programas que monitoram, apoiam o desenvolvimento e asseguram o avanço nesses aspectos, seja para todos(as) os(as) fornecedores(as) de hortifrutigranjeiros(as), com o programa Qualidade Desde a Origem (QDO), seja específico para aqueles(as) que fornecem para nossas Marcas Próprias, por meio do Programa Evolutivo da Qualidade (PEQ).

A partir de 2023, o olhar desses dois programas será unificado sob o nome e a plataforma de Qualidade Desde a Origem (QDO), mantendo todas as métricas específicas de cada um, atendendo a todas as demandas de garantia de qualidade, rastreabilidade, monitoramento de desenvolvimento de produtos, além de informações socioambientais, como ciclos de auditorias, garantindo assim uma gestão unificada para todas as áreas internas do GPA envolvidas nesse processo. Em 2022, algumas ações ainda foram realizadas nesses dois programas separadamente, conforme descrito a seguir:

PROGRAMA EVOLUTIVO DE QUALIDADE (PEQ) – MARCAS PRÓPRIAS

Para nossos(as) fornecedores(as) de Marcas Próprias mantemos o Programa Evolutivo de Qualidade (PEQ), criado em 2013 para assegurar o compromisso dos(as) fornecedores(as) com a qualidade e a segurança de nossos produtos e, assim, fortalecer a relação de confiança dos(as) consumidores(as) com nossas Marcas Próprias, por meio de auditorias.

Em 2022, foram incluídas duas métricas para avaliação dos(as) fornecedores(as) – Sustentabilidade e Oportunidades em Projetos – que se somam a Ciclo de Auditorias, Desenvolvimento de Produtos e Embalagens e Gestão da Qualidade de Produto. A primeira prevê pontuar com bônus os(as) fornecedores(as) que atenderem às políticas e/ou aos compromissos socioambientais, como óleo de palma, Programa Novo de Novo etc. A segunda concede bônus aos(as) fornecedores(as) que participarem de algum projeto especial relacionado aos temas de inovação ou sustentabilidade.

Também foram adicionadas penalidades relacionadas às auditorias e/ou aos certificados de qualidade quando sua renovação ocorrer fora do prazo. No ano foram realizadas 116 pré-auditorias, 31 auditorias de homologação e 197 de manutenção.

Trimestralmente, divulgamos o painel de desempenho dos(as) fornecedores(as), sistema que apresenta a pontuação obtida e garante transparência, incentivando as melhores práticas e a constante evolução do processo produtivo, além de servir de insumo para as relações comerciais. Desde o início do monitoramento, em dezembro de 2019, até o encerramento de 2022, a pontuação média obtida registrou crescimento de 190%, o que mostra a evolução dos(as) fornecedores(as) em relação aos requisitos de qualidade e segurança dos produtos definidos no Programa. **|GRI 416-1|**

Produção de bananas

QUALIDADE DESDE A ORIGEM (QDO)

Pioneiro no varejo brasileiro em rastreabilidade e desenvolvimento da cadeia produtiva, criado em 2008, o programa tem como objetivo garantir e incentivar as boas práticas, promover o mais alto padrão de qualidade, desenvolver a cadeia produtiva e sua rastreabilidade e atender aos requisitos legais de qualidade e segurança de alimentos.

Os processos são garantidos por meio de inspeções de qualidade nas centrais de distribuição, em auditorias em fornecedores(as) diretos(as) e produtores(as) – campos e fazendas –, coletas e análises laboratoriais, mapeamento de dados e notas fiscais para rastreamento e identificação de origem.

Desde 2019, o QDO conta com uma plataforma de monitoramento na qual os(as) fornecedores(as) compartilham informações técnicas e dados de rastreabilidade e podem ter acesso ao seu desempenho em auditorias, índices de inspeções e resultados de análises. Todos esses dados também auxiliam a equipe de compras a selecionar os(as) melhores fornecedores(as) e produtos aos(às) nossos(as) clientes. Atualmente, são três painéis de informação:

QDO – Painel *Ranking* de Fornecedores(as)

– Informações consolidadas do *ranking* de fornecedores(as) de FLV (Frutas, Legumes e Verduras), considerando suas notas quanto à auditoria social, auditoria de qualidade, análise de resíduos, rastreabilidade e nível de serviço, possibilitando ao time comercial escolher sempre fornecedores(as) pela melhor nota final.

QDO – Painel Fornecedores(as) e Origens FLV –

Permite a rastreabilidade da origem de FLV e ovos por meio de monitoramento e auditoria, que prevê coleta amostral de produtos para identificar em laboratório resíduos de pesticidas, tanto em itens de produção convencional, quanto em orgânicos. Também são auditadas boas práticas de manipulação e armazenagem, além de higiene, combate às pragas e outros contaminantes. Foram realizadas 419 análises de resíduos para produtos de Marcas Regulares e Marcas Próprias em 2022.

QDO Bovinos: Painel de Fornecedores(as) de Carne Bovina

– O painel foi instituído em dezembro de 2022, identificando cada fornecedor(a) de carne bovina e suas avaliações em rastreabilidade (informação de origem da carne, ou seja, as fazendas diretas), geomonitoramento (as avaliações das fazendas de origem conforme critérios da Política Socioambiental de Compras de Carne Bovina) e Inspeção de Qualidade. Essa ferramenta tem o objetivo de fornecer ao time comercial informações para serem consideradas na negociação.



A Brasnica, que está há mais de 55 anos produzindo frutas, principalmente bananas, tem orgulho de ser parceira do GPA com a banana orgânica. Uma parceria que ajudou a nos tornarmos a maior produtora de banana orgânica do Brasil! Temos a consciência de que podemos produzir com sustentabilidade e responsabilidade, colaborando com o meio ambiente e melhorando a qualidade de vida das pessoas. Garantimos um produto certificado por órgãos exigentes onde passamos por auditorias periódicas. É a Brasnica e o GPA levando para os(as) clientes sempre o melhor para suas vidas!

Jun Yamada,

Diretor do grupo Brasnica, empresa integrante do Programa Qualidade desde a Origem (QDO)



Seção de hortifrúti no Pão de Açúcar



Gôndola de frutas em loja do Éxito

Boas práticas agrícolas no Éxito

Para uma parte dos(as) fornecedores(as) na Colômbia, existe o programa de certificação Global GAP (*Good Agricultural Practices*, ou Boas Práticas Agrícolas), que é um padrão internacionalmente reconhecido para produção de alimentos. Inclui aspectos de meio ambiente (biodiversidade), além de segurança alimentar e rastreabilidade, saúde, segurança e bem-estar dos(as) trabalhadores(as), bem-estar animal, manejo integrado de cultivos, controle integrado de pragas, Sistema de Gestão da Qualidade (SGQ) e Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle (APPCC).

SEGURANÇA ALIMENTAR E CULTURA DE QUALIDADE

Com o objetivo de garantir a conformidade com a legislação relativa à rotulagem de produtos, bem como a prestação de informações aos(as) consumidores(as) sobre os benefícios e riscos decorrentes da utilização dos nossos produtos, mantemos rigorosos procedimentos internos que regem o desenvolvimento dos produtos de Marca Própria, como: Procedimento de Gestão de Monitoramento de Produtos Marcas Próprias; Desenvolvimento de Produtos e Embalagens de Alimentos e Bebidas; Gestão do Processo de Não Conformidade de Produtos, entre outros. **GRI 417-1**

Em 2022, buscando assegurar esse objetivo de preservar a saúde dos(as) clientes, reduzir as quebras/perdas e melhorar processos internos, área de Gestão de Riscos, com apoio das áreas de Segurança Alimentar e Prevenção de Perdas, deu início ao projeto padrão operacional perecíveis: segurança alimentar e qualidade, atuando nas frentes de processos, produtos e pessoas.

Esse trabalho resultou na elaboração de 102 planos de ação para a mitigação dos riscos de contaminações e possíveis impactos reputacionais negativos para a Companhia. Desse total 79 foram concluídos e 16 estão em andamento, devendo ser concluídos no início de 2023. A previsão é que ocorram novos desenvolvimentos e possíveis auditorias para garantir a execução e manutenção das ações de prevenção.

Colaborador da seção de hortifrúti do Mercado Extra



Oferta de produtos mais sustentáveis

|GRI 3-3| TEMA MATERIAL: OFERTA PARA O CONSUMO CONSCIENTE

A oferta de produtos mais sustentáveis é parte da nossa estratégia de negócios, alinhada à filosofia de fomentar um estilo de vida mais benéfico para nossos(as) clientes, colaboradores(as) e fornecedores(as) e que esteja alinhado com a sustentabilidade. Para isso, a cada ano, aprimoramos e criamos projetos que atendam a esses parâmetros, como a diminuição de desperdício e uso de embalagens, assim como a ampliação do portfólio de alimentos que atendam a novas tendências e demandas dos(as) consumidores(as).

NOSSA MARCA PRÓPRIA, TAEQ

Com Taeq, somos pioneiros em alimentação saudável entre as Marcas Próprias do mercado, com a oferta de mais de 540 produtos entre frutas, legumes e verduras (FLV) e industrializados. Um produto Taeq deve ser elaborado a partir da combinação de ciência com a visão do(a) consumidor(a). Ou seja, ter respaldo de publicações científicas e farmacopédias e, ao mesmo tempo, identificar ingredientes que podem ou não compor o produto. A tendência é cada vez mais ser *clean label*: quanto menos ingrediente tiver um produto, ele é melhor e mais positivo na visão do(a) consumidor(a).

Para fazer parte da marca Taeq, os produtos devem atender ao guia nutricional ou à lista de ingredientes permitidos, serem livres de Organismo Geneticamente Modificado (GMO, do inglês *Genetically Modified Organism*), e se

enquadrar em, pelo menos, uma das classificações (*policies*) a seguir:

- ▶ Naturalmente saudável /minimamente processado;
- ▶ Orgânico;
- ▶ Integral;
- ▶ *Free from* (livre de açúcar, lactose e/ou glúten);
- ▶ Vegano;
- ▶ Funcional;
- ▶ Melhoria nutricional (balanceamento nutricional e limites mais restritos para açúcar, sódio e gorduras saturadas).

Para os próximos anos, seguiremos aprimorando os critérios de saudabilidade dos produtos da marca, a partir de uma série de ações:

- ▶ Revisão e implementação do novo guia de Taeq (clique [aqui](#) para acessar) com requisitos de formulação para a saudabilidade dos produtos;
- ▶ Análise do portfólio para adequação ao novo guia;
- ▶ Revisão do fluxo de desenvolvimento de novos produtos para avaliação dos ingredientes no início do desenvolvimento;
- ▶ Investimentos na capacitação do time técnico sobre alergênicos e tecnologias de processamento.

E para estimular ainda mais o consumo dos produtos Taeq, lançamos, em 2022, o projeto das *vending machines*, máquinas automáticas de comercialização dos itens saudáveis da marca (*saiba mais na página 18*).

Mais orgânicos

Definimos como meta aumentar em 50% o sortimento de produtos orgânicos da marca Taeq no Brasil, para chegar até 2030 com mais 150 produtos. Em 2022, lançamos molhos de tomate orgânicos, vinagres orgânicos e mais itens na categoria FLV (frutas, legumes e verduras), totalizando 159 produtos com a Marca Taeq.

Durante o desenvolvimento de novos produtos, verificamos a certificação e, além disso, monitoramos periodicamente os itens em linha para verificar o atendimento a legislações sobre defensivos agrícolas. Quando são encontradas não conformidades, o(a) fornecedor(a) é notificado(a) para que a causa-raiz seja identificada, adotando a seguir um plano de ação.

Ações comerciais para produtos orgânicos

Além da nossa Marca Própria, também temos outras iniciativas para ampliar a presença de orgânicos nas cestas de compras dos(as) consumidores(as):

Venda com desconto - Para incentivar a venda dos produtos orgânicos, continuamos a oferecer em 2022 desconto de 20% na categoria, todas às quartas e quintas-feiras, nas lojas da bandeira Pão de Açúcar.

Festivais de Orgânico FLV - Todas as lojas do Pão de Açúcar participam das campanhas promocionais e de incentivo de venda de frutas, legumes e verduras orgânicos, que ocorrem de duas a três vezes no ano, por um período de 15 dias.

Seção Mais Equilíbrio no Pão de Açúcar



Campanha interna de incentivo à venda

de orgânicos – Para estimular as vendas e o engajamento das lojas, realizamos campanhas de incentivo de vendas, em parceria com o time de Recursos Humanos, em que os(as) colaboradores(as) das lojas com melhor desempenho recebem valores no cartão de crédito *Multicash*, um cartão pré-pago para uso exclusivo nas bandeiras GPA.

Webinar para fornecedores(as) de orgânicos

– Para aproximar o(a) fornecedor(a) de orgânicos do GPA e fomentar o crescimento da categoria, realizamos em 2022 um *webinar* destinado a esse público, com participação de colaboradores(as) e representantes da sociedade civil. Foram apresentados dados de mercado sobre histórico de consumo de orgânicos; aspectos de qualidade relacionados a esses produtos e desenvolvimento comercial, tudo para fomentar e engajar ainda mais os(as) fornecedores(as) dessa categoria.

PARCERIAS QUE AGREGAM

Temos algumas iniciativas em nossas lojas e em parceria com outros(as) fornecedores(as) para oferecer aos(as) nossos(as) clientes produtos mais saudáveis e sustentáveis, tais como:

Plataforma Saudáveis – Tem como objetivo incentivar o equilíbrio da alimentação dos(as) nossos(as) consumidores(as), dar opções para quem busca melhores escolhas e auxiliar quem possui alguma restrição alimentar. Em fase inicial, a plataforma conta com ações para dar maior visibilidade a esses produtos, incluindo orgânicos, integrais, produtos livres de lactose, açúcares ou glúten, produtos veganos, entre outros. A proposta é mostrar o cuidado com a curadoria dos itens, por meio de aplicação do

planograma e definição de sortimento, facilitar a compra com uma comunicação objetiva e instrutiva, entre outras ações que visam dar mais protagonismo para esse grupo de produtos em nossas lojas.

Venda de produtos *Plant-based*

– As cestas de compras de nossos(as) clientes cada vez mais incluem os chamados produtos *plant-based* (exclusivamente baseados em planta, ou seja, sem origem animal), ricos em sabor, fáceis e práticos para o consumo. Fomos pioneiros em oferecer essa opção, o que ocorreu em maio de 2019. Uma pesquisa coordenada pelo *The Good Food Institute* (GFI) e realizada pelo Ibope, constatou o fato de 65% dos(as) brasileiros(as) escolherem alimentos à base de plantas pelo menos uma vez na semana, enquanto em 2020 esse percentual era de 59%. As vendas dessa categoria aumentaram mais de 15% entre 2021 e 2022. Temos inovado e ampliado esse portfólio de produtos para atender a diferentes tipos de clientes: veganos(as), vegetarianos(as) e flexitarianos(as) – ou até mesmo entre aqueles(as) que mantêm o consumo de carne e derivados, mas buscam diversificar suas opções.

Hortas hidropônicas – Saladas frescas, colhidas diretamente do pé de hortas hidropônicas mantidas dentro de 14 lojas do Pão de Açúcar em São Paulo, são um diferencial que oferecemos a partir de uma parceria com a Horta Vertical Urbana. Em 2022, registramos aumento de 14,4% nas vendas de produtos dessa iniciativa em comparação ao ano anterior. O projeto agrega uma maneira diferente de comprar verduras e diminui o uso de embalagens, pois, após a escolha do produto, ele é embalado em papel.

Horta hidropônica



CERTIFICAÇÕES

Buscamos para os produtos que comercializamos certificações na cadeia produtiva que atestem o cumprimento de requisitos de boas práticas e/ou que seu manejo ou produção ocorreu de forma responsável, visando reduzir impactos negativos ao meio ambiente.

Nosso portfólio de produtos de Marcas Próprias conta com itens que possuem certificações de bem-estar animal (*Certified Humane*), como os ovos de galinhas livres de gaiolas; certificação *Aquaculture Stewardship Council* (ASC) e *Marine Stewardship Council* (MSC) que estabelecem protocolos de sustentabilidade para pescados de água doce e salgada (tilápia Taeq e bacalhau Qualidade); Selo de Pureza 100% Búfalo, da Associação Brasileira de Criadores de Búfalo (ABCB) para produtos de búfala em Marcas Próprias; e selo *Dolphin Safe* para atum enlatado de Marcas Próprias. E para produtos que contêm celulose, temos o certificado de manejo florestal sustentável, do *Forest Stewardship Council* (FSC), também em Marcas Próprias.

Em 2022, o Leite Zero Lactose Taeq recebeu as certificações *Bonsucro* e passou a usar o selo de pegada *Carbon Trust* nas embalagens, por serem produzidas com polietileno produzido a partir da cana-de-açúcar e menor pegada de carbono quando comparada à embalagem anterior.

VIDA SANA

As marcas Éxito, Carulla, Surtimax, SuperInter e Surtimayorista mantêm o posicionamento estratégico vinculado ao cuidado com o planeta e ao amor-próprio. 2.191 produtos foram validados por uma equipe de nutricionistas sob os padrões da FSA (*Food Standards Agency*).

E, como parte do compromisso com a saúde dos(as) consumidores(as), a Taeq decidiu reformular produtos de seu portfólio com a redução de algumas substâncias indicadas em suas embalagens (ricos em açúcar, sódio ou gorduras saturadas) e eliminar mais de 30 ingredientes dos produtos.

Feria Vida Sana – Para unir todas as ações de incentivo a uma vida mais saudável, o Grupo Éxito promove anualmente a *Feria Vida Sana*. Em 2022, após dois anos de evento virtual, o encontro foi realizado no centro de eventos de maior movimento do país, no shopping Unicentro, em Bogotá, entre os dias 31 de março e 3 de abril. A programação englobou os três eixos de vida saudável do Grupo, que são atividades físicas, alimentação e questões emocionais.





Na Loja,
no Site
e no App



Pão e Açúcar
.com

> é só pedir <

veículo
100%
elétrico



Pão e Açúcar
.com

> é só pedir <

06

Combate às mudanças climáticas

- ▶ Controle e redução de emissões
- ▶ Emissões na logística
- ▶ Menos impacto em resíduos

Veículo elétrico de entrega do GPA



TEMAS MATERIAIS

EIXOS ESTRATÉGICOS

ODS

|GRI 3-3| TEMA MATERIAL: MUDANÇAS CLIMÁTICAS

Buscamos minimizar continuamente os impactos ambientais de nossas operações, adotando as melhores práticas e inovações para aprimorar o nosso desempenho em aspectos críticos para o negócio. Nossa estratégia de sustentabilidade prevê um empenho contínuo em favor de uma economia de baixo carbono, com o objetivo de combater as mudanças climáticas, o que passa por iniciativas para reduzir emissões atmosféricas, ampliar a eficiência energética e a compra de energia de fontes renováveis e limpas. Também estamos atentos(as) à proteção dos ecossistemas e em nos manter em conformidade com as normas e as políticas vigentes.

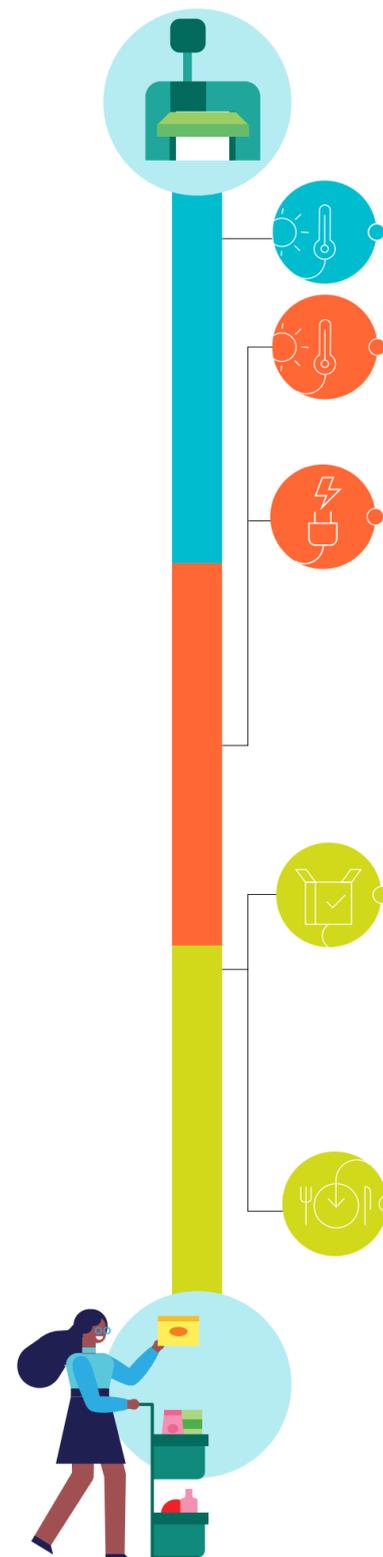
Nossa Política de Gestão Ambiental, elaborada em 2014 e revisada em 2021, nos orienta em relação aos princípios e compromissos que assumimos, com base nos Objetivos do Milênio das Nações Unidas, na Política Ambiental do Grupo Casino, controlador do GPA, e nas Diretrizes de Sustentabilidade da Companhia. Para reforçar esses compromissos, desde 2021, a remuneração variável de todos os cargos elegíveis passou a ter indicadores de emissões de carbono como parte da composição de metas do Grupo.

A transparência em relação à evolução de nossos projetos para redução de gases refrigerantes, a busca por fontes energéticas limpas e a minimização de descarte de resíduos em aterros resultaram na nota “A-” no ranking do CDP Climate (Carbon Disclosure Program), considerada uma das principais iniciativas de mensuração da conscientização, gestão de riscos e boas práticas de enfrentamento às mudanças climáticas. Essa avaliação nos posiciona como a varejista mais bem colocada no segmento alimentar na América do Sul.

O Grupo Éxito reduziu sua pegada de carbono (Escopo 1 e 2) em 41,25% em relação a 2015 (cálculo atualizado utilizando o AR6 do IPCC), superando a meta para o ano. As novas lojas usam gases refrigerantes naturais; 43 delas e um dos centros de distribuição foram convertidos para utilizar esses gases. Assim, reduziu-se o uso de gases refrigerantes tradicionais em 10% no ano passado. A marca Carulla Fresh Market, composta por 30 lojas, recebeu novamente a Certificação Carbono Neutro do Icontec (Instituto Colombiano de Normas Técnicas e Certificação), e a marca Viva Malls, composta por 14 shoppings, foi certificada como carbono neutro.



Refrigeradores em loja do Pão de Açúcar



Emissões de Gases de Efeito Estufa GPA Brasil

GASES DE EFEITO ESTUFA (GEE)

Escopo 1 e Escopo 2

- **41,3%** de redução das emissões (base 2015)

2025: 50% de redução (Escopos 1 e 2) das emissões GEE (base 2015)

CONSUMO DE ENERGIA ELÉTRICA

Escopo 2

97% do consumo de energia de média-tensão proveniente do Mercado Livre

2024: 100% do consumo de energia de média tensão proveniente de fontes renováveis

EMBALAGENS

Escopo 3

31% das embalagens em linha com o compromisso

2030: 100% das embalagens de Marcas Próprias recicláveis, reutilizáveis e/ou biodegradáveis

DOAÇÕES DE FRUTAS, LEGUMES E VERDURAS

Escopo 3

Sem condições estéticas para venda, mas aptos para consumo

95% das lojas participantes e mais de **2,1 mil** toneladas doadas

2023: 100% das lojas no Programa Parceria Contra o Desperdício

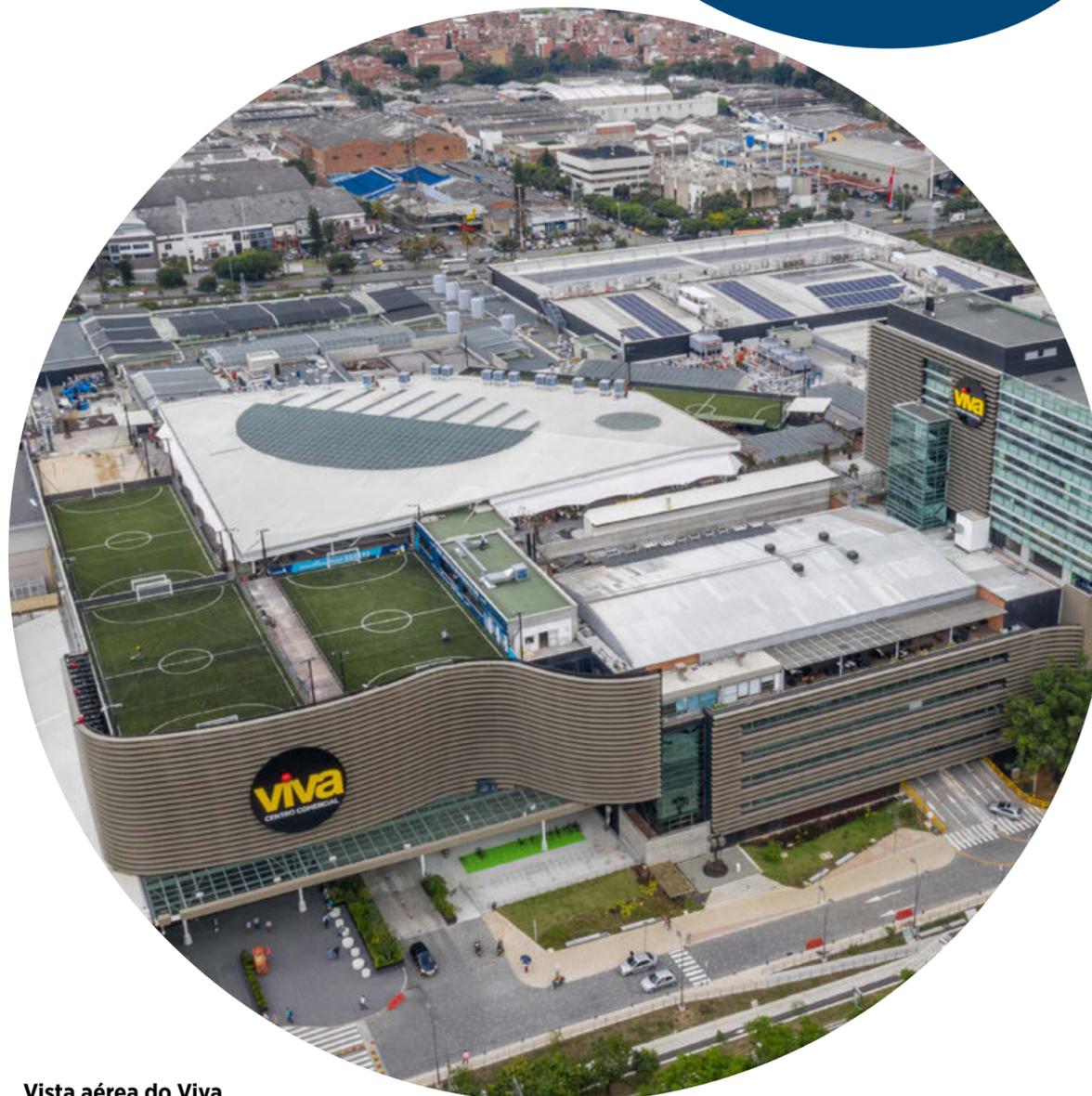


Rede Viva é Carbono Neutro

A rede Viva, do Grupo Éxito, consolidou-se em 2022 como a maior marca de *shopping centers* da Colômbia a obter a certificação “Carbono Neutro” do Icontec (Instituto Colombiano de Normas Técnicas e Certificação) – em 14 de seus *shopping centers* – pelo compromisso com a redução das emissões de gases de efeito estufa e pelo desenvolvimento de uma estratégia de mitigação e compensação.

Diversas soluções foram adotadas para alcançar esse resultado, como a implementação de energias renováveis e estratégias para aumentar a eficiência energética e melhorar a pegada de carbono dos edifícios. São mais de 15 mil painéis solares abastecendo cerca de 21% do consumo de energia das áreas comuns de vários de seus centros comerciais e deixando de emitir cerca de 977 toneladas de CO₂ por ano. Em dois empreendimentos, há consumo de energia verde com certificação I-REC que garante sua origem em fontes renováveis e, em outro deles, foi implementado um piloto de geração de energia eólica, que hoje alimenta duas áreas de *coworking*.

Da mesma forma, a Viva continua a implementar ações que contribuem para o seu compromisso sustentável no desenvolvimento de projetos e na construção de seus empreendimentos, como a certificação LEED de alguns de seus *shopping centers*, a concepção de projetos abertos que permitem a entrada de ar natural em 87% dos centros comerciais, o uso de iluminação LED, a eliminação de extintores à base de substâncias que danificam a camada de ozônio, o uso de materiais regionais e conteúdo reciclado nas construções dos edifícios, a coleta e a correta destinação de resíduos recicláveis, entre outras ações.



Vista aérea do Viva

15 MIL

PAINÉIS SOLARES ABASTECEM CERCA DE 21% DO CONSUMO DE ENERGIA, DAS ÁREAS COMUNS DE VÁRIOS CENTROS COMERCIAIS, DA REDE VIVA



Painéis solares no Carulla Fresh Market

Carulla renova certificação carbono neutro

O Grupo Éxito renovou nove lojas da marca Carulla no formato *fresh market* na Colômbia. Assim, garantiu a recertificação da marca como carbono neutro pelo Instituto Colombiano de Normas Técnicas e Certificação (Icontec), englobando todas as 30 lojas do formato.

A bandeira Carulla é o marco da estratégia de contenção das mudanças climáticas do Grupo, já que vem trabalhando na redução e mitigação de seu impacto ambiental, por compensação de emissão de carbono por meio do BanCO2, um sistema de serviços ecossistêmicos que une empresas, governos e comunidades em torno da conservação dos ecossistemas naturais colombianos.

Controle e redução de emissões

|GRI 3-3| TEMA MATERIAL: MUDANÇAS CLIMÁTICAS

Temos trabalhado para reduzir nossas emissões de gases de efeito estufa (GEE) nos escopos 1 (emissões diretas – gases refrigerantes) e 2 (emissões de compra de energia) e atuando com terceiros para minimizar as emissões indiretas (escopo 3).

Para os escopos 1 e 2 tínhamos como meta a redução de 38% até 2030 (sobre o ano-base 2015). Alcançamos essa meta, em 2022, conseguindo diminuir em 41,3% as emissões de GEE, evitando o lançamento de mais de 212 mil tCO₂e na atmosfera em relação a 2021 (sendo 35,8% referente ao fechamento do segmento de hipermercados). Sendo assim, nossa meta foi revisada, ampliando o compromisso para 50% da redução das emissões até 2025 para contribuir de forma mais abrangente para uma economia de baixo carbono (ano-base 2015).

GASES REFRIGERANTES MENOS POLUENTES

Seguimos com uma série de iniciativas para reduzir a emissão de gases refrigerantes com maior potencial poluente, enquadrados no escopo 1 de GEE. O destaque é para a modernização de máquinas, tubulações e equipamentos de refrigeração com gases de menor GWP (*Global Warming Potential*, ou Potencial de Aquecimento Global) em algumas lojas.

Em linha com esse projeto, o GPA investiu na modernização das máquinas e equipamentos em mais seis lojas e mais três unidades estão em fase de implantação. Esse projeto consiste na substituição de gases refrigerantes como HCFC e HFC por gases mais ecológicos (dióxido de carbono e gás propano), o que ajuda a minimizar o potencial de aquecimento global, emissões de gases de efeito estufa e impactos na camada de ozônio. Considerando que a maior contribuição para nossa pegada de carbono de escopo 1 e 2 são as emissões de gases refrigerantes (aproximadamente 73%), esse projeto tem um grande impacto em nossa estratégia de redução de emissões.

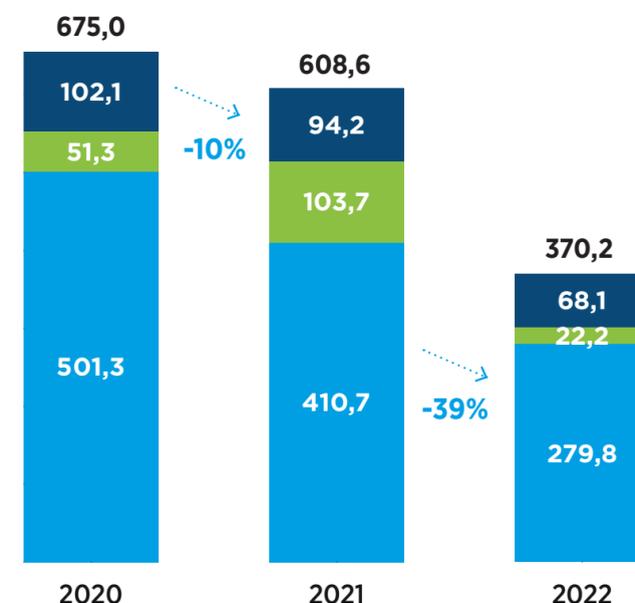
Essas substituições possibilitaram que evitássemos a emissão de mais de 122 mil tCO₂e, quando comparado ao mesmo período de 2021 (janeiro a outubro), já que conseguimos reduzir 31% das emissões fugitivas. Em 2022, mantivemos o modelo de contrato para a manutenção de refrigeração e ar-condicionado e realizamos reuniões mensais com nossos parceiros para garantir o acompanhamento das iniciativas de redução e prevenção dos vazamentos. Além disso, mantivemos as rotas diárias de inspeções das áreas técnicas em todas as lojas, agilizando o processo e permitindo a identificação de vazamentos em menos tempo.

41,3%
DE REDUÇÃO DAS EMISSÕES DE GEE, EVITANDO O LANÇAMENTO DE MAIS DE 212 MIL tCO₂e NA ATMOSFERA EM RELAÇÃO A 2021, NOS ESCOPOS 1 E 2

Emissões de GEE – GPA Brasil

(mil tCO₂e) |GRI 305-1, 305-2, 305-3|

● Escopo 1 ● Escopo 2 ● Escopo 3



Iniciativas para reduzir emissões escopo 1

- ▶ Substituímos em dez lojas os gases refrigerantes R22 e R404 por R-449A, um gás com GWP menor e, conseqüentemente, menos poluente, além da melhoria nos principais pontos de vazamento e eventual troca de equipamentos.
- ▶ Identificamos as Top 10 lojas com maiores índices de vazamentos nos sistemas de refrigeração e passamos a encaminhar relatórios mensais aos(as) gerentes de manutenção para acompanhar a evolução do consumo e evitar a repetição dos problemas.
- ▶ Mantivemos o compromisso de inauguração de novas lojas com manual de proibição do uso de gases com alto índices de GWP.
- ▶ Reforçamos com os nossos parceiros responsáveis pelas manutenções preventivas e corretivas o compromisso de redução dos vazamentos de gases refrigerantes.
- ▶ Implementamos o *retrofit* total do sistema de refrigeração (casas de máquinas, expositores) em nove lojas.

EFICIÊNCIA ENERGÉTICA

IGRI 3-3 | TEMA MATERIAL: ECOEFICIÊNCIA DAS OPERAÇÕES

Com o encerramento das atividades de hipermercado, tivemos um ajuste no número de lojas no mercado livre de energia, de 374 em 2021 para 375 em 2022. Sendo assim, atingimos no ano 97% do consumo de energia de média-tensão proveniente de fontes renováveis, em linha com o nosso compromisso de alcançar 100% desse consumo até 2024.

Como parte desse compromisso, em 2021, o Compre Bem firmou contrato de compra do certificado I-REC (*International Rec Standard*), um sistema global que possibilita às empresas a certificação do uso de energia renovável. Em 2022, os I-RECs emitidos

certificaram a quantidade de energia gerada por meio de biomassa e em 2023 teremos a continuidade da compra de certificação.

Em 2022, continuamos investindo em técnicas de edificações mais sustentáveis para novas lojas, como o projeto luminotécnico desenvolvido para redução de custo de implantação e manutenção, de potência e de desperdício (lâmpadas LED, dimensionamento das lâmpadas e potências adequadas), além de instalação de luminárias mais eficientes e redução de *spots*.

Seguimos com a autogeração de energia de usinas solares instaladas na cobertura de lojas. Uma unidade do Pão de Açúcar, em Sorocaba (SP), e uma loja do Minuto Pão de Açúcar, em Campinas (SP), contam com essa infraestrutura, com capacidade de geração de 120 MWh de energia anualmente.

Os *shoppings* do Grupo Óxito contam com mais de 15 mil painéis solares para gerar energia limpa. A marca Viva também possui alguns *shoppings* com certificação LEED, alguns com ventilação natural, além de um programa-piloto de energia eólica em uma unidade. O Grupo Óxito renovou a certificação de nove lojas Carulla, garantindo a recertificação de carbono neutro pelo Instituto Colombiano de Normas Técnicas e Certificação (Icontec).

Nosso consumo de energia no Brasil chegou a 465.087 MWh em 2022, comparativamente a 725.172 MWh em 2021, diferença de 36%. A intensidade energética foi de 591,5 kWh por metro quadrado de loja, ante 771,9 kWh no ano anterior.

97%
DO CONSUMO DE ENERGIA DE MÉDIA-TENSÃO PROVENIENTE DE FONTES RENOVÁVEIS

EFICIÊNCIA HÍDRICA

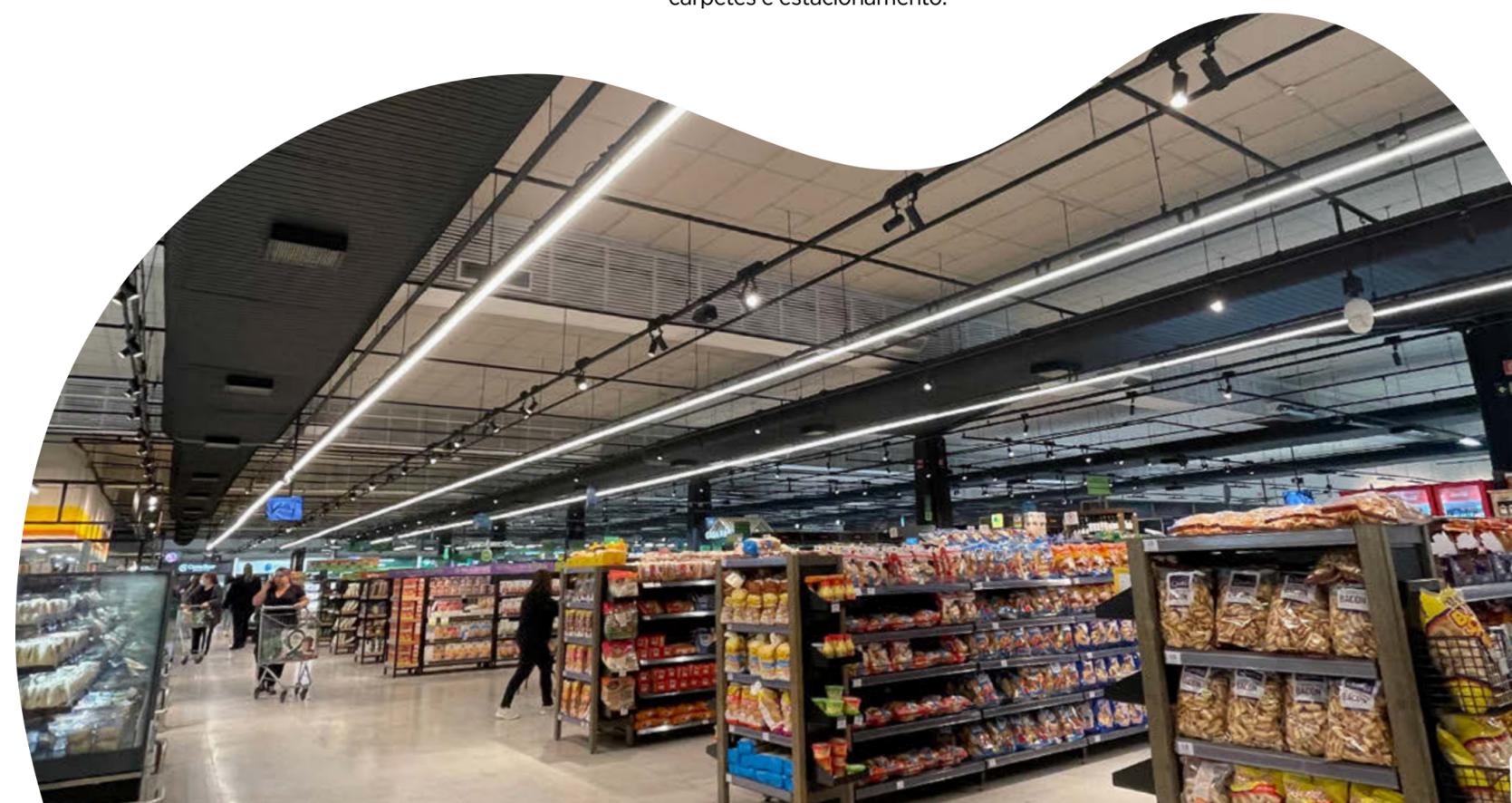
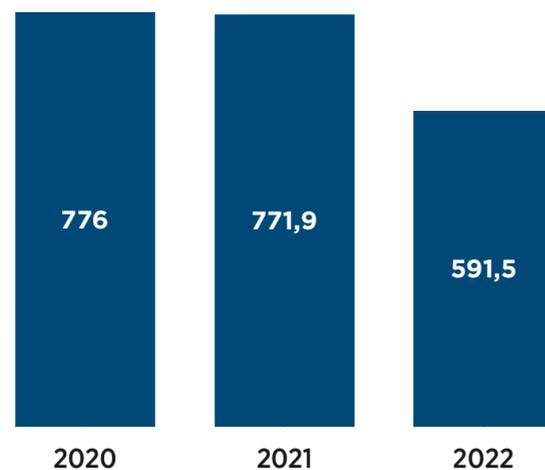
IGRI 3-3 | TEMA MATERIAL: ECOEFICIÊNCIA DAS OPERAÇÕES

Demos continuidade ao processo de aprimoramento da eficiência hídrica, em 89 unidades. Com a substituição de equipamentos, treinamentos e campanhas de sensibilização com colaboradores(as) e clientes, registramos em 2022 uma economia de 147 mil m³ no uso de água, considerando mesmas lojas em comparação a 2021.

Estamos ainda desenvolvendo um projeto-piloto para utilização das águas pluviais captadas no tanque de retardo para reaproveitamento e uso em vasos sanitários, rega de jardim, lavagem de estacionamento e doca em nossas lojas. Esse processo vem sendo realizado na sede da Companhia, com a utilização da água captada no tanque de retardo para limpeza de carpetes e estacionamento.

Intensidade do consumo de energia no Brasil

(kWh/m² de loja) |IGRI 302-3|



Emissões na logística

Como varejista alimentar, a distribuição de produtos para abastecer milhões de famílias é o principal foco do nosso negócio. Nossa operação logística investe constantemente em inovação e tecnologia para aprimorar o serviço de entrega das compras aos (às) clientes e o abastecimento de nossas unidades.

Desde 2020, refinamos o diagnóstico das emissões de toda a cadeia da nossa frota logística para adotar medidas que auxiliem a reduzir os impactos ambientais decorrentes dessas operações. Além dos desafios de substituição de fonte de combustível, entendemos que a redução no consumo de combustíveis fósseis também é parte importante na evolução para uma economia de baixo carbono. Em 2021, reduzimos em 8,7% a quantidade de viagens em comparação a 2020 em virtude da continuidade, ampliação e implementação de novas práticas de abastecimento, em 2022 mantivemos essas práticas e ampliamos o escopo de atuação e isso nos permitiu reduzir mais 6% a quantidade de viagens em comparação a 2021 (considerando mesmas lojas).

No ano, solidificamos projetos implementados no fim de 2021 que contribuíram com a menor emissão de gases de efeito estufa, como: Sistema de Roteirização com maior eficiência na composição das nossas cargas (ao fim de 2022 tínhamos 23% das nossas entregas já sendo roteirizadas nesse novo sistema); ampliação de projetos com redução da necessidade de circulação de veículos (múltiplas coletas, *transit points* e consolidação de categorias para 14 lojas, reduzindo em 50% a

necessidade de veículos para abastecimento); utilização de frota mais ecoeficiente (vans elétricas, triciclos elétricos e bicicletas); redução da nossa malha logística (menos 4 Centrais de Distribuição), consolidando estoques e reduzindo a necessidade de viagens de abastecimento; abertura de um *HUB* GPA Logística em Ribeirão Preto e contratação de *hubs* terceirizados para consolidação de abastecimento de praças específicas, aproveitando espaço vazio nos veículos do parceiro que atende outras empresas.

MOBILIDADE SUSTENTÁVEL

Como parte de nosso plano para redução de emissões na logística, investimos em mobilidade sustentável, diversificando os modais de entrega e transporte de mercadorias nos trechos entre as Centrais de Distribuição e as lojas e das lojas até os (as) clientes. Ao aportar soluções inovadoras e tecnológicas para aprimorar o serviço de entrega e abastecimento, conseguimos atender a milhares de famílias reduzindo o impacto para o meio ambiente.

Alguns pedidos feitos pelo site, aplicativo de fidelidade e pelo WhatsApp do Pão de Açúcar e Pão de Açúcar *Fresh* são entregues por vans e triciclos elétricos com autonomia de até 300 quilômetros e capacidade de 15 a 30 entregas por dia. Implementamos o App James de entregas, ampliando a utilização de motos e bicicletas, reduzindo a utilização de carros, e consecutivamente assim as emissões.

- Van elétrica** – Cinco veículos operaram ao longo do ano com a mesma capacidade de um veículo utilitário comum para transportar as cargas para os (as) clientes do *e-commerce*. De janeiro a dezembro de 2022, foram feitas 25 mil entregas em um raio de cinco quilômetros das lojas.
- Triciclos elétricos** – A operação do primeiro triciclo elétrico começou na loja Pão de Açúcar do Leblon, no Rio de Janeiro, em julho de 2021, chegando a três unidades no final daquele ano. O Pão de Açúcar *Fresh*, em São Caetano do Sul (SP), também adotou triciclos para as entregas de pedidos feitos pelo WhatsApp. Em 2022, atingimos um total de 27 triciclos nessa operação, que além de facilitarem o acesso às vias, contribuem com a redução da emissão de gases poluentes. No ano foram feitas 70 mil entregas em um raio de cinco quilômetros das lojas.
- Bicicletas e entregas a pé** – Operação de última milha (entregas de *e-commerce* com origem nas lojas) com modal para curtas distâncias com prazo de entrega de até 30 minutos, realizando 37 mil entregas no ano de 2022.
- 33 instalações do Grupo Éxito** estão equipadas com ecossistemas de mobilidade sustentável; 38% dos veículos de frota são elétricos.

Veículo elétrico de entrega na Colômbia



Otimização de rotas

Buscamos maior eficiência nos processos logísticos, o que envolve a otimização de rotas percorridas por veículos que trafegam entre os Centros de Distribuição, nossas lojas, as instalações de vendedores (as) parceiros (as) do *marketplace* e as residências de clientes. Isso significa economia de custos, de tempo e menores emissões atmosféricas.

Em abril de 2021, começamos um projeto que sincroniza a programação de rotas, planejando melhor o caminho entre os pontos de parada para a coleta de produtos dos (as) vendedores (as) parceiros (as) e as casas dos (as) clientes. Com isso, criamos uma sinergia entre as operações do *marketplace* e as Centrais de Distribuição/cliente, reduzindo o envio de veículos vazios para a realização da coleta.

ROTAS OTIMIZADAS MÚLTIPLAS COLETAS (CARONA):

Otimiza o abastecimento direcionando os veículos para fazerem coletas em mais de uma Central de Distribuição utilizando apenas um veículo para abastecer a loja com diversas categorias. Evitamos 4,7 mil viagens em 2022 com esse modelo de abastecimento para o mesmo escopo que tínhamos em 2021, em nov/22 ampliamos o escopo para o nosso formato Proximidade que nos permitirá reduzir ainda mais viagens.

SINCRONIZAÇÃO: Sinergia na coleta de produtos de vendedores (as) parceiros (as) do *marketplace* e CDs/clientes, diminuindo os quilômetros rodados.

RODOTREM: Otimização de abastecimento entre São Paulo (SP) e Brasília (DF) que consolida duas carretas (24 pallets) e utiliza um único cavalo (veículo) no percurso, em 2022 tivemos 9% do abastecimento dessa praça nesse modelo.

BACKHAUL: Operação na qual o mesmo veículo que entrega produtos em uma de nossas lojas não retorna vazio à Central de Distribuição, seguindo para um(a) de nossos(as) fornecedores(as) para coletar produtos e entregar na Central. Em 2022 tivemos um aproveitamento em 4.990 rotas de *outbound* que representa 36% das nossas rotas de carretas. Para 2023 buscaremos consolidar ainda mais essa iniciativa, buscando ferramentas que facilitem a “compra” e “venda” da ociosidade de veículos por toda a nossa malha logística.

ENTREGA COM MOTO: 10% dos pedidos do *e-commerce* com entregas cuja origem são nossas lojas têm perfil para moto, ou seja, o volume em m³ desses pedidos não necessita o uso de veículo utilitário, gerando eficiência na entrega com essa modalidade.

PRODUTIVIDADE: Otimização da operação, por meio do aumento da produtividade de entregas por veículo e da alocação dinâmica *on demand*. A operação possibilitou uma redução de 100 veículos (15% em comparação com o ano anterior).

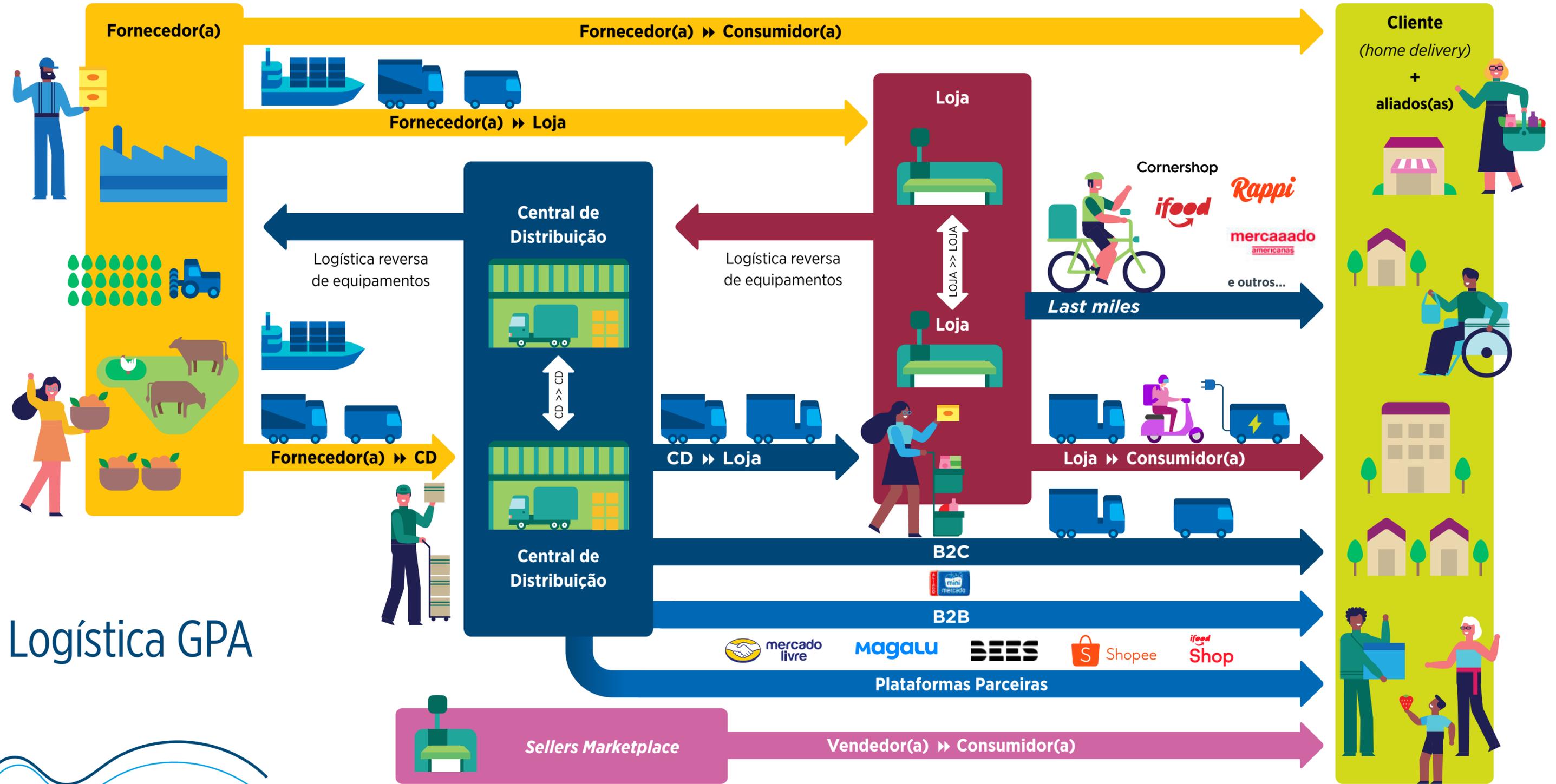
TECNOLOGIA: *Rollout* do novo Sistema de Gerenciamento de Transporte (TMS), que roteiriza de forma mais eficiente as entregas, reduzindo o número de veículos trafegando nas rodovias e, consequentemente, evita a emissão de GEE. Tal implementação já atinge 80% das nossas lojas/clientes e 66% das nossas Centrais de Distribuição.

4,7 MIL
VIAGENS EVITADAS
EM 2022 UTILIZANDO
APENAS UM VEÍCULO PARA
ABASTECER A LOJA COM
DIVERSAS CATEGORIAS



Van elétrica de entrega saindo da Central de Distribuição





Logística GPA

Menos impacto em resíduos

|GRI 3-3| TEMA MATERIAL: ECOEFICIÊNCIA DAS OPERAÇÕES, |GRI 306-1, 306-2|

Conduzimos nossa gestão de forma a reduzir o volume de resíduos gerados na operação e garantir separação, manuseio, acondicionamento e disposição final de forma correta. Além de evitarmos a contaminação, minimizamos dessa forma a destinação de resíduos aos aterros e incentivamos sua reinsertão no ciclo produtivo. Temos uma equipe treinada para observar nossas iniciativas e procedimentos de correta separação e destinação de nossos resíduos sólidos.

Em 2022, nossas lojas do Brasil produziram cerca de 15,8 mil toneladas de resíduos, que foram encaminhadas para reciclagem e outras 1,3 mil toneladas foram destinadas para compostagem.

Como forma de reduzir os impactos do descarte dos resíduos sólidos em nossa operação e conectados(as) ao nosso compromisso de redução de envio de resíduos aos aterros, realizamos em 2022 alguns projetos-piloto.

Além disso, estamos reestruturando nosso programa de gestão de resíduos sólidos, por meio de um trabalho que envolveu diversas áreas do GPA e uma consultoria externa para encontrar as melhores soluções para os resíduos gerados pela operação. O escopo envolve a homologação de fornecedores(as), a abertura de BID (processo de licitação, de *Bidding Process* em inglês) e acompanhamento da operação. Os(as) fornecedores(as) apresentarão diversas iniciativas de destinação final para os resíduos da operação, alinhados(as) à estratégia de sustentabilidade de redução de envio a aterros, aumento da taxa de valorização de resíduos e redução

das emissões de GEE. Em 2023, se dará a estruturação da implementação desse novo escopo para que possamos construir novas metas e compromissos.

Já o Grupo Éxito, que trabalha com as frentes de melhores embalagens, menos embalagens e melhores sistemas, encaminhou 20 mil toneladas de resíduos de fundo de loja para reciclagem no período.

Nosso processo de gestão de resíduos é segmentado em três eixos de atuação: Redução da geração de resíduos em nossa operação; Fomento à circularidade; e Combate ao desperdício de alimentos, como apresentado a seguir.



Fardos de papelão para reciclagem

Redução da geração de resíduos

PILOTOS PARA UMA GESTÃO MAIS EFICIENTE

Em busca de inovação e produções mais limpas, o GPA realizou três projetos-piloto em suas lojas, com o objetivo de aumentar a separação correta dos resíduos e reduzir a destinação para aterros sanitários.

Biodigestor

Com início de pesquisa em 2021 e implementação em 2022, realizamos uma experimentação de quatro meses em uma loja Pão de Açúcar, instalando um biodigestor que transforma resíduo orgânico em efluente, com parâmetros aptos para o descarte no esgoto sanitário.

Durante o piloto testou-se a separação do pique (processo de segregação dos produtos que serão descartados) realizado por mão de obra complementar, otimizando os recicláveis e a

destinação para o biodigestor e consequente redução para o aterro. Também foi avaliado o impacto do efluente no esgotamento sanitário. Os resultados do piloto fomentarão análises e decisões sobre as tecnologias alternativas ao aterro sanitário.

Aterro Zero

Outros dois projetos-piloto realizados em 2022 consistiram em trabalhar o conceito de Aterro Zero em cinco lojas de proximidade. Ao longo de dois meses, testamos iniciativas combinadas com neutralização de carbono da operação. Os orgânicos foram destinados para compostagem, os recicláveis para reinsertão no ciclo produtivo, e os rejeitos para produção de CDR (combustível derivado de resíduos). Será avaliado o custo-benefício de ampliar modelo similar de aproveitamento dos resíduos.

GRUPO ÉXITO

O Grupo Éxito tem trabalhado continuamente para reduzir todos os tipos de resíduos e maximizar os recicláveis. O Grupo gerencia seus resíduos de forma responsável, dando a correta destinação aos resíduos

perigosos e especiais gerados na operação, como óleo usado, lixo eletrônico, baterias etc. A gestão de resíduos orgânicos também é realizada em 170 lojas.

PROGRAMA REUSE

Iniciado em 2021, o programa tem como objetivo aprimorar a separação, a armazenagem, o transporte e a destinação de resíduos, atendendo à Política Nacional de Resíduos Sólidos e às diretrizes da gestão de resíduos da Companhia. Ele está estruturado em cinco etapas: definição de plano de ação, ajuste de infraestrutura, adequação de materiais, treinamento dos times nas lojas e monitoramento dos indicadores. Ao final de 2022, o programa estava implantado em 100% de nossas lojas.

Para 2023, serão aplicados treinamentos de reforço e monitoramento do desenvolvimento do programa nas lojas, melhorando a gestão dos indicadores e trabalhando na melhoria contínua do processo. Além disso, o programa REUSE será implantado nas Centrais de Distribuição e prédios administrativos, chegando em 100% de todas as operações da Companhia no Brasil.



Treinamento do Programa ReUse em loja

Fomento à circularidade

Nossos programas de logística reversa visam estimular atitudes responsáveis de nossos(as) clientes. Mantemos parceria com diversas empresas, órgãos públicos e entidades gestoras de determinadas classes de resíduos. Somos um dos pioneiros na implantação de estações de reciclagem, com a visão de que a oferta de pontos de entrega voluntária acessíveis à população é fundamental para incentivar o consumo consciente e uma vida mais sustentável.

No Brasil, as primeiras estações de reciclagem foram instaladas em nossas lojas Pão de Açúcar há mais de 20 anos e, desde então, ampliamos a oferta de pontos de entrega voluntária nas unidades das demais bandeiras.

Na Colômbia, o Éxito mantém 42 lojas, em quatro Estados, nas quais os(as) clientes podem entregar materiais como vidro, plástico, tijolos e latas.. Em 2022, foram recicladas 986 toneladas de material reciclável coletadas pós consumo nestas lojas.



Coleta de óleo de cozinha usado no Mercado Extra



Coleta de embalagens retornáveis Coca-Cola no Éxito

Aliança entre Coca-Cola e Grupo Éxito

Para conectar os pilares de sustentabilidade das estratégias das empresas e conscientizar os(as) consumidores(as) sobre a importância de participar ativamente do ciclo de vida das embalagens, a Coca-Cola e o Grupo Éxito firmaram uma parceria para instalação e abertura de um novo ponto SoyRE no Éxito WOW Country em Bogotá.

Esse ponto contribuirá para a adequada armazenagem das garrafas retornáveis, incentivará a reciclagem de outros materiais e os melhores hábitos de consumo entre os(as) clientes. Esse é um dos 18 pontos instalados em unidades do Éxito nas principais cidades do país.



Sustentabilidade é um compromisso contínuo e é algo que se alcança no dia a dia graças às parcerias que construímos! Ampliar os índices de reciclagem, por exemplo, é um grande desafio no Brasil, principalmente para resíduos mais complexos, como é o caso do óleo de fritura. Em 2022, o GPA e a Cargill somaram forças por meio do "Programa Ação Renove o Meio Ambiente", da marca de óleo Liza, uma parceria pensada para ampliar os pontos de entrega voluntária de óleo de fritura usado. Esse trabalho em conjunto é um ingrediente para uma receita de sucesso e, além de reciclar o óleo, ela aumenta a divulgação e conscientização da população para o descarte correto desse resíduo tão presente na vida dos(as) consumidores(as).

Marcio Barela

Coordenador de Sustentabilidade na Cargill Agrícola S.A.

Programas de logística reversa

Materiais recicláveis (papel, vidro, metal, plástico e óleo de cozinha)

Desde 2001, em parceria com a Unilever, mantemos Estações de Reciclagem no Pão de Açúcar em que os(as) clientes depositam seu resíduo reciclável que é doado para 24 cooperativas de catadores(as). Em 2022, foram mais de 3,5 mil toneladas arrecadadas em 93 lojas. A partir de 2021, a parceria passou a incluir o programa de fidelidade Molécoola, por meio da OMO, a principal marca da Unilever no Brasil. As estações de reciclagem foram instaladas em lojas do Pão de Açúcar na cidade de São Paulo. Qualquer pessoa pode se cadastrar, levar seus materiais descartáveis e ganhar pontos que podem ser trocados por descontos no site www.molecoola.eco e no aplicativo do Molécoola. Em 2022, foram arrecadadas 82 toneladas por meio desse programa.



Rolhas de cortiça

Iniciada em 2019, a parceria entre o Pão de Açúcar Adega e a Corticeira Paulista é responsável por tratar as peças, triturá-las e transformá-las novamente em matéria-prima. Em 2022 foram recolhidas 6,7 mil rolhas.

Vidros

Realizado desde 2020, em parceria com a *startup Green Mining* e a Ambev, o projeto “Tem vidro usado para ser reciclado? Resolve no Minuto” começou em seis lojas e, em 2022, alcançou 57 unidades do Minuto Pão de Açúcar e Pão de Açúcar *Fresh*. Em 2022 foram coletadas 16,8 toneladas de resíduos de vidro.

Garrafas PET

Também em parceria com a *Green Mining*, foi iniciado em 2021 como projeto-piloto em seis lojas do Minuto Pão de Açúcar. Em 2022, foram arrecadados 652 quilos desse material.



Pilhas e baterias

Todas as lojas do GPA mantêm coletores em parceria com a *Green Eletron* e 1,8 toneladas desses resíduos foram coletadas no ano.

Lâmpadas

Mais de 50 lojas coletaram 1,8 toneladas de lâmpadas em 2022. O projeto é mantido em parceria com a Reciclus.

Óleo de cozinha

Em setembro de 2022, em parceria com a Cargill, iniciamos como projeto-piloto em cinco lojas do Mercado Extra a coleta de óleo de cozinha usado. Em 2022 não tivemos coletas desse resíduo

Cápsulas de café

Em parceria com a Nestlé Dolce Gusto, são recebidas em 57 lojas do Pão de Açúcar, desde 2016. Em 2022, o programa recolheu 13,3 toneladas.



Combate ao desperdício

IGRI 3-3| TEMA MATERIAL: DESPERDÍCIO DE ALIMENTOS

Trabalhamos continuamente para reduzir o desperdício em nossas operações. Esse é um desafio que nos leva a desenvolver projetos em diferentes frentes, uma vez que esse tema permeia toda a nossa operação. Em 2022, como forma de tornar mais palpável nossa gestão sobre o combate ao desperdício de alimentos e trazer uma visão unificada sobre as diferentes etapas onde podem ocorrer perdas e desperdícios, agrupamos e organizamos nossas ações no que denominamos Funil de Desperdício, uma construção conjunta entre os times de Marcas Próprias, Meio Ambiente, Prevenção de Perdas, Sustentabilidade, entre outros.

SÃO SEIS GRANDES FRENTES:

- 1 Desenvolvimento com fornecedor(a) (para aumentar a vida útil de produtos em nossas lojas);**
- 2 Qualidade e segurança (ações de eficiência e monitoramento nos pedidos e abastecimento, treinamentos de colaboradores(as) e atualizações recorrentes de processos e procedimentos);**
 - ▶ Maior controle de estoque e melhorias na rastreabilidade das perdas/quebras para atuar de forma preventiva
 - ▶ Definição de lista de produtos mais ofensores para melhoria no abastecimento do volume de estoque e decisões comerciais.
- 3 Coprodutos**
 - ▶ **Prontinhos** – legumes e frutas processados para consumo imediato, com utilização de insumos no seu melhor ponto de maturação, para venda em embalagens individuais.
 - ▶ **Farinha de rosca e torradas** – processamento de sobras de pão francês na operação de padarias e *rotisserie*.



- 4 Vendas de produtos com desconto (próximos ao vencimento);**
 - ▶ Avanços em ferramentas com foco na redução do vencimento pelo monitoramento de indicadores de venda dos produtos.
 - ▶ **Pra Valer Embalados** – Produtos com características fora de padrões estéticos, diretamente do(a) fornecedor(a), porém em pleno atendimento dos valores nutricionais e de consumo, possibilitando a compra de produtos com descontos de até 20% em relação ao mesmo produto com melhores padrões estéticos.
 - ▶ **Gôndola próximo ao vencimento** – gôndola específica para esses itens, que são vendidos com descontos que variam de 10% a 50% abaixo do preço de venda. Durante o ano, foram comercializados mais de 38 milhões de produtos nessa condição e que deixaram de ser descartados.



Gôndola de produtos próximos ao vencimento no Minuto Pão de Açúcar

- 5 Doação de alimentos (para organizações sociais e bancos de alimentos);**
 - ▶ **Programa Parceria Contra o Desperdício** – doação para bancos de alimentos e instituições sociais de frutas, legumes e verduras apropriados para o consumo, mas que não estão esteticamente atrativos para a venda ao(à) cliente final. Em 2022, essas doações chegaram a mais de 2,1 mil toneladas de alimentos recebidas em 364 lojas do Pão de Açúcar, Mercado Extra e Compre Bem. |IGRI 203-1|



Gôndolas de FLV

- 6 Separação e reaproveitamento de resíduos**



Movimento Todos à Mesa

Alinhado a esses princípios de atuação que o GPA já possui na frente de combate ao desperdício de alimentos e redução da insegurança alimentar em nosso país, em 2022 aderimos ao Movimento Todos à Mesa – primeira coalizão brasileira que reúne empresas e organizações que buscam contribuir para a redução dos impactos da fome e do desperdício de alimentos no Brasil, por meio do fortalecimento de redes de redistribuição de comida por meio dos bancos de alimentos, conscientização sobre o tema e estímulo de um ambiente regulatório favorável para a doação de alimentos.

DOAÇÃO DE ALIMENTOS NO ÉXITO

Na Colômbia, a Fundação Éxito ultrapassou as metas de arrecadação de doações e aproveitamento de alimentos nas lojas (invendáveis por razões estéticas, mas apropriados para o consumo), tendo um recorde de 232 mil certificados de doações entregues. Foram 1.256 toneladas de alimentos e 102 toneladas de produtos não alimentares doados a bancos de alimentos e fundações, somados às 2 mil toneladas de excedentes de produtos agrícolas, evitando o desperdício para doações em benefício de 219 instituições.



Abastecimento da seção de hortifruti em loja



Redução do uso de embalagens

|GRI 3-3| TEMAS MATERIAIS: EMBALAGENS E OFERTA PARA O CONSUMO CONSCIENTE

Mantemos um esforço contínuo para reduzir embalagens em nossas lojas e promover a circularidade das nossas embalagens dos produtos de Marcas Próprias. O plano conta com o desenvolvimento de projetos apresentando novos formatos para os(as) consumidores(as), rentabilidade e diferenciação para nossas bandeiras e marcas. Desenvolvemos iniciativas em três linhas: redução de embalagens plásticas, substituição de embalagens e ações com Marcas Próprias.

Na Colômbia, o Grupo Éxito atualizou sua política de embalagens, com o objetivo de estimular a economia circular (a política pode ser consultada [aqui](#)).



Tomates a granel

REDUÇÃO DE EMBALAGENS PLÁSTICAS NAS LOJAS

Orgânicos a granel – A venda de orgânicos sem embalagens garante preços até 30% menores do que os orgânicos pré-embalados e possibilita aos(as) clientes maior poder de escolha, com consumo sustentável ao levar apenas a quantidade que realmente precisam, selecionando tamanhos e formas que mais se adequam às suas necessidades. O projeto está presente em duas lojas do Pão de Açúcar e nas duas unidades do Pão de Açúcar *Fresh* e registrou um crescimento de 20% nas vendas comparado a 2021.

Cogumelos e minilegumes a granel – A modalidade permite que o(a) cliente escolha a quantidade desejada e acondicione o produto em embalagens de papel, o que evita o desperdício de alimentos e reduz o impacto ambiental. Os minilegumes incluem pimentas, abóboras, abobrinhas, berinjelas e tomates e estão presentes em 378 lojas do GPA; já os cogumelos trazem as variedades de shimeji, shitake e Portobello e são comercializados em 112 lojas do Pão de Açúcar, registrando aumento nas vendas de 8,3%

e 8,7%, respectivamente, em relação ao ano anterior.

Reutilizar #PraSerFeliz – O programa incentiva os(as) consumidores(as) das lojas Pão de Açúcar a comprarem produtos a granel com uso de embalagens próprias do Pão (que podem ser reutilizadas) ou de recipientes que trazem de casa.

Sem isopor® – Nas unidades do Éxito, na Colômbia, foi 100% eliminado o uso de embalagens de poliestireno expandido (isopor®) no negócio de frutas e hortaliças.

Sacolas por pontos – Desde 2015, o Grupo Éxito reduziu em 75% o uso de sacolas plásticas nos pontos de venda. Para incentivar essa redução os(as) clientes recebem três *Puntos Colombia* por cada sacola reutilizável que usam ou compram, podendo aproveitar esses pontos como desconto em produtos. Durante dois dias por semana, as lojas não disponibilizam sacolas plásticas e os(as) clientes devem trazer suas sacolas reutilizáveis.

SUBSTITUIÇÃO DE EMBALAGENS

Embalagens *Duofresh* para frios manipulados – Implantadas nas lojas Pão de Açúcar, substituem bandejas de isopor® e são constituídas de papel *kraft* e polietileno. Com a separação da película de papel e do plástico e o envio para a reciclagem, há significativa redução do impacto ambiental, além de o papel utilizado ter certificação FSC, ou seja, provém de áreas com manejo florestal responsável.

Embalagens de hortifrúti biodegradáveis – Somos a primeira empresa do varejo a anunciar a substituição das bandejas de isopor® utilizadas em produtos de hortifrúti (frutas, verduras e legumes) por uma solução biodegradável. A nova embalagem, encontrada em produtos das Marcas Próprias *Taeq* e *Qualitá*, é feita de celulose e amido, livre de petroquímicos e aditivos tóxicos e se degrada completamente em seis meses.



Ponto de coleta de embalagens

Ações do Grupo Éxito

Abertura de seis novos pontos do SoyRE (pontos de coleta para reciclagem), chegando a três novas cidades colombianas.

Redução de 50% na entrega de sacolas plásticas a clientes na ação “Dois dias sem sacolinhas” promovidas nas lojas Éxito, Carulla, Surtimax e SuperInter.

Redução de 75% de sacolas plásticas entregues aos(as) clientes em 2022 em comparação a 2015.

17 milhões de embalagens coletadas nos pontos SoyRE.

MARCAS PRÓPRIAS – PROGRAMA NOVO DE NOVO

Reformulado em 2021 e implementado em 2022, o programa deixou de ter foco somente na inserção de matéria-prima reciclada nas embalagens, passando a agregar todas as iniciativas de economia circular de Marcas Próprias. Buscamos reduzir o impacto ambiental em quatro eixos de atuação: Mapeamento & Diagnóstico; Redesign e Inovação; Comunicação e Engajamento; e Fechamento de Ciclos e Rastreamento.

Assumimos o compromisso de diminuir o volume de plásticos não reciclados e o uso de matéria-prima virgem, bem como eliminar embalagens desnecessárias por meio do redesign, inovação e implementação de novos modelos para garantir que 100% das embalagens de Marcas Próprias sejam recicláveis, reutilizáveis e/ou compostáveis até 2030. Para fazer parte do programa, o produto precisa pertencer a, pelo menos, uma dessas iniciativas, sendo elegíveis os produtos industrializados de Marcas Próprias.

O programa conta com uma estrutura de governança, metas e indicadores, além de compromissos para as embalagens, tais como reciclabilidade, certificação FSC, presença de Braille, presença de conteúdo reciclado, reduções do uso de plástico e utilização de matérias-primas de fontes renováveis. Um exemplo prático lançado em 2022 foi a nova embalagem do Leite Zero Lactose Taeq (veja no destaque).

Com a reestruturação do Programa, foram desenvolvidos nova logomarca, assinatura e selos que identificarão as embalagens dos produtos aderentes.

De forma recorrente, todas as embalagens são mapeadas e classificadas quanto à sua reciclabilidade: verde para 100% reciclável; amarela, com um ou mais componentes não recicláveis; e vermelha, quando é 100% não reciclável. Em 2022, acompanhamos esse indicador mês a mês. Passamos de 23% das embalagens classificadas como verdes em 2021 para 31% em 2022. E para identificar as oportunidades de mudança e avanço rápido nesse indicador, essa avaliação começou a ser feita já no início do processo de desenvolvimento de novos produtos.



Produto Taeq com embalagem Novo de Novo



31%
DAS EMBALAGENS DE
MARCAS PRÓPRIAS ESTÃO
CLASSIFICADAS COMO
100% RECICLÁVEIS



Leite Zero Lactose Taeq

Embalagens Tetrapak Bio na Taeq

Iniciamos em novembro o uso de embalagens mais sustentáveis no relançamento do Leite Zero Lactose Taeq, o que nos torna a primeira marca própria brasileira a usar esse tipo de invólucro. São caixinhas cartonadas com maior percentual de matéria-prima de fonte renovável (com presença de plástico de cana-de-açúcar) se comparada à versão tradicional, e por consequência, entregando uma menor pegada de carbono.

Essa é uma iniciativa inovadora em sustentabilidade da indústria de embalagens chancelada com as certificações *Bonsucro* (que certifica o manejo responsável da cana-de-açúcar) e *Carbon Trust* (que indica a redução da pegada de carbono de uma embalagem com conteúdo plástico renovável em comparação à embalagem padrão). Em 2023, outra linha de produto deverá ser contemplada com o mesmo material de embalagem.



A adequação realizada nas embalagens dos Pimentões Block Qualitá agrega muito valor à marca, pois mostra o quanto o GPA se preocupa com os recursos naturais e isso gera maior credibilidade no mercado, sempre sendo aliada à transparência. O problema não é o material em si, é a relação que se tem com ele, quando o plástico é usado de forma descartável, sem que haja uma preocupação com o que acontece com o material após o uso ou com as consequências para o meio ambiente. Parabéns à marca Qualitá pela iniciativa! Adotar embalagens cada vez mais sustentáveis gera um impacto extremamente positivo no planeta.

Jonas Lima,

Coordenador de Marketing na Trebeschi, produtora de tomates e legumes especiais



GPA está entre as redes de varejo que mais se antecipam em projetos de sustentabilidade e na conversão de seus produtos de Marca Própria para soluções ambientalmente responsáveis, que minimizem seu impacto ao meio ambiente. Foi um dos nossos primeiros clientes a aderir ao nosso projeto de Hastes Flexíveis de Papel, sem aplicação de derivados de petróleo em sua composição. Porém, ainda tínhamos o desafio do visor da embalagem ser de acetato, o que foi resolvido com a iniciativa do GPA em retirá-lo, deixando a embalagem 100% em papel cartão. Assim, conquistamos um produto 100% reciclável, sem materiais sintéticos na sua composição e embalagem, oferecendo aos(as) consumidores(as) uma solução do mais alto nível sob o contexto de responsabilidade socioambiental.

Maurício Rocha,

Gerente Comercial na Viveo, fabricante das hastes flexíveis Nous



Pimentão Block Qualitá



Hastes Flexíveis de Nous



07

- ▶ Diversidade e inclusão
- ▶ Recrutamento e seleção
- ▶ Cultura e engajamento
- ▶ Saúde e bem-estar
- ▶ Segurança no trabalho
- ▶ Treinamento e desenvolvimento

Promoção da diversidade e inclusão para nossa gente

Colaboradora do Pão de Açúcar Fresh



Diversidade e inclusão

IGRI 3-3 | TEMA MATERIAL: DIVERSIDADE, EQUIDADE E INCLUSÃO

Seguimos acreditando na inclusão e na promoção da diversidade em todas as suas formas, amparados(as) pela cultura ESG. Para avançarmos nessa jornada, mantemos programas robustos e contamos com o suporte de organizações externas que nos apoiam na reflexão sobre como garantir os direitos de todas as pessoas, independentemente de idade, gênero, orientação sexual, origem, raça, cor, expressão ou identidade de gênero ou qualquer outro marcador identitário, situação familiar ou qualquer outra condição.

Oferecemos oportunidades para todos(as) que querem exercer seu talento, e, com essa equipe engajada, promovemos diariamente a melhor experiência de compra aos(às) nossos(as) clientes, mantendo relações duradouras e virtuosas com parceiros(as) e impactos positivos para as comunidades e todos os públicos com os quais nos relacionamos.

6ª Semana da Diversidade

Em 2022, o GPA promoveu a sexta edição da Semana da Diversidade, que ocorreu de forma *online* e abordou os cinco pilares prioritários de Diversidade e Inclusão da Companhia. Aberto para todos(as) os(as) colaboradores(as), o evento incluiu várias palestras, entre elas “Uma história de vida”, com Maria da Penha, mulher 50+, cadeirante que, após ter sido vítima de violência doméstica por anos, denunciou o ex-marido e se tornou um marco na luta pelo direito das mulheres. A ex-ginasta Laís Sousa falou sobre a sua luta após o acidente que a deixou tetraplégica com o tema “Caí algumas vezes, mas nasci para me levantar”, trazendo uma mensagem de superação e contra o capacitismo.

Gabi Araújo, mulher trans, diretora e fundadora da Transcendemos, que desenvolve e implementa projetos relacionados à diversidade em grandes empresas, contou um pouco sobre sua história de vida em “Meu

nome importa!”. José Vicente, reitor da Faculdade Zumbi dos Palmares, instituição de caráter comunitário e sem fins lucrativos que insere jovens negros(as) e/ou de baixa renda no ensino superior e no mercado de trabalho, falou sobre o tema “Racismo Contemporâneo”. Com a temática “Potência máxima depois dos 50”, a jornalista Maria Cândida, que já passou por diversas emissoras de TV, abordou a trajetória profissional da mulher madura. E, por fim, o GPA aproveitou o ensejo e lançou duas webséries: “Gerações” e “Desconstruindo a LGBTfobia”.

Também realizamos uma transmissão ao vivo com o time de EmbaixadorEs da Diversidade com a participação de Bernardo de Assis, da consultoria Impulso Beta, que abordou o tema de diversidade e comunicação não violenta. Ao todo, foram mais de 2.700 participantes e o evento obteve avaliação positiva, registrando NPS de 93.

Parcerias com organizações

Nosso time de Diversidade e Inclusão ampliou sua participação em agendas promovidas por pactos e associações das quais o GPA é voluntariamente signatário, entre eles o Movimento pela Equidade Racial (MOVER), Movimento Mulheres 360 (MM360), Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+, Coalizão Empresarial pela Equidade de Gênero e Raça, Coalizão Empresarial pelo Fim da Violência Contra Mulheres e Meninas, Iniciativa Empresarial pela Igualdade Racial, Aliança sem Estereótipo (ONU Mulheres), Parceria Global pela Igualdade LGBTI, Movimento Ar – Vidas Negras Importam e Pacto pela Inclusão de Pessoas com Deficiência.

Em 2022, aderimos a mais um importante compromisso: O Fórum Gerações e o Futuro do Trabalho (*saiba mais em Diversidade Etária*).



Nossos números de diversidade

COLABORADORES(AS) GPA BRASIL

52,8%
Mulheres

47,2%
Homens



Jovens aprendizes

1.607

Mulheres em cargos de liderança*

38,3%

Pessoas com deficiência

1.481

Colaboradores(as) negros(as)

56%

Negros(as) em cargos de liderança*

43%
(25% homens, 18% mulheres)

FAIXA ETÁRIA



* Gerentes e acima, sendo que 44% ocupam cargos de gestão júnior.

EmbaixadorEs da Diversidade

O programa é voltado para nossos(as) colaboradores(as) das lojas e Centrais de Distribuição, em que contamos com embaixadores(as) do tema, responsáveis por disseminar nesses locais os principais assuntos orientados pela equipe de diversidade. Em 2022, lançamos uma trilha exclusiva de capacitação para eles(as) na Universidade do Varejo GPA, com foco em nossos pilares de diversidade, e realizamos uma *live* exclusiva com o tema “Diversidade e Comunicação não Violenta” com Bernardo de Assis, da consultoria Impulso Beta, além da promoção de encontros *online* com o time de Diversidade e Inclusão.



Me sinto pertencente e feliz trabalhando no GPA, consigo ver o quanto estamos avançando, dando foco e letramento com fóruns e ações de diversidade e inclusão. Falando de equidade racial nas empresas, acredito na importância da representatividade em todos os níveis para que haja igualdade, que comprovadamente traz maior adesão, retenção, engajamento e lucratividade às empresas. Como madrinha dos EmbaixadorEs da Diversidade, me sinto comprometida e engajada para que todas essas ações e projetos cheguem ao time de loja.”

Eneida Fernandes da Silva,
Gerente Regional de Proximidade



Para mim fazer parte do Programa de EmbaixadorEs é muito importante, me declaro mulher negra e me sentir representada e poder representar tantas outras mulheres negras é um grande prazer. E poder trabalhar no GPA que atua na temática racial, conscientizando sempre o time contra o racismo e promovendo um ambiente de respeito, é uma felicidade. Tenho nove anos de Companhia, sou muito grata aos(as) meus(inhas) gestores(as) e colegas que estão sempre alinhados(as) com os pilares de diversidade e que proporcionam a mim e a todos(as) os(as) novos(as) colaboradores(as) um tratamento com igualdade e respeito.”

Marcia Cristina Cavalcante de Souza,
Açougueira no Mercado Extra



Jovens aprendizes na sede corporativa

Treinamentos de diversidade

Realizamos, ao longo do ano, diversos treinamentos voltados para nossos times, a fim de promover o conhecimento sobre a agenda de diversidade e trazer mais aliado(as)s para a defesa do direito de todos(as). Em 2022, contamos com o treinamento obrigatório de Diversidade e *Compliance*, para 100% dos(as) colaboradores(as); o Treinamento “10 Princípios para enfrentamento ao racismo nas relações de consumo” do Procon Racial para os(as) colaboradores(as) do Estado de São Paulo; a capacitação do time de RH em um *workshop* de Diversidade e Inclusão e uma palestra com Ricardo Sales, CEO da consultoria especializada Mais Diversidade, para promover uma área de Recursos Humanos influenciadora do tema; o treinamento com os times de comunicação, marketing e agências prestadoras de serviços sobre a comunicação inclusiva, reforçando o lançamento de nossa Política sobre o tema; além do treinamento de Diversidade, Inclusão e Direitos Humanos para os(as) diretores(as) da Companhia, pessoas-chave para o engajamento de todos com os pilares prioritários de ESG e Diversidade.

Grupos de afinidade

Contamos com três grupos de afinidade para engajar nossos(as) colaboradores(as) nas temáticas e promover trabalhos internos e externos:

Orgulho LGBTQIA+ GPA

Criado em 2018 e relançado em 2021, busca promover a conscientização e engajamento dos(as) colaboradores(as) sobre a pauta LGBTQIA+

GPA pela Equidade de Gêneros

Lançado em 2021, o grupo estimula iniciativas para atrair, reter e desenvolver talentos, além de promover a conscientização dos(as) colaboradores(as) e da sociedade em relação ao tema.

GPA Madiba

Criado em 2018 e relançado em 2021, atua em atração, retenção, desenvolvimento, engajamento, conscientização e sensibilização de nossos(as) colaboradores(as) sobre equidade racial, conduzindo uma agenda com ações educativas e de sensibilização.

Cada um dos grupos conta com lideranças da Companhia que ajudam na construção dos temas e engajamento dos(as) demais líderes nessas pautas.

Grupos de afinidade



Me considero uma aliada das causas de grupos sub-representados, não só por figurar em um deles, mas por acreditar que só podemos crescer de verdade como sociedade, empresa e indivíduo quando crescemos juntos(as)! Ser sponsor do grupo de afinidade Orgulho LGBTQIA+ é um privilégio e motivo de muito orgulho! Ter um espaço aberto e seguro para discussões, aprendizados e protagonismos é nossa responsabilidade como pessoa e empresa”.

Camila Silvestre de Melo,

Diretora de Auditoria Interna e Gestão de Riscos e Sponsor do Orgulho LGBTQIA+ GPA



Se queremos mudar e fazer a diferença de verdade não só no GPA, mas na sociedade como um todo, a melhor maneira é integrar. Para mim, ser sponsor do grupo é proporcionar uma comunicação mais direta e envolver meus(inhas) pares na temática. A liderança envolvida ajuda a mudar o jogo, garantindo assim, um aprendizado, uma experiência. E quem aprende, entende melhor como fazer parte e como ajudar a liderar cada vez mais as mudanças que queremos por meio do respeito à diversidade praticado de forma precisa em nosso dia a dia.”

Robledo de Andrade e Castro,

Diretor de Tecnologia da Informação e Sponsor do Orgulho LGBTQIA+ GPA



É muito importante fazer parte de um dos grupos de afinidade do GPA, e escolhi ser membro do Orgulho LGBTQIA+ por entender a importância de trocar experiências sobre diferentes realidades. Eu, como mulher, cis e heterossexual acredito que também tenho um papel importante nessas discussões, especialmente como disseminadora e apoiadora de iniciativas que visam apoiar esse público, tanto dentro, quanto fora da Companhia. Porque, mais do que dizer não à discriminação e ao preconceito, temos que dizer sim à diversidade em todos os seus aspectos. E é muito satisfatório ver que essa temática no GPA vai para além do discurso e permeia decisões efetivas de políticas, iniciativas, eventos e discussões que são fundamentais para construir uma empresa diversa, de ponta a ponta. É muito importante uma empresa do tamanho do GPA, com o impacto que tem na sociedade, dar voz às pessoas LGBTQIA+ e permitir que elas tenham um ambiente de respeito para exercer suas profissões e, mais do que isso, poderem ser quem são.”

Melissa Marin de Castro,

Coordenadora de Comunicação e Imprensa Sênior



Eu acredito que o olhar para diversidade atualmente é fundamental, mas fazer isso por meio de grupos de afinidades é o que torna esse trabalho do GPA tão inclusivo. O grupo proporciona que nós, colaboradores(as), tenhamos um lugar seguro de discussão e aprendizado e, ao mesmo tempo, nos traz um sentimento de proteção por parte da empresa. Quando entrei no GPA fiquei empolgado em saber que existia uma área voltada para diversidade e que há um compromisso formal da Companhia com uma convivência de aceitação e livre de preconceitos.”

Leandro de Moura,

Coordenador de RH – Universidade do Varejo GPA



Ser parte do grupo Orgulho LGBTQIA+ GPA é praticamente me sentir em casa. Um espaço em que eu posso me expressar, compartilhar ideias e contribuir para o desenvolvimento de ações feitas na sede, lojas e escritórios corporativos. Ações essas que são importantes para validar o sentimento de pertencimento, reforçar o respeito à diversidade e contribuir para um ambiente rico, diverso e acolhedor. Tudo isso me faz cada dia mais ser apaixonado pelo o que faço, principalmente tendo uma liderança que acompanha esse movimento. Sou grato pela iniciativa e existência de um grupo focado em apoiar e lutar por representatividade LGBT dentro da Companhia.”

Lucas Francisco Areco,

Analista de Projetos



Grupos de afinidade



Desde quando comecei a ter contato com o tema, foi como um chamado importante para mim. Tem o lado institucional, com suas diretrizes, e tem o lado pessoal. Eu trabalho para ter um ambiente humanizado. Conto o que estou fazendo e coloco limites na minha rotina, como exemplo. É uma forma educativa de dizer: se eu tenho espaço, todas têm. Além disso, sempre tenho espaço para falar com outras mulheres.”

Paula Bonanno,

Diretora Jurídico Tributário e Sponsor do GPA pela Equidade de Gêneros



Tenho o privilégio de participar como sponsor de um tema muito importante em âmbito mundial. A forma como o GPA trata e lidera o tema da diversidade como um todo e a igualdade de gêneros em particular deixa todos(as) os(as) nossos(as) colaboradores(as) orgulhosos(as) das conquistas já realizadas na Companhia e confiantes nos próximos passos ainda necessários. Trabalhamos em uma organização onde o respeito e a igualdade são premissas fundamentais na gestão de pessoas.”

Romuald Gaussot,

Diretor de Segurança Patrimonial e Sponsor do GPA pela Equidade de Gêneros



Fazer parte do grupo de Equidade de Gêneros no GPA é uma experiência gratificante de troca e aprendizagem. São momentos de reflexão e de sinergia com diferentes frentes da empresa com um olhar estratégico para as questões de gênero. Sou uma entusiasta do tema e poder ter momentos de reflexão, discussão, troca e construção de ações que podem impactar nas questões relacionadas a gênero dentro da empresa, mostra que o GPA de fato se importa com o tema e com o seu papel com as colaboradoras, assim como com o impacto na sociedade, considerando suas frentes de trabalho. Saber que a empresa que escolhi tem um olhar sério e eficiente para o tema de equidade de gêneros me deixa mais segura e confortável para pensar na construção de uma carreira interna, assim como me motiva a incentivar o crescimento e desenvolvimento de outras mulheres.”

Carolina Rezende Francisco Camargo,

Gerente de RH da Universidade do Varejo GPA



É necessário que as pessoas entendam que a equidade de gêneros é uma luta de todos(as) e não só das mulheres. Eu, como homem cis, tenho muito a aprender e, por isso, decidi participar do Grupo GPA pela Equidade de Gêneros. Acredito que priorizar esse tema em uma Companhia tão grande como o GPA é de extrema importância. Ouvir, desenvolver e dar oportunidade às mulheres faz com que o ambiente de trabalho seja cada vez mais igualitário. Faço parte de uma equipe majoritariamente feminina. Ter pares, Coordenadora e Diretora mulheres torna minha experiência enriquecedora, ajudando ainda mais na minha compreensão e meu desenvolvimento sobre o tema.”

Lucas Faria Borges,

Analista Digital Sênior



Fazer parte do grupo de afinidade de Equidade de Gêneros é uma excelente oportunidade para trocar experiências e aprofundar conhecimentos. Embora a desigualdade entre homens e mulheres seja um problema estrutural da sociedade, e que ainda existem muitos desafios e uma longa caminhada para que as mulheres tenham as mesmas oportunidades que os homens, é muito importante que as empresas estejam atentas ao tema e incentivem os (as) colaboradores(as) a discutirem e desenvolverem um pensamento crítico sobre o assunto.”

Isabela Moncorvo Vaz de Lima,

Analista de Projetos Sênior



Grupos de afinidade



Para mim é um grande orgulho participar do GPA Madiba, tomando mais consciência da importância das minhas atitudes no dia a dia e como posso influenciar e encorajar de forma positiva toda a Companhia para tratar o tema com a relevância necessária. A diversidade, sem dúvida, é uma fortaleza do GPA e fico muito feliz em poder contribuir.”

Paulo Epaminondas,

Diretor de Operações Pão de Açúcar e Sponsor do GPA Madiba



Para mim ser Sponsor do Madiba é, sobretudo, uma oportunidade de aprendizado e reflexão sobre um tema de profunda importância em nossa sociedade. É motivo de muito orgulho estar em uma Companhia que tem essa preocupação com a equidade racial. Eu entendo que as pessoas e as empresas têm a obrigação de se engajar e aumentar o conhecimento de todos sobre o tema.”

Marcelo Simões,

Diretor de Contabilidade e Sponsor do GPA Madiba



Lembro do meu primeiro dia no GPA. Já pude perceber que aqui a diversidade acontece. Uma empresa que impacta e muito a sociedade e, por isso eu acredito que as ações com o olhar voltado para a equidade racial são de extrema importância. Aqui, nós nos conectamos com outras pessoas e histórias, seja apoiando ou se desenvolvendo juntos(as). O grupo GPA Madiba ajuda a potencializar a informação, o empoderamento das pessoas negras, além de proporcionar um ambiente cada vez mais diverso, me sinto muito bem em fazer parte dessa história.”

Gabriela Cristina Medeiros Jardim Lima,
Analista de RH da Universidade do Varejo GPA



Participar de um grupo potente como o GPA Madiba é, além de tudo, gratificante e enriquecedor. A oportunidade que o GPA nos dá em ter essa troca e, principalmente, esse crescimento como ser humano é uma experiência única que proporciona um entendimento e uma percepção sobre os desafios existentes para a população negra e como nós, pessoas brancas, podemos ser aliadas nessa luta. O tema de equidade racial deve ser debatido e potencializado. Me sinto muito feliz em fazer parte disso.”

Carolina Marcia da Costa Perieto,

Coordenadora Administrativo Financeiro da GPAtiva



Ser membro do GPA Madiba é me sentir aceita e incluída. Ter a pauta de raça discutida em uma empresa tão grande e que abre oportunidade para pessoas negras é importante, pois realiza sonhos e, com certeza, alimenta as vidas de cada pessoa preta que almeja uma vida melhor por meio do seu trabalho e faz com que os objetivos do GPA sejam os nossos objetivos. Eu sinto que a cada atividade exercida estou abrindo portas para que outra pessoa negra como eu possa estar aqui no GPA e aproveitar e alcançar tudo o que a nossa Companhia tem a oferecer de melhor no varejo e o mais importante: se sentir pertencente.”

Leticia Silva Leandro,

Assistente Jurídica Júnior



Equidade de gêneros

Ao longo dos anos, o GPA ampliou a participação feminina em seu quadro de colaboradores(as) – 53% é formado por mulheres – e buscamos consolidar a presença de nossas colaboradoras nos cargos de liderança. O reflexo desse movimento é percebido em nosso Índice de Sustentabilidade e Diversidade (ISD), considerado na remuneração variável dos cargos elegíveis, que desde 2016, passou a contar com a métrica de proporção de mulheres em cargos de liderança (gerência e acima). Encerramos o ano com percentual de 38,3%, o que mostra evolução em direção à meta de chegar a 40% até 2025.

Em 2022, realizamos diversas ações que têm como intuito elevar o número de mulheres em posições de liderança nas áreas corporativa e operacional. Confira algumas delas:

Programa de Desenvolvimento da Liderança Feminina

Uma das principais iniciativas é o Programa de Desenvolvimento da Liderança Feminina, ao qual demos continuidade em 2022. Foi iniciado em 2019 para 100% das diretoras e gerentes do Grupo, e seguiu evoluindo com a ampliação para o grupo de média liderança, em 2020, e depois não líderes via autoinscrição, em 2021. O Programa já capacitou mais de 1,2 mil colaboradoras, sendo que mais de 20% delas foram promovidas.

As participantes adquiriram habilidades e conhecimentos que auxiliam nos próximos desafios de suas carreiras, como o aumento da visão crítica e do empoderamento feminino, maior grau de consciência e percepção dos vieses inconscientes, valorização da sororidade, maior ambição de crescimento profissional planejada e um maior senso da responsabilidade em aprender e fazer diferente.

Em outubro de 2022, realizamos a formatura das colaboradoras no auditório do GPA, registrando o primeiro encontro presencial

do programa pós-pandemia. Mais de 300 participantes fizeram parte de um momento de emoção e troca de experiências e que contou com as palestras de Edna Goldoni, consultora especialista em empoderamento feminino, e Daiane dos Santos, ex-ginasta brasileira, medalhista e comentarista.

O Programa engloba ainda outras atividades:

▸ Grupo de Sororidade das Diretoras

Outra ação em prol da liderança feminina é o Grupo de Sororidade das Diretoras. Elas atuam, há mais de três anos, com o apoio de uma consultoria externa, como influenciadoras e mentoras para as demais mulheres da organização nas questões de sororidade, vieses inconscientes, entre outras, indicando que o mundo corporativo está em constante evolução e é possível construir uma carreira de sucesso, independentemente do gênero.

▸ Programa Empodera

Iniciativa voltada para mulheres líderes e não líderes que tem como intuito nivelar o conhecimento sobre temas relevantes para o desenvolvimento das competências necessárias ao exercício da liderança e estimular o empoderamento feminino, visando a equidade de gêneros. A jornada de estudo é composta por seis módulos: Autoconhecimento, Vieses e Síndrome da Impostora, Mulheres de Alto Impacto, Liderança Estratégica, Imagem Profissional e PDI Empoderamento. O programa contou com mais de 250 mulheres treinadas, entre gerentes, coordenadoras, consultoras e não líderes, em seis encontros e mais de 2.200 horas de capacitação.



Formatura do Programa de Desenvolvimento da Liderança Feminina



Eu conheci o Programa quando ele era direcionado para a liderança até então, e quando surgiu a oportunidade de fazer pela média liderança eu me inscrevi e foi transformador. Eu tive muito conhecimento, pude ampliar e mudar meu mindset da força que a mulher tem, do poder que tem dentro de nós e, além disso, da nossa rede de apoio. São histórias que se conectam, que são muito parecidas e que mostram que a gente consegue vencer os desafios desde que estejamos prontas e acreditemos na nossa força interior.”

Rosana Barros,

Secretária Executiva da área de Digital, Manutenção e Segurança

Ações de equidade de gêneros – Êxito

O Grupo Êxito atualizou o perfil de seus(as) colaboradores(as), considerando as diversas características como fonte de informações relevantes para aprimorar suas estratégias focadas em diversidade, equidade e inclusão.

Programa de Desenvolvimento de Mulheres – Ambição

Com foco nas mulheres não líderes que concluíram, em anos anteriores, a formação do Programa Empodera, nesse curso elas seguem o seu autodesenvolvimento com novos temas relevantes para sua jornada profissional, equidade de gêneros e ambição em assumir posições de liderança. O curso é composto por três módulos: “Comunicação Assertiva”, “Roda de Conversa: Como ser assertiva e superar resistências” e “Ampliando horizontes”. O programa contou com mais de 160 mulheres treinadas e adesão de 72%.

Programa de Desenvolvimento da Liderança Feminina – Sororidade

Esse programa visa ampliar o olhar e atuação da liderança feminina já treinada em cursos anteriores a respeito da sororidade, contribuindo para disseminar a empatia, colaboração e respeito. Os assuntos abordados giraram em torno dos temas “Meu impacto para um GPA mais inclusivo”, “Roda de Conversa: Ser mulher no GPA” e “Criando Rede de Apoio entre Mulheres”. As mulheres contaram com a participação de diversas diretoras da Companhia que compartilharam suas experiências pessoais e profissionais. A ação somou 124 mulheres com adesão de 69%.

Mulheres – Proximidade em Ação

A ideia é empoderar e engajar as mulheres de Proximidade – gestoras das lojas Mini Extra, Minuto Pão de Açúcar e Pão de Açúcar *Fresh* – para aderirem aos programas do GPA, por meio de um encontro presencial, trazendo temas voltados à sororidade. O evento contou a participação de mais de 100 mulheres e a troca de histórias de colaboradoras das bandeiras, que inspiraram outras mulheres gestoras, reforçando a liderança – de maioria de mulheres em Proximidade – e contando com o apoio da alta administração.

Programa de Desenvolvimento para Mulheres Negras

O projeto teve como missão avançar na equidade racial e de gêneros, fomentando a participação ativa das mulheres negras na construção de uma jornada sustentável e próspera, no trabalho e na vida. Ao todo, as alunas participaram de cinco módulos: “Mulher de alto impacto”, “Quebrando vieses e estereótipos limitantes”, “Identidade: qual é a sua?”, “Emoções: com a gente é diferente!” e “Plano para toda a vida”. O programa contou com a participação de 68 mulheres negras e contabilizou 12 horas de capacitação em 10 encontros.

Atratividade, seleção e retenção

Nossa Política de Atratividade e Seleção garante, pelo menos, uma candidata mulher apresentada como finalista nos processos de liderança e reforçamos a publicação de vagas afirmativas e exclusivas para públicos como mulheres e pessoas trans.

Também acompanhamos mensalmente a disparidade salarial, se há possíveis riscos e discrepâncias entre salários pagos a colaboradores(as) de gêneros diferentes que exercem as mesmas funções, assim como contratações e promoções, rotatividade de colaboradoras mulheres e demissões voluntárias e involuntárias de mulheres que retornaram da licença-maternidade em um período de 12 meses. Em 2022, observamos que as mulheres tiveram uma remuneração média 1,48% menor em relação aos homens, reduzindo gradualmente esse percentual, que foi de 1,7% em 2021. E seguimos trabalhando em diferentes frentes para diminuir essa disparidade.

Dia Internacional da Mulher

Realizamos a campanha “Mulheres que Fazem o Varejo” com depoimentos de mulheres plurais da Companhia durante todo o mês de março e lançamos uma edição especial no canal Universidade em Casa, da nossa universidade corporativa, chamada “Respeita as Mina!”, além da atualização da cartilha sobre a data, destacando o tema da equidade de gêneros.

Combate à violência doméstica

Continuamos com o apoio a “Coalizão Empresarial pelo Fim da Violência contra Mulheres e Meninas”, liderada pelo Instituto Avon em uma campanha pelo fim da violência doméstica com *banners* em nossos *apps* Pão de Açúcar e Clube Extra e conteúdos de apoio disponibilizados na plataforma da Universidade do Varejo GPA, que desde a publicação teve mais de 700 acessos, sendo 51% realizado por mulheres, além de ativar a campanha dos 21 dias de ativismo com a ação #VozdeUmaVozdeTodas, convidando mulheres a pensar sobre a potência de sua voz e como elas podem ser ouvidas e credibilizadas.

Movimento Mulher 360 – Café com CEOs

Sediamos a 15ª edição do evento que reúne diretores(as) e presidentes de grandes empresas, signatárias do Movimento Mulher 360, para debater relevantes temáticas sobre equidade de gêneros. O encontro abordou “Raça e Gênero: como ampliar a atração, contratação e promoção de mulheres negras” e nosso CEO, Marcelo Pimentel, foi um dos convidados para o painel de debate.



Bloomberg Gender-Equality

Nossa atuação na pauta de equidade de gêneros foi reconhecida com a seleção, pelo segundo ano consecutivo, para compor o índice *Bloomberg Gender-Equality*. Em 2022 e 2023 integramos o Índice que acompanha o desempenho de empresas de capital aberto comprometidas com a transparência das práticas e políticas relacionadas a gênero em todo o mundo. Ele mede a igualdade de gêneros em cinco pilares: liderança feminina e trilha de carreira dos talentos, igualdade de salários e paridade de remuneração entre gêneros, cultura inclusiva, políticas antiassédio sexual e marca externa.

Equidade Racial

Ao longo de 2022, o GPA evoluiu significativamente na questão racial com programas de desenvolvimento, estágio exclusivo para negros(as) e reconhecimentos de organizações da sociedade civil e governamentais de nosso trabalho no tema. Temos um compromisso de manter, no mínimo, 50% do nosso quadro formado por colaboradores(as) negros(as). Ao final do período de relato deste documento, atingimos o percentual de 56%, sendo 43% em cargos de liderança (gerência e acima). Conheça alguns dos destaques dessa agenda no período:

Programa de Desenvolvimento para Negros e Negras

Colocamos em prática um programa para formar lideranças negras, com mais de 120 participantes, feito em parceria com a Faculdade Zumbi dos Palmares, para apoiá-los(as), criando oportunidades de inclusão, empoderamento, pertencimento, autoconhecimento e autodesenvolvimento.

Foram mais de 80 horas de treinamento, abordando racismo e sociedade, autoestima e marca pessoal, protagonismo e carreira, relacionamento interpessoal, educação financeira, comunicação empresarial, liderança, negociação e resolução de conflitos, entre outros.

Programa de Estágio

Em 2022, promovemos o Programa de Estágio Exclusivo para Pessoas Negras, com o objetivo de aumentar a inclusão de jovens negros(as) na Companhia. Tivemos 27 vagas para diferentes áreas da Companhia, como RH, Comercial, Melhoria Contínua, Comunicação e outras, que iniciaram as atividades de fevereiro.

Eles(as) realizaram uma trilha de desenvolvimento comportamental embasada nas competências GPA, além de módulos complementares focados no empoderamento racial, realizados por uma consultoria especializada no tema. A trilha foi reconhecida no Prêmio A Revolução da Aprendizagem 2022, promovido pela REVVO consultoria de treinamento, na categoria Protagonismo Digital.

Os(as) gestores(as) também realizaram capacitações de diversidade para garantir uma inclusão efetiva.

Guia de combate à discriminação racial

Uma das iniciativas mais relevantes na agenda de equidade racial em 2022 foi o relançamento do guia Diretrizes para Combate à Discriminação e Promoção da Equidade Racial do GPA. Disponível para todos os *stakeholders* no site institucional, ele foi desenvolvido em parceria com o Instituto Identidades do Brasil (ID_BR) e traz informações essenciais sobre a pauta de equidade racial para destacar o cenário de desigualdades presentes no Brasil e seu impacto no dia a dia. Além disso, pretende enfatizar a importância do papel e da responsabilidade de todos(as) os(as) colaboradores(as) em prol da agenda antirracista.



Estagiários(as) participam de treinamento na sede do GPA

Pílulas antirracistas

Em 2022, demos continuidade à divulgação de vídeos sobre o tema em nossa Universidade do Varejo GPA, denominados Pílulas Antirracistas. Criada em parceria com o Instituto Identidades do Brasil (ID_BR), a iniciativa aborda temas como ética antirracista, diferentes tipos de racismo, entre outros assuntos.



A primeira vez que eu tive reunião no GPA, eu me posicionei e ninguém me questionou. Foi um diferencial que me fez acreditar que eu vim para a empresa certa. Eu participei do Programa de Desenvolvimento para Mulheres Negras. Foi um curso super bacana, tivemos várias dicas legais, realmente para o desenvolvimento da mulher. A gente sabe que nós somos poucas, as mulheres no comando, no cargo de diretoria, e esse curso trouxe muito aprendizado para gente. Eu vejo uma Fabiana mais centrada, que as pessoas ouvem e aceitam a opinião e a diversidade. Eu tenho muito futuro pela frente, uma porque eu estou agarrando as oportunidades com as duas mãos e porque a empresa dá oportunidade."

Fabiana da Silva Inocêncio,
Coordenadora de Operações *E-commerce Express* e participante dos programas de treinamento para Negros e Negras e para Mulheres Negras.

Treinamento obrigatório do Procon-SP Racial

Seguimos atentos(as) às demandas da sociedade e com o lançamento do canal Procon-SP Racial para o recebimento de denúncias relacionadas ao crime de racismo nas relações de consumo e apuração das infrações previstas em lei. Nossos(as) colaboradores(as) de lojas, postos, centrais de distribuição e escritórios corporativos do Estado de São Paulo realizaram o treinamento obrigatório “10 Princípios para o Enfrentamento do Racismo nas relações de consumo”, para que todos(as) estejam por dentro de como funciona o canal e como podemos contribuir na agenda antirracista. Em pouco mais de 60 dias após o seu lançamento, mais de 80% dos(as) colaboradores(as) já tinham participado da iniciativa, que é obrigatória.

Dia da Consciência Negra

Para celebrar a data e despertar a reflexão sobre o tema, realizamos uma *websérie* de cinco episódios em nosso *LinkedIn* com a participação de nossos(as) colaboradores(as), que compartilharam suas histórias no GPA e a evolução de suas carreiras dentro da Companhia. E promovemos uma palestra especial para o público interno com o ator Douglas Silva, que falou sobre as questões raciais que enfrentou durante sua trajetória.

Equidade salarial

Em 2022, iniciamos a análise de equidade salarial entre pessoas negras e não negras e atuamos para correção de casos identificados. Anteriormente essa análise acontecia apenas para o critério de equidade de gêneros.



Reconhecimentos e prêmios

Nossas iniciativas foram reconhecidas com o recebimento do Selo Igualdade Racial, da Prefeitura de São Paulo, voltado para instituições privadas que tenham, ao menos, 20% de pessoas negras em seu quadro de funcionários, distribuídas em hierarquias e funções diversas; o destaque na categoria Recrutamento da 2ª edição do Índice de Equidade Racial Empresarial (IERE), realizado pela Iniciativa Empresarial pela Igualdade Racial; e a premiação Melhores Empresas em Práticas e Ações de Diversidade, também promovida pela Iniciativa, na categoria Ascensão de Profissionais Negros(as) pelo nosso Programa de Desenvolvimento de Negros e Negras.



Diversidade etária

As iniciativas focadas em diversidade etária também fazem parte do escopo de atuação do GPA nos temas prioritários de diversidade. Contemplam de jovens a profissionais sêniores, com o oferecimento de oportunidades profissionais para todas as idades, com o intuito de criar um ambiente diverso em experiências de vida.

Canal Viva a Longevidade

Atualmente, a Companhia conta com 10,8% da população com mais de 50 anos que atuam em todas as áreas, seja em cargos executivos, na loja, na jornada de atendimento ou no digital. E para apoiar o desenvolvimento pessoal e profissional deles(as), contamos com o canal Viva a Longevidade. Disponível na Universidade do Varejo GPA, ele oferece conteúdo dividido em três pilares: Carreira & Propósito, Saúde & Bem-estar, e Planejamento & Finanças. Além disso, traz conteúdos exclusivos desenvolvidos pela Maturi, empresa parceira especialista no tema, para que os(as) nossos(as) colaboradores(as) sintam-se apoiados(as) nessa fase de vida.

Websérie Gerações

Também na Universidade do Varejo GPA lançamos a *websérie* Gerações, voltada para todos(as) os(as) colaboradores(as), que aborda temas relacionados à aprendizagem, *Lifelong Learning* (aprendizado para a vida toda), *Rapport* (criar uma relação, conexão com outra pessoa por meio da empatia) e *mindset* (forma de pensar), conteúdo útil para todas as idades.

Fórum Gerações e Futuro do Trabalho

Em outubro de 2022, o GPA se tornou signatário do Fórum Gerações e Futuro do Trabalho, secretariado pela Mais Diversidade, consultoria especializada. Esse é o primeiro fórum de empresas constituído para discutir e encaminhar soluções referentes às questões geracionais no mundo corporativo, além de ser um espaço de reflexão sobre o futuro do trabalho. A cerimônia aconteceu no 1º Encontro presencial do Fórum, sediado no GPA, com a participação da nossa diretora-executiva de RH e Sustentabilidade, Mirella Gomiero.

Programa Jovem Aprendiz

A iniciativa de entrada na Companhia oferece vagas em nossas lojas, centrais de distribuição e escritórios corporativos para jovens que, além de ter o contato inicial com o mercado de trabalho, participam de um curso voltado para o desenvolvimento pessoal e profissional, aprendendo importantes habilidades para o crescimento na carreira. Priorizamos nesse programa os(as) jovens de baixa renda e/ou em situação de vulnerabilidade social e pessoas trans, para auxiliar na inclusão dos grupos minoritários em grandes empresas como o GPA.

Lançamos, em 2022, a trilha de desenvolvimento “Meu Futuro” voltada para os(as) jovens aprendizes do Grupo, na plataforma da Universidade do Varejo GPA. Nela, são abordados temas como, “Despertar – o autoconhecimento proporcionando a capacidade de se responsabilizar e tomar as rédeas da própria história”; “Planejar – Pensar no futuro é

uma necessidade para qualquer pessoa e é a partir desse olhar que irá proporcionar o planejamento dos próximos passos”; e “Realizar – é necessário criar coragem e superar todos os desafios e obstáculos, somente assim será possível não apenas se inserir no mercado de trabalho, mas também traçar uma carreira promissora”.

Programa de Estágio

A turma de estagiários(as) selecionada passou por etapas *online* e *offline*, incluindo *videoselfie*, *case* de negócio, dinâmicas de grupo vinculadas aos nossos valores e entrevistas.

Para ampliar a diversidade, desenvolvemos algumas estratégias nos processos de seleção. Entre elas estão eliminar a exigência do inglês (antes obrigatória) e adotar a metodologia de “CV às cegas”, pela qual os(as) gestores(as) desconhecem a origem dos(as) candidatos(as) (universidade em que estudam, bairro onde moram, idade e gênero), evitando assim vieses inconscientes que podem influenciar na escolha.

As duas últimas turmas do Programa de Estágio foram de seleção exclusiva para negros(as). *Saiba mais em Equidade Racial.*

Estágio de férias GPA Labs – Desenvolvida pela área de inovação do GPA e RH, em parceria com o Insper, a iniciativa aconteceu pelo terceiro ano consecutivo. Os(as) estagiários(as) passaram seis semanas no GPA, realizando projetos em diversas áreas, como Marketing, Marcas Próprias, *Customer Insights*, Fidelidade, *E-commerce*, Inovação e Promoções.



A pauta geracional é uma das mais relevantes na agenda de diversidade e inclusão. Ao aderir aos compromissos do Fórum Gerações e Futuro do Trabalho, o GPA demonstra comprometimento com o tema e conexão com assuntos urgentes para a nossa sociedade e ambiente empresarial. Como empresa grande que é, tem potencial para estimular o mercado, sua cadeia de valor, colaboradores(as) e clientes em direção a uma economia mais próspera, inclusiva e solidária.”

Ricardo Sales,

CEO da Mais Diversidade, instituição responsável pelo Fórum Gerações e Futuro do Trabalho



Tenho 74 anos e amo trabalhar. Participei do 1º Fórum de Gerações, representando o público da terceira idade da Companhia. Foi muito gratificante esse evento e me senti muito valorizada como funcionária e idosa. Trabalhar no Pão de Açúcar é muito bom, me sinto rejuvenescida no meio da turma jovem. Quanto ao idoso trabalhar, acho muito importante, pois ativa a mente e nos sentimos valorizados(as), nos dando liberdade e autonomia, que só nos enriquece. É maravilhoso abrirem essa porta importante para nós, idosos(as).”

Maria das Graças,

Operadora de caixa do Pão de Açúcar



Respeito e Promoção aos Direitos LGBTQIA+

Os direitos de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transexuais, *Queers*, Intersexos, Assexuais e mais (LGBTQIA+) fazem parte do escopo de atenção e valorização da diversidade no GPA. Confira algumas de nossas ações que foram destaque em 2022:

Desconstruindo a LGBTfobia

Lançamos uma *websérie* na Universidade do Vale do Paraíba GPA com Marcelo Cosme, autor do livro “Talvez você seja... Desconstruindo a LGBTfobia que você nem sabe que tem”, que abordou o convívio harmonioso, trabalho e família, desmistificação da sexualidade e a contribuição de todos(as) para a construção de uma sociedade mais diversa e inclusiva. A publicação de Cosme foi um dos livros selecionados para o Fórum do Livro que contou com 60 participantes em quatro encontros.

Dia da Visibilidade Trans

Promovemos ações de conscientização no Dia da Visibilidade Trans, em 29 de janeiro, dentro da Companhia e também para o público externo em parceria com a nossa bandeira Pão de Açúcar. Para abordar o assunto, foi feita uma série de *stories* nas redes sociais da marca, trazendo informações sobre a temática, com enquete e perguntas para estimular dúvidas e curiosidades; conteúdo com o *youTuber*, publicitário e homem trans Luca Scarpelli; a multiartista Mel, primeira cantora travesti a se destacar no universo do pop nacional, para contar sua história e reforçar a importância da temática; e encerramos com o depoimento da colaboradora do GPA, Ara Mirim.

Dia Internacional de Combate a LGBTfobia

Em maio, voltamos a enfatizar o assunto no Dia Internacional de Combate a LGBTfobia. O início dos trabalhos se deu com a criação de um *avatar* do tema em todas as nossas redes sociais, reforçando o uso de nossos *stickers* e de fundo para reuniões no aplicativo *Teams* entre nossos(as) colaboradores(as). Além disso, divulgamos um carrossel *teaser* com dados impactantes sobre o tema, convidando para o episódio completo.

Além disso, nossa marca Pão de Açúcar, por meio de suas redes sociais, usou a campanha “Felicidade é Poder Ser” para dar voz e espaço à comunidade LGBTQIA+, trazendo informações consistentes sobre o tema. Um dos pontos altos foi a participação de Reinaldo Bulgarelli, secretário-executivo do Fórum de Empresas e Direitos LGBTQIA+ e consultor de Diversidade, Equidade e Inclusão em diversas empresas, no *podcast* do Pão, “Lugar de Escuta”.

Em junho, no mês do Orgulho LGBTQIA+, promovemos uma palestra com Thiago Amparo, professor da Fundação Getúlio Vargas - Direito SP e da FGV RI e colunista do jornal Folha de S.Paulo sobre o tema e também uma comunicação interna de destaque sobre a data a todos(as) os(as) colaboradores(as), por meio do *e-mail* corporativo, contextualizando sua criação e trazendo dicas de respeito e tolerância quanto a vieses inconscientes e expressões incorretas utilizadas no dia a dia. Também tivemos depoimento de colaboradores(as) representando cada uma das letras da sigla LGBT, falando sobre a importância da data e da representatividade. Ainda contamos com um vídeo comemorativo, com depoimento de membros do Grupo de Afinidade Orgulho LGBTQIA+ e EmbaixadorEs da Diversidade, veiculado no *LinkedIn* do GPA.

Nossas lojas do Minuto Pão de Açúcar na Avenida Paulista marcaram presença na parada LGBTQIA+, caracterizadas com a temática para atender ao grande público que circulou pela região.

E também patrocinamos a Feira Divers(a), pelo terceiro ano consecutivo. Ela é um dos principais eventos de conexão e articulação de oportunidades entre empresas, estudantes e profissionais LGBTQIA+. E ainda participamos da Feira de Empregabilidade LGBTQIA+, organizada pela Empresa Comunidades, parceira do Instituto GPA. A iniciativa social conecta pessoas da região de Paraisópolis, em São Paulo, com empresas que contratam, capacitam e promovem a orientação profissional. No evento, os(as) candidatos(as) participam de palestras e rodas de conversa com líderes da causa e tiveram acesso a vagas de empresas parceiras, como o GPA.

Projeto Orgulho do Meu RG

Promovido em parceria com a Bicha da Justiça, escritório de advocacia voltado para a promoção dos direitos da comunidade LGBTQIA+, o projeto apresenta foco na população trans e travesti em situação de vulnerabilidade socioeconômica, residente no Brasil, que deseja alterar nome e/ou gênero nos assentos do registro civil, assegurando o direito de tratativa de pessoas trans e travestis por seu nome social, em todas as esferas que exijam apresentação de documentos. Divulgado durante a 6ª Semana da Diversidade no GPA, como parte da abertura da palestra “Meu nome Importa”, com Gabi Augusto, o Projeto contemplou dez colaboradores(as) com a retificação da certidão de nascimento. As pessoas do GPA foram selecionadas por meio de sorteio, após autoinscrição. A ação contemplou também três cotas de retificação destinadas ao projeto social da Bicha da Justiça, considerando a população civil.



“Todo mundo me respeita muito, a gente conversa bastante também sobre gênero, e eu sempre dou uma puxadinha nos assuntos para falar sobre. Participar do Programa Orgulho do Meu RG foi muito importante para mim, porque a coisa mais essencial era a documentação, você ter o seu nome bonitinho na certidão e no RG e poder ir nos lugares. Acho que é a coisa mais importante para uma pessoa trans, que se entendeu e busca ter o reconhecimento da sociedade. Somos muitos(as) e bem diferentes um(a) do(a) outro(a) e acho que é essencial ocuparmos esses espaços.”

Felipe Augusto,

Operador de Loja da Seção de Frutas, Legumes e Verduras (FLV) do Pão de Açúcar



Ação no Dia do Orgulho LGBTQIA+

Inclusão e desenvolvimento de pessoas com deficiência

Estamos atentos(as) à inclusão e desenvolvimento de pessoas com deficiência. Como signatários do Pacto pela Inclusão de Pessoas com Deficiência (Rede Empresarial de Inclusão Social) assumimos cinco compromissos, dentre eles, o comprometimento da liderança em respeitar e promover os direitos das pessoas com deficiência (PCDs), desenvolvimento de ações afirmativas, promoção de ambientes inclusivos e acessíveis, comunicação e educação para o respeito dos direitos das pessoas com deficiência e inclusão da questão da deficiência na estratégia da Companhia.

Ao longo de 2022, seguimos investindo em diversas ações afirmativas para inserir e desenvolver pessoas com deficiência em nosso quadro de colaboradores(as), proporcionando a eles(as) um plano de carreira consistente.

Seleção

Reestruturamos o modelo de atendimento de seleção, ampliando parcerias com instituições credenciadas e realizando ações centralizadas para pessoas com deficiência e jovens aprendizes, resultando na contratação de mais 2 mil colaboradores(as) e obtendo um crescimento de mais de 20%.

Parceria com o Instituto Jô Clemente

A antiga Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais (APAE) apoia o GPA prestando serviços de assessoria, qualificação e inclusão de pessoas com deficiência. Em 2022, 79 aprendizes com deficiência atuaram em nossas lojas, CDs, postos de combustíveis e escritórios. Considerado uma referência no atendimento à deficiência intelectual e Transtorno do Espectro Autista (TEA), o Instituto

nos ampara usando a metodologia Emprego Apoiado, que desenvolve habilidades sociais e comportamentais, além de auxiliar o ingresso das pessoas com deficiência no mercado de trabalho.

Autismo Tech 2022

Apoiamos o movimento, criado em 2018, que tem como objetivo incentivar a criação de ideias inovadoras para a comunidade autista, além de aumentar a empregabilidade de toda a comunidade neurotípica. Na edição 2022, aconteceu o *Hackaton*, de 14 a 24 de setembro, com o tema “Como aumentar o protagonismo e empregabilidade da comunidade autista por meio da tecnologia”.

Você + 1 talento

Por meio deste programa de indicação, estimulamos nossos(as) colaboradores(as) a recomendarem pessoas com deficiência para as vagas disponíveis no GPA. Retomada em 2021, a iniciativa envolve um acompanhamento após a admissão desses(as) profissionais durante os três primeiros meses, feito pelos times de Atratividade & Seleção e Diversidade & Inclusão, que também atuam na sensibilização das equipes que receberão os(as) colaboradores(as).

Programa de acolhimento aos(as) recém-chegados(as)

O programa, que tem como intuito apoiar a efetiva inclusão dos(as) colaboradores(as) com deficiência, foi reestruturado e retomado em outubro de 2022. Acompanha a atuação desses(as) profissionais durante os primeiros 90 dias de trabalho para compreender suas expectativas e

necessidades, com o intuito de criar uma trilha de carreira para eles(as) na Companhia. Em 2022, mais de 140 colaboradores(as) participaram da ação, com um índice de retenção de 85% ao longo do Programa inteiro.

Acordo de Capacitação Técnica em parceria com o INSS

O GPA conta com uma parceria com o Instituto Nacional do Seguro Social (INSS) para promover treinamento em lojas, CDs e áreas corporativas para os(as) beneficiários(as) em programa de reabilitação profissional, ajudando no reingresso no mercado de trabalho. Em 2022, mais de 100 segurados(as) passaram pelo processo.

Interpretação em Língua de Sinais

332 lojas de bandeiras do Grupo Éxito já possuem um Centro de Intérpretes de Língua de Sinais para facilitar a comunicação com pessoas que possuem deficiência auditiva.



Colaboradora da CD



Sou surdo e trabalho no Mercado Extra. Aqui na loja eu sou muito querido pelos(as) funcionários(as) e pelos(as) clientes e me sinto muito feliz por ser tratado com igualdade. O GPA é uma empresa que oferece oportunidade para os(as) surdos(as), tenho colegas que trabalham em outras unidades e isso é muito importante. Faço vídeos ensinando os sinais de LIBRAS para os(as) meus(minhas) colegas, eles(elas) gostam de aprender e cada vez mais se comunicam comigo por meio dos sinais, só tenho gratidão no meu coração.”

Luciano Pereira da Silva,
Chefe de Seção no Mercado Extra



Recrutamento e seleção

IGRI 3-3 | TEMA MATERIAL: ATRAÇÃO, RETENÇÃO E DESENVOLVIMENTO

Sabemos que o processo de recrutamento e seleção é um passo importante para termos os melhores talentos na Companhia e para que eles estejam alinhados ao nosso propósito de “Alimentar sonhos e vidas”. Por isso, nos dedicamos ao aprimoramento dos processos e treinamos nossas equipes para obterem os melhores resultados.

Conheça as ações voltadas para o nosso processo seletivo:

- ▶ Processo totalmente digital, desde 2019, a partir do cadastro dos(as) candidatos(as) e acompanhamento em tempo real das etapas;
- ▶ Página de carreiras (www.gpabr.com/euescolhogpa/) atualizada de acordo com os princípios e valores do GPA e com processo transparente para os(as) candidatos(as);
- ▶ Recrutamento também via *Indeed*, *Infojobs* e *LinkedIn*;
- ▶ Participação em feiras, eventos e parceria com universidades;
- ▶ Banco de talentos na Gupy para diminuir o tempo de recrutamento;
- ▶ Divulgação de vagas afirmativas em nossa página de carreiras e em *sites* para públicos específicos, como a *Transempregos*, voltada para a inclusão de pessoas transgênero;
- ▶ Processo de Seleção Interno (Prosin), que divulga vagas simultaneamente às publicações externas (até o nível de coordenação e vagas que não sejam confidenciais). Mais de 700 vagas foram publicadas na página do Prosin em 2022;
- ▶ Publicação de depoimentos de colaboradores(as) na rede social interna com o mote “Eu Escolho GPA” para compartilhar as trajetórias profissionais e engajar o time.

Nossas ações de Marca Empregadora compreendem toda a jornada do(a) colaborador(a) no GPA:

- ▶ Parcerias com universidades e organizações sem fins lucrativos, visando a empregabilidade.
- ▶ Relacionamento com universidades para desenvolvimento e colaboração em projetos.
- ▶ Parceria de seis meses com o Insper no Programa Resolução Eficaz de Problemas, dirigido aos(as) alunos(as) do 6º período do curso de Administração.
- ▶ Participação anual na Feira Conexão Empreendedorismo e Inovação, promovida pela Fundação Estudar, organização que apoia o desenvolvimento pessoal e profissional de jovens. Na edição de 2022, participamos do painel “Diversidade na Liderança”, ressaltando o papel da inclusão nas organizações.
- ▶ Parceria com a *Awari*, escola digital que ajuda na formação de profissionais e na recolocação no mercado de trabalho. Além de desenvolver os(as) jovens por meio dos cursos, também promove encontros mensais em que nossa área de atratividade e seleção tem a oportunidade de direcionar os(as) alunos(as) para posições em aberto.
- ▶ Lançamento do projeto *Working Day* GPA para mais de 30 universitários(as), com o objetivo de proporcionar a imersão na nossa cultura, apresentar nossos negócios e a atuação da Companhia no varejo. Recebemos estudantes

das instituições Fundação Getulio Vargas (FGV), Universidade Federal do ABC (UFABC), Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP), Universidade de São Paulo (USP) e Mackenzie.

- ▶ Participação de mais de 160 colaboradores(as) nos dois encontros da Comunidade *Tech*, iniciativa desenvolvida com o objetivo de compartilhar conhecimentos de tecnologia e digital por meio de uma roda de conversa para abordar temas relacionados com maior profundidade.
- ▶ Publicação de depoimentos de colaboradores(as) no *LinkedIn* para compartilhar as trajetórias profissionais e engajar candidatos(as).

Prêmios e reconhecimentos

Seguimos em um esforço contínuo para sermos reconhecidos nas premiações mais importantes do setor. Recebemos, pela quarta vez consecutiva, o selo “Empresa que dá *feedback*”, que reconhece as organizações que utilizam a plataforma Gupy para recrutamento e seleção e apresentaram nos últimos três meses, no mínimo, 90% de *feedbacks* para candidatos(as) em processos seletivos.

Também recebemos o Prêmio Gupy Destaca, no reconhecimento como um dos “100 RHs que inspiram” do Brasil. A premiação dá visibilidade às empresas e áreas de Recursos Humanos que fazem a diferença na gestão de pessoas, buscando novas práticas, personalização e fatores que tornem o trabalho cada vez mais próximo e humanizado, sem deixar de lado a inovação.

Colaboradora opera empilhadeira na Central de Distribuição



Cultura e engajamento

O GPA vive uma nova era e nossa cultura acompanha esse movimento. Por isso, iniciamos em 2022 uma pesquisa com nossos(as) colaboradores(as) para entender se o propósito, missão e valores seguem alinhados com as estratégias da Companhia e as vivências do dia a dia. O processo será concluído em 2023.

PESQUISA DE ENGAJAMENTO

Em 2022, realizamos mais uma edição da pesquisa de engajamento “Fale na Boa”. A ideia foi ouvir nossos(as) colaboradores(as) para evoluir os processos da Companhia para alcançar um ambiente de trabalho cada vez mais saudável e acolhedor. Para medir o engajamento e a satisfação dos(as) profissionais, a pesquisa foi aplicada para 100% do time e obteve uma adesão de 87,5%, ante 99% em 2021.

Feita em parceria com a *startup* Pulses, plataforma de gestão contínua de pessoas, o levantamento envolveu perguntas quantitativas, qualitativas e condicionais, avaliando dimensões como Carreira, Aprendizado e Desenvolvimento; Colaboração; Comunicação e Transparência; Cultura e Valores; Diversidade e Sustentabilidade; Engajamento; Infraestrutura de Apoio; Liderança; Bem-Estar; Remuneração e Benefícios.

Entre os resultados de destaque estão a média de 7,9 na soma de todas as questões, ante 7,6 no ano anterior – em uma escala de 1 a 10. Pela segunda vez, adotamos a metodologia e-NPS (*Employee Net Promoter Score*), que mede a satisfação dos(as) nossos(as) colaboradores(as) tendo como base a pergunta “Eu recomendaria o GPA para minha família ou amigos(as) como um bom lugar para trabalhar?”. Enquanto em 2021, 42% deles(as) indicariam a Companhia, em 2022 esse índice subiu para 49%. Apesar do avanço, ainda há espaço para evoluirmos nesse quesito.



Colaborador responde Pesquisa do Fale na Boa

Eu recomendaria o GPA para minha família ou amigos(as) como um bom lugar para trabalhar?

Média da soma de todas as questões – em uma escala de 1 a 10



Diálogo social

O GPA promove diversas ações que estimulam o diálogo social, incluindo a manutenção do relacionamento com 170 sindicatos das diversas categorias trabalhistas que fazem parte da Companhia. Em 2022, negociamos convenções e acordos coletivos com vários deles para adequar suas premissas às metas da empresa e que cobrem 100% do nosso quadro de colaboradores(as). Entre as principais iniciativas destacam-se reajustes negociados; inclusão do piso de experiência pelo período de 90 dias; acordos assinados para abertura de lojas em feriados e em datas específicas, que dão permissão para o funcionamento dos pontos de vendas nesses períodos específicos. [GRI 2-30]



Saúde e bem-estar

|GRI 3-3| TEMA MATERIAL: BEM-ESTAR, SAÚDE E SEGURANÇA, |GRI 403-6|

No que diz respeito a saúde e bem-estar, nosso propósito é tornar o ambiente de trabalho mais seguro, promovendo a saúde e a integridade física dos(as) colaboradores(as), trabalhando para reduzir a ocorrência de acidentes e doenças ocupacionais.

Para isso, contamos com profissionais atuantes do Serviço Especializado em Engenharia de Segurança e Medicina do Trabalho (SESMT). Desde 2021, adotamos o Sistema de Gestão em Saúde e Segurança do Trabalho para a execução e a elaboração de todos os documentos legais necessários para o atendimento ao e-social (sistema informatizado da Administração Pública). **|GRI 403-1|**

Com um olhar ainda mais abrangente, o programa da Companhia voltado para essa área assegura a saúde física, mental e social dos(as) colaboradores(as) e dependentes por meio de ações que englobam campanhas preventivas, divulgação de conteúdo relevante sobre saúde, parcerias e disponibilização de atendimento psicossocial gratuito para o quadro funcional e familiares 24 horas por dia, sete dias por semana.

Em 2022, criamos um *dashboard* de saúde e bem-estar como forma de otimizar a gestão dos indicadores de Saúde Ocupacional, para ajudar no acompanhamento interno e gerar *status* e utilização de serviços, além de novos *insights* para futuras ações.

Cartão da Mamãe

Para dar continuidade às ações de fomento à valorização de nossas colaboradoras com foco na maternidade, além de garantir o apoio às mães na compra de produtos básicos de alimentação e higiene para as crianças entre seis meses e dois anos incompletos, fornecemos um crédito mensal de R\$ 154,00 para colaboradoras com mais de um ano de trabalho na empresa. Mensalmente, cerca de 900 colaboradoras são beneficiadas com esses créditos, que são feitos em cartão próprio aceito em todas as lojas da rede.

Programa Gestar

Destinado ao atendimento e acolhimento das gestantes, o programa foi lançado em 2022 com o apoio da área de Diversidade. Uma equipe multidisciplinar de profissionais atua para dar suporte às gestantes da Companhia, fornecendo atendimento prioritário e orientações. Até novembro de 2022, foram registrados mais de 700 atendimentos. A intenção é trabalhar ainda mais a divulgação do programa, bem como ampliar a quantidade de participantes. Ainda no tema da maternidade, atualizamos o Manual de Colaboradoras e Lideranças Gestantes, abordando a importância da paternidade ativa e relançamos na sede do GPA o Espaço Mamãe, para colaboradoras lactantes, preparado para recebê-las com conforto e cuidado.



Espaço Mamãe na sede do GPA

Gympass

Desde 2018, temos um convênio com o aplicativo *Gympass* para incentivar os(as) colaboradores(as) a praticar atividades físicas e, com isso, garantir seu bem-estar. Desde 2021, estendemos o pacote de serviços do *app* para saúde mental, alimentação saudável, qualidade do sono e combate ao tabagismo. Atualmente, cerca de 6 mil colaboradores(as) estão cadastrados(as) na plataforma.

Campanha de vacinação contra gripe H2N3

O GPA promoveu campanhas de conscientização contra a gripe H2N3, bem como ações de vacinação. Foi atingido 52% do público da Companhia, considerada a maior média geral dos últimos anos, contemplando mais de 20 mil colaboradores(as).

Dia Mundial da Atividade Física

Em abril, realizamos um evento em comemoração à data, trazendo ações presenciais para os(as) colaboradores(as), como ginástica laboral, avaliação médica e divulgação de aplicativos de bem-estar gratuitos, com participação de aproximadamente mil pessoas.

Grupo Éxito – Programa de Promoção e Prevenção

O Grupo Éxito se dedicou a promover um estilo de vida saudável para seus(suas) colaboradores(as) na Colômbia e prevenir doenças e acidentes, reduzindo o absenteísmo. De 1º de outubro de 2021 a 31 de setembro de 2022, o Grupo impactou 40.037 colaboradores(as) em nível nacional.

Entre os destaques nas atividades realizadas no período estão a triagem nutricional com bioimpedância, com o objetivo de prevenir transtornos alimentares e doenças crônicas não transmissíveis. Foram avaliadas 8.083 pessoas, atingindo centros de trabalho de difícil acesso como Caucasia, Valledupar, Montería, Sincelejo e Urabá.

Com foco em manter a saúde mental dos(as) colaboradores(as), o Grupo Éxito realizou várias atividades, no mesmo período, com o intuito de prevenir o desenvolvimento de patologias mentais e agilizar o atendimento quando identificadas.

Outras datas comemorativas

No segundo semestre, continuamos reforçando as campanhas de prevenção e saúde. Em outubro, realizamos a palestra com a ginecologista Dra. Helena Junqueira, em parceria com o laboratório Femme (especialista em saúde feminina) sobre as “Várias faces da saúde da mulher” em prevenção ao câncer de mama, com a participação de 495 colaboradores(as); e no mês de novembro, em parceria com o Hospital Oswaldo Cruz, promovemos palestra sobre a saúde do homem, com conteúdo ministrado pela médica oncologista Dra. Eliza Dalsasso, com a participação de 385 pessoas.

Segurança no trabalho

|GRI 3-3| TEMA MATERIAL: BEM-ESTAR, SAÚDE E SEGURANÇA, |GRI 403-2, 403-4, 403-5, 403-7|

O Zero é Possível – Nossas Lojas sem Acidentes

A iniciativa integra a campanha que promove a cultura de segurança e a disciplina operacional da Companhia, guiada por um conjunto de práticas de liderança, gestão e operação. As Sete Regras de Ouro consolidam as práticas preventivas por meio dos(as) próprios(as) colaboradores(as) minimizando as principais causas de acidentes.

As Sete Regras de Ouro consolidam as práticas preventivas por meio dos(as) próprios(as) colaboradores(as), minimizando os acidentes de trabalho, cujos principais riscos em nossas operações são: lesão, desconforto muscular ligado a ergonomia, e irritação de vias áreas, olhos e pele. As Sete Regras são:

1. Se apresentar ao trabalho em boas condições físicas e mentais;
2. Respeitar todas as regras e normas de segurança, e usar todos os EPIs exigidos;
3. É obrigatório que trabalhos em altura e à quente sejam realizados após liberação da Permissão de Trabalho (PT);
4. É obrigatório respeitar todas as regras de carga e descarga;
5. É proibido utilizar máquinas e ferramentas de maneira improvisada;
6. É proibido executar atividades sem treinamento específico;
7. A manipulação de instalações elétricas só deve ser feita por profissionais especializados(as).

Para assegurar a realização das atividades dos(as) prestadores(as) de serviços com segurança, o GPA reavalia todos os documentos envolvidos nas contratações, de forma que esses(as) profissionais estejam devidamente habilitados(as) e capacitados(as) para executar os trabalhos.

A meta de acidentes é colocada no painel de toda a operação de lojas, liderança e diretoria de Operações. É calculada seguindo as orientações da NBR (Norma Brasileira) 14.280 da ABNT (Associação Brasileira de Norma Técnica), envolvendo a taxa de frequência e taxa de gravidade, sendo acompanhada constantemente.



Cipativa

As Comissões Internas de Prevenção de Acidentes (Cipas) contam com colaboradores(as) eleitos(as) por votação ou indicados(as) para trabalhar em conjunto com a equipe do SESMT para orientar os(as) demais sobre os cuidados com acidentes de trabalho. Os grupos identificam e elaboram o mapa de riscos operacionais. Em 2022, mantivemos 333 comissões ativas com a participação de 1260 cipeiros(as).

A campanha da Cipativa lançada no ciclo buscou engajar os(as) cipeiros(as) de cada unidade em ações que contribuam com um ambiente de trabalho mais seguro. Com a mobilização, fomos além das atividades de trabalho, estimulando práticas relacionadas a bem-estar e saúde mental.

RST – Relatório da Segurança no Trabalho

O documento consiste em um *check-list* quantitativo e qualitativo que traz as avaliações de vistorias periódicas em nossas operações, por técnicos(as) de segurança do trabalho, com o intuito de apontar as oportunidades de melhorias por meio de ações de correção em prol de um ambiente de trabalho cada vez mais saudável e seguro. A periodicidade varia de acordo com o *score* que cada local recebe a partir da última visita realizada. A meta é que todas as lojas estejam com um *score* acima de 85%, atendendo aos requisitos mínimos que regulamentam a segurança e saúde de nossos(as) colaboradores(as). Em 2022, permanecemos próximo de nosso objetivo.

MOMENTO SESMT

Ao longo de 2022, seguimos produzindo vídeos educacionais relacionados ao tema Saúde e Segurança no Trabalho, por meio do Momento SESMT, que contou com a participação de profissionais internos(as) e externos(as). O conteúdo abordou temas específicos e assuntos relacionados a acidentes. Os vídeos foram divulgados em todos os nossos canais e redes sociais internas, enviados em caráter periódico e extraordinário a todos(as) os(as) colaboradores(as). A ideia é levar conhecimento sobre procedimentos seguros de forma simples e lúdica, tendo como principal objetivo prevenir a ocorrência de acidentes e doenças ocupacionais.

Projeto-piloto: biometria para registro de coleta de EPI

Com o objetivo de otimizar o processo de controle e registro de entregas de Equipamentos de Proteção Individual (EPI) nas operações, iniciamos um projeto-piloto de implementação de dispositivos eletrônicos para capturar a biometria do(a) colaborador(a) no ato da

entrega dos EPIs, otimizando a gestão de documentos. A iniciativa segue em funcionamento em dez unidades do Pão de Açúcar, e deve ser expandida para outras lojas após um período de avaliação de resultados e processos de provisionamento orçamentário.

Grupo Éxito

Plano estratégico de segurança rodoviária

A plataforma Motodestreza, implementada pelo Grupo Éxito, busca trazer uma estratégia de treinamento que fortalece os conhecimentos e habilidades dos(as) motociclistas que fazem entrega de produtos. Ela adota a metodologia da *Sura Road School*, da *ARL Sura*, que oferece conhecimento sobre as normas de segurança viária e prevenção de acidentes.

Programa de auditoria – segurança e saúde ocupacional

O Grupo Éxito realiza auditorias em seu sistema de gestão de segurança e saúde ocupacional, abrangendo diferentes unidades operacionais em todo o território colombiano para que a Companhia avalie o cumprimento dos padrões mínimos de forma assertiva, seguindo os critérios estabelecidos na Resolução 0312 de 2019 e no Decreto 1072 de 2015.

A auditoria verifica quatro etapas definidas para o sistema de gestão de acordo com o ciclo PDCA (planejar, fazer, verificar e agir, em tradução do inglês). Em 2021, foi estabelecido um programa no qual a auditoria incluiu uma amostra de dados representativa de 24 unidades distribuídas em quatro regiões da Colômbia. Em uma escala de 100, a pontuação obtida foi de 92 pontos, patamar aceitável para a implantação das regras. A auditoria é realizada a cada dois anos.

Treinamento e desenvolvimento

|GRI 3-3| TEMA MATERIAL: ATRAÇÃO, RETENÇÃO E DESENVOLVIMENTO, |GRI 404-2|

Investir na capacitação e treinamento de nossos(as) colaboradores(as) é premissa fundamental para o crescimento dos negócios da Companhia, oferecendo oportunidades de desenvolvimento e uma trilha de carreira para todos(as). Essa visão reforça o *Employer Value Proposition* (EVP) do GPA, que aborda, entre suas ações, a realização de treinamentos *online*, via plataformas digitais – em 2022, essas ações responderam por 39% das horas de capacitação – e presenciais, que representaram 61%.

Para guiar o desenvolvimento do time, adotamos o chamado Ciclo de Desempenho e Desenvolvimento, que avalia a aderência dos(as) colaboradores(as) às competências exigidas pela Companhia e, a partir daí, possibilita a construção de trilhas de desenvolvimento – os Planos de Desenvolvimento Individual (PDI).

Com o PDI, agrupamos alguns processos de gestão do GPA, como avaliações de desempenho, apuração do painel de metas para o cálculo da remuneração variável (para cargos elegíveis), registro do *feedback*, entre outros.

Assim, nossos(as) líderes e colaboradores(as) conseguem ser protagonistas de sua trilha profissional, além da prática da transparência e simplicidade com o registro histórico e informações disponíveis para a tomada de decisão mais assertiva. Soma-se a isso também o fortalecimento da cultura da meritocracia e incentivo à alta performance.

A partir desse processo, formatamos os cursos e treinamentos que desenvolvem nossos(as) colaboradores(as), com diferentes iniciativas de capacitação técnica e comportamental.

6ª Semana do Desenvolvimento

Promovemos a sexta edição da Semana do Desenvolvimento com o tema “*Inner Skill*: habilidades para o metaverso”. Durante a ação, oferecemos uma experiência no metaverso, com óculos de realidade virtual para os(as) colaboradores(as), as palestras “Papo Firme: A construção de um legado sob a luz das mudanças”, com o apresentador Serginho Groisman; “Futuro Inteligente além da Inovação”, com Gil Giardelli, professor, escritor e apresentador, e a Robô Pepper; “Como navegar em um mundo (fi) gital?”, com Caio Barroso, criador do perfil Lá na Firma; “*As inner skills* para maestria na (des)ordem do novo mundo”, com Vânia Ferrari, palestrante e escritora; e “Com magia e tecnologia o futuro pode acontecer!”, com os ilusionistas Henry e Klauss, além de mais de 30 ações de treinamento.

O evento contou com 7.830 participações – o que representou um crescimento de 6% em relação a 2021 – e somou mais de 50 horas de treinamento. Os(as) colaboradores(as) concorreram a um curso com certificação *in company* da Fundação Getúlio Vargas e a um *tablet*.

Dia do Desenvolvimento

Para promover a capacitação permanente de 100% de nossos(as) colaboradores(as), disponibilizamos de quatro a seis treinamentos mensalmente sobre os mais diversos temas relacionados ao varejo e à rotina de trabalho, como comunicação, protagonismo, relacionamentos, colaboração, saúde mental, transformação digital, entre outros. Em 2022, contabilizamos 45 ações ao longo do ano, mais de 58 horas de treinamento e 2.986 participantes capacitados(as), o que representou um crescimento de 61% em relação ao ano anterior e ressalta a busca de nossos times por autodesenvolvimento.

Fórum do Livro

Criado em 2021, o projeto proporciona aos(as) colaboradores(as) do GPA debates profundos sobre temas da atualidade e que impactam a vida pessoal, a sociedade e o mundo dos negócios. Após realizar a sua inscrição, os(as) participantes receberam um kit com um livro e um brinde com a temática principal do assunto a ser trabalhado naquela edição. Os encontros ocorreram 100% *online*, em formato de roda de conversa, mediados por especialistas. Em 2022, o Fórum do Livro contabilizou a marca de nove obras, mais de 400 leitores(as) participantes, 63 horas de debates, 34 encontros e mais de 1.670 páginas lidas. Um dos destaques deste ano foi a edição que discutiu o livro “*Talvez você seja...Desconstruindo a LGBTfobia que nem você imagina que tenha*”, encontro que contou com a participação do escritor e jornalista Marcelo Cosme, que falou sobre os detalhes de seu processo criativo e trocou experiências com os(as) participantes durante a leitura.

Papo de Carreira

A iniciativa surgiu com a ideia de promover e estimular conversas entre os(as) nossos(as) colaboradores(as) e líderes-mentores(as) voluntários(as) para trocar experiências sobre desenvolvimento e ajudar a traçar caminhos para a carreira. Em 2022, o projeto foi disponibilizado para cargos corporativos como advogados(as), analistas, assistentes, compradores(as), especialistas, estagiários(as), entre outros. Os(as) mentores(as) voluntários(as), que atenderam a esses(as) profissionais, passaram por uma capacitação para entender, com profundidade, a importância do seu papel e os melhores caminhos para compartilhar seus conhecimentos e experiências com os(as) mentorados(as). Iniciada em outubro de 2022, a ação fechou o ano com 47 líderes mentores(as) e promoveu mais de 85 conversas.



Ação da 6ª Semana do Desenvolvimento

Plataforma de cursos – Universidade do Varejo GPA

Ao acessar a plataforma de cursos *online* da Universidade do Varejo GPA, os(as) mais de 37 mil colaboradores(as) da Companhia se deparam com a seguinte pergunta: “O que você quer aprender hoje?”. Ao todo, são mais de 5 mil cursos em seu acervo, que são disponibilizados para acesso via computador, *tablet* ou celular, 24 horas por dia, sete dias por semana. Oferecemos conhecimento, pois acreditamos em seu poder e que somente construindo em conjunto com os negócios, com a cultura, as competências, metas e objetivos da Companhia, conseguimos promover a capacitação de nossos(as) colaboradores(as), utilizando metodologias inovadoras e técnicas de aprendizagem que melhorem os resultados do negócio.

Em 2022, em parceria com a área de Diversidade, a Universidade disponibilizou para que todos(as) os(as) colaboradores(as) pudessem incluir o seu nome social na plataforma, importante conquista que reflete o quanto a inclusão também faz parte da cultura de aprendizagem.

Canal Lidera e Canal de Sustentabilidade

Em 2022, para fomentar ainda mais o autodesenvolvimento da liderança do GPA – principalmente em relação ao primeiro nível – e apoiar o desenvolvimento dos times, foi lançada a ação de engajamento: “*Canal Lidera tá On*”, que consiste no envio de *e-mails* quinzenais que indicam conteúdos do Canal Lidera, uma das principais fontes de autodesenvolvimento da Universidade com foco na liderança e que abrange temas como protagonismo, liderança exponencial, *feedback*, gestão de equipes, gestão das emoções, produtividade, entre outros.

Após o lançamento do primeiro *e-mail*, o acesso ao Canal Lidera cresceu 175%, mostrando que nossa liderança está cada vez mais motivada para impulsionar seus times de alto impacto.

Também em 2022 foi criado o Canal de Sustentabilidade, com o intuito de levar mais conhecimento sobre o tema para todos(as) os(as) colaboradores(as). Ele reúne conteúdos sobre nossos cinco pilares de sustentabilidade e, desde o lançamento, o canal já contou com mais de 1,3 mil acessos.

TRILHA DE OPERAÇÕES

Projeto vencedor do Prêmio da Associação Brasileira de Treinamento e Desenvolvimento (ABTD) 2022, tem como objetivo engajar, preparar e desenvolver os(as) profissionais das lojas pertencentes ao GPA com conteúdos técnicos e comportamentais. Com formato 100% *online*, em 2022, mais de 16 mil colaboradores(as) foram treinados(as).



TRILHA DE SUPPLY

A iniciativa envolve uma jornada de um ano de capacitação, para desenvolver e aprimorar conhecimentos e habilidades técnicas e comportamentais. Em 2022, 2.049 colaboradores(as) das CDs do GPA foram treinados(as).



Plataforma de cursos Universidade do Varejo GPA – números

Mais de **133 mil** horas de capacitação.

25% das horas de treinamento realizadas no formato *online*.



Cerca de **10 canais** de cursos, entre eles Canal Lidera, sobre liderança; UNIFLIX, com *webséries* diversas; Portal GPA pela Diversidade; Canal da Sustentabilidade, entre outros.

Mais de **885 mil** conexões.

Programa de Desenvolvimento da Liderança

Criado para apoiar os(as) gestores(as) da área corporativa do GPA, o programa atende 100% de nossos(as) líderes corporativos(as), somando mais de 600 colaboradores(as). Em 2022, entre os temas abordados estiveram “O Cérebro dos(as) Líderes: Como usar a Neurociência para influenciar o comportamento de seus(uas) colaboradores(as)”, “Líder Influenciador(a)” e “Cultura Belt” (que envolve o treinamento de profissionais com foco em implementar mudanças efetivas, criar e desenvolver soluções e fazer a gestão de pessoas e equipes). No ano, foram mais de 30 horas de capacitação, 26 encontros e 579 líderes treinados(as), com 78% de média de participação.

JORNADA DA LIDERANÇA

Desenvolvida para capacitar os(as) líderes da operação de lojas e CDs em conteúdos comportamentais e técnicos com o objetivo de desenvolvê-los(as) para o cargo atual. A jornada contemplou os cargos de gerentes, chefes de seção, gestores(as) de lojas e de postos e coordenadores(as) de *supply*. Em 2022, 598 líderes foram treinados(as), somando 25 turmas que registraram participação média de 69%.

PROGRAMA DE SUCESSÃO

O programa se tornou um importante passo para promover o crescimento na carreira e a visibilidade para muitos(as) colaboradores(as). Sua meta é formar, reter e desenvolver profissionais com potencial dentro do GPA, proporcionando oportunidades de sucessão e garantindo a meritocracia de promoções na Companhia. Em 2022, 26 turmas com 651 participantes fizeram parte dessa iniciativa, sendo 50% mulheres. Desse total, 40% foram promovidos(as).

CASA DOS VELHINHOS DE ONDINA LOBO
Abrigo para idosos sem recursos

Bazar Especial

www.ondinalobo.org.br

08

Impacto social e promoção de oportunidades

- ▶ Instituto GPA
- ▶ Fundação Éxito

Colaboradores(as) participam de ação do Colabora



ODS

Instituto GPA

[GRI 3-3] TEMA MATERIAL: RESPONSABILIDADE SOCIAL
[GRI 203-1, 413-1]

Criado em 1999, o Instituto GPA é responsável pela nossa atuação social, que tem como intuito contribuir para um mundo com mais respeito e inclusão. O que impulsiona o nosso trabalho é acreditar no poder transformador das pessoas, dos alimentos, das relações e no potencial de desenvolvimento humano. Queremos contribuir e gerar impacto para comunidades em situação de vulnerabilidade social, provocando transformações sociais. E, para isso, estimulamos os nossos diversos públicos para que, juntos, mobilizem e realizem ações que colaborem com a sociedade.

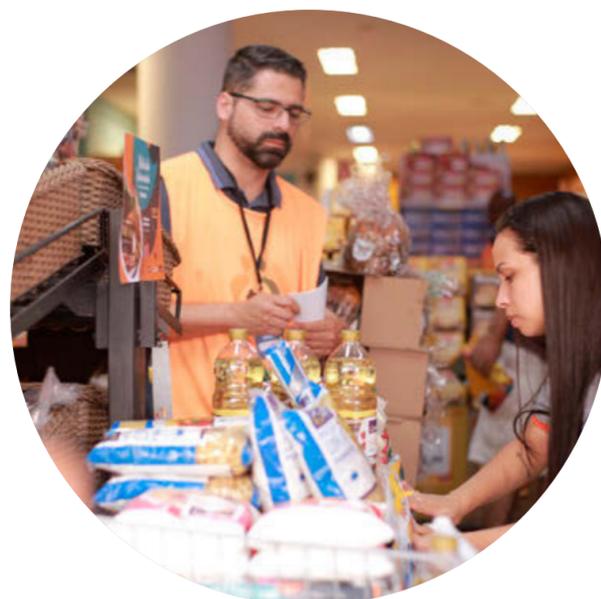
Em 2022, nós fizemos uma revisão do eixo de atuação do Instituto, em linha com a consolidação do Novo GPA, para que os projetos estejam cada vez mais conectados à estratégia da *core business* da Companhia, com temas ligados à alimentação, engajamento social e trabalho.

O Instituto também é associado ao Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (Gife), composto por investidores(as) sociais de institutos ou fundações de origem empresarial, familiar, independente, comunitária ou empresas que investem em ações de interesse público.

Para mais informações sobre as ações realizadas, acesse o **Relatório Anual do Instituto GPA**.



AS AÇÕES DO INSTITUTO GPA FORAM REESTRUTURADAS EM TRÊS FRENTES:



Alimentação



Trabalho



Engajamento social

Da esquerda para a direita:
 Ação de arrecadação de alimentos em loja;
 Programa Mãos na Massa;
 Ação do Colabora

NÚMEROS DE 2022

R\$ 4,4 milhões
investidos

10 projetos

316 organizações
beneficiadas

373 pessoas
beneficiadas diretamente

8.368 pessoas
pessoas beneficiadas indiretamente em refeições complementadas

Alimentação

Parceria contra o Desperdício

Combater o desperdício é uma das bandeiras da nossa marca. Por isso, temos um programa dedicado a doar produtos que não estão esteticamente atrativos para venda, mas são 100% apropriados para o consumo. Saiba mais nas páginas 69 e 70.



NÚMEROS DO PROJETO

2,1 mil toneladas de alimentos doados

4,2 milhões de refeições complementadas

228 organizações beneficiadas

364 lojas participantes
(Pão de Açúcar, Mercado Extra e Compre Bem)



Doação de frutas, legumes e verduras

CAMPANHAS DE ARRECADAÇÃO DE ALIMENTOS

Desafio do Bem

Campanha perene de arrecadação, o Desafio do Bem movimenta clientes e colaboradores(as) das lojas do GPA. No período entre abril de 2021 e setembro de 2022, participaram da iniciativa unidades do Pão de Açúcar, Pão de Açúcar Fresh, Minuto Pão de Açúcar, Mercado Extra, Mini Extra e Compre Bem de 12 Estados e do Distrito Federal.

Todas as doações aos(as) beneficiados(as) foram realizadas por meio de instituições sociais parceiras do Instituto GPA, que atuam na preparação de marmitas para pessoas em situação de rua, atendem permanentemente idosos(as) ou crianças, ou ainda entregam cestas básicas nas comunidades para famílias em situação de alta vulnerabilidade social.

NÚMEROS DO PROJETO

1.848 toneladas de alimentos arrecadadas

149 organizações beneficiadas entre janeiro e setembro de 2022

12 Estados e Distrito Federal envolvidos na ação

Páscoa Solidária

Entre os dias 2 e 9 de abril, realizamos a ação da Páscoa Solidária, que convidou clientes e colaboradores(as) para doar ovos de Páscoa e chocolates às organizações parceiras do GPA.

- ▶ A mobilização social contou com a participação de lojas das redes Pão de Açúcar, Pão de Açúcar Fresh, Minuto Pão de Açúcar, Mercado Extra, Mini Extra e Compre Bem de todo o Brasil, com voluntários(as) presentes nas unidades para incentivar as doações.
- ▶ Durante a iniciativa, a Qualitá realizou a campanha “Comprou, Doou”, em que os ovos de Páscoa da marca vendidos no período tiveram a mesma quantidade revertida em doações de chocolates para a Central Única das Favelas (Cufa).

NÚMEROS DO PROJETO

30 toneladas de chocolates arrecadados

327 quilos de chocolate doados por Qualitá para a Cufa

140 organizações beneficiadas pela campanha



Ação da Páscoa Solidária



A Páscoa Solidária nos permitiu ajudar diversas crianças e a participação do Instituto Leão da Tribo de Judá foi muito importante. Atendemos 200 famílias carentes em nossa região. A você, doador(a), que nos ajudou, saiba que não doou somente um chocolate, mas um sorriso a uma criança”.

Lucas da Silva Wrigg, responsável pelo Instituto Leão da Tribo de Judá

Dia Mundial da Alimentação

No Dia Mundial da Alimentação, em 16 de outubro de 2022, a marca Qualitá realizou, pelo segundo ano consecutivo, uma campanha para doação de alimentos. A cada cinco quilos de arroz branco da Marca Própria vendido, a Qualitá doou a mesma quantidade ao Centro de Recuperação e Educação Nutricional (Cren), em São Paulo. Ao todo, foram doadas 3 toneladas de arroz branco Qualitá, com participação de todas as bandeiras do GPA.

NÚMEROS DO PROJETO

3 toneladas de arroz Qualitá doadas ao Cren



Campanha Dia da Alimentação Qualitá
Doação de produto Qualitá em loja

Natal da Solidariedade

Desde 2013, o Instituto GPA promove o Natal da Solidariedade, evento solidário que ocorre em nossas lojas e convida clientes e colaboradores(as) para doarem alimentos – arroz, feijão, óleo, leite em pó, açúcar, sal, enlatados, molho de tomate, macarrão e farinhas - e itens de higiene e limpeza que compõem a cesta básica.

Em 2022, a arrecadação de doações ocorreu entre os dias 3 e 10 de dezembro em todas as lojas do Pão de Açúcar, Pão de Açúcar Fresh, Minuto Pão de Açúcar, Mercado Extra, Mini Extra e Compre Bem. As doações foram destinadas para organizações parceiras do Instituto. Sobre o volume total arrecadado nos dois dias de campanha, o Instituto GPA contribuiu com uma contrapartida de 15% em alimentos da cesta básica.

NÚMEROS DO PROJETO

166 toneladas arrecadadas

100 organizações parceiras beneficiadas

12 Estados e Distrito Federal envolvidos na ação



O Projeto Enfrente é uma ONG que tem várias ações sociais, sendo uma delas a doação de cesta básica emergencial às famílias de baixa renda. Todo alimento arrecadado foi revertido em cesta básica, entregue para mais de 1.200 famílias da comunidade Isis Cristina, de Embu das Artes”.

Catia Cristina F. Jordão,

Voluntária do Projeto Enfrente, uma das organizações beneficiadas pela ação



Cliente doando alimento



CAMPANHAS EMERGENCIAIS – CHUVAS

Petrópolis

Entre os dias 17 de fevereiro e 03 de março, algumas lojas do Pão de Açúcar e do Mercado Extra no Estado do Rio de Janeiro promoveram uma ação de emergência para coletar itens de higiene pessoal, limpeza, alimentos não-perecíveis e água potável para a população da região de Petrópolis.

Pernambuco

Entre os dias 28 de maio a 20 de junho, as nossas lojas do Pão de Açúcar, Mercado Extra e Minuto Pão de Açúcar no Estado realizaram uma campanha emergencial de arrecadação de itens de higiene pessoal, limpeza, alimentos não-perecíveis e água potável para a população na região de Recife atingida pelas chuvas.

NÚMEROS DAS CAMPANHAS

46 toneladas de alimentos arrecadados para Petrópolis

3,6 toneladas de alimentos arrecadados para Recife

Doações direcionadas à Ação da Cidadania e à Cruz Vermelha

Trabalho

Mãos na Massa

O Mãos na Massa é um programa do Instituto GPA que oferece novas possibilidades de carreira para moradores(as) do entorno das lojas do Grupo, por meio de cursos básicos e práticos de aprendizagem nas áreas de Panificação e Confeitaria.

A iniciativa possibilita que eles(as) saiam preparados(as) na arte de produzir pães, bolos e doces, incentivando a entrada no mercado de trabalho, incluindo a possibilidade de trabalhar no GPA.

As aulas presenciais permitiram que os(as) alunos(as) acompanhassem na prática a execução da produção em uma de nossas unidades. Para reforçar a proposta de empregabilidade da iniciativa, o time de Atratividade e Seleção do GPA acompanhou o programa desde o início. Ao final de cada turma, os(as) participantes foram convidados(as) a participar de processo seletivo nas áreas de formação. Como resultado, três participantes das últimas turmas

realizadas em São Paulo e no Rio de Janeiro foram contratados(as) para atuar nas áreas de panificação e confeitaria de lojas do Grupo.

Em 2022, o projeto formou 80 pessoas, em diferentes comunidades, incluindo as de Paraisópolis e Campo Limpo, em São Paulo, e da Maré, no Rio de Janeiro. Ao todo, o curso ofereceu 200 horas de capacitação, que aconteceram no espaço de instituições sociais parceiras e nas lojas formadoras do GPA.

Desde seu início, em 2018, o Mãos na Massa formou 314 pessoas por meio da realização de 19 turmas em São Paulo, no Rio de Janeiro, em Minas Gerais e na Bahia, em parceria com as instituições Liga Solidária, Gastronomia Periférica, Projeto Arrastão, Instituto Padre Haroldo, Galpão ZL, Gambiarra, Fa.Vela, Mãos de Maria e Redes da Maré.



NÚMEROS DO PROJETO

5 turmas realizadas em 2022

80 alunos(as) beneficiados(as)

3 pessoas contratadas em lojas do GPA

200 horas de curso



Aluno do Mãos na Massa em aula prática



É uma satisfação enorme poder contribuir com o conhecimento das pessoas, do público que vem em busca dessa informação e adquirir uma nova experiência profissional. Eu me sinto realizado profissionalmente, acompanho as turmas desde a primeira edição e é fantástico o envolvimento deles(as)”.

Givanildo Matias,
coordenação de formação técnica em padaria.



Foi muito bom participar do Mãos na Massa, eu aprendi muitas coisas novas, e que me ajudaram muito depois que eu consegui o emprego no Pão de Açúcar. Estou atuando como aprendiz na área da padaria da loja e o convívio com as pessoas é muito bom, muito tranquilo, o curso ajudou muito na conquista da minha autonomia. “

Sabrina Aparecida de Lima,
participante do Mãos na Massa e Aprendiz de Padaria no Pão de Açúcar



Prosperar

O Programa Prosperar é uma iniciativa que oferece oportunidade e acesso universitário de excelência para jovens com baixo poder socioeconômico.

Idealizada pela Fundação Grupo Casino, na França, a iniciativa foi implementada e viabilizada pelo Instituto GPA no Brasil em 2014, em parceria com a Fundação Getulio Vargas (FGV) e passou a contar com a Escola de Propaganda e Marketing (ESPM) desde o segundo semestre de 2021.

Em 2022, quatro jovens foram beneficiados(as) pelo Programa, na parceria com a FGV para os cursos de Administração de Empresas e Administração Pública. Além disso, todos(as) os(as) jovens do Programa foram convidados(as) para participar do *Working Day* no GPA, uma experiência em que os(as) alunos(as) vivenciam um dia de trabalho na sede do Grupo, conhecendo de perto a cultura, os valores, a dinâmica de trabalho e as principais áreas da empresa.

Os(as) participantes do Programa são beneficiados(as) com bolsa-auxílio para cobrir custos com material didático, refeições, transporte e moradia, além da própria mensalidade escolar.



Estudantes do Prosperar no Working Day GPA



NÚMEROS DO PROJETO

4 novos(as) bolsistas em 2022, sendo 50% mulheres e 75% negros(as)

88 jovens beneficiados(as) desde 2014, sendo 51,1% mulheres

Instituições parceiras: FGV e ESPM



Participantes do Programa Prosperar



Para mim, o Programa significa mais do que uma ajuda de custo, é uma afirmação de que existem pessoas que acreditam em mim e estão dispostas a caminhar comigo até a minha graduação, fazendo com que o meu sonho fique cada vez mais acessível e contribuindo para que eu possa auxiliar novos(as) estudantes de alguma forma, com a minha profissão no futuro.”

Carina de Godoy Matos Bueno,
aluna selecionada pelo Programa Prosperar em 2022



A parceria entre o Instituto GPA e a FGV EAESP, que se materializa por meio do Programa Prosperar, é algo extremamente importante para nossos alunos e alunas. O Programa cria condições propícias para que eles(as) deem continuidade aos seus estudos na escola. Além disso, oferece inúmeras oportunidades para expandir conhecimentos sobre trajetórias profissionais e o mercado de varejo, e consolidar novos relacionamentos. Somos gratos pelo apoio dado pelo Programa, pois acompanho o impacto extremamente positivo que ele tem na vida dessas pessoas – ele faz toda a diferença”.

Renato Guimarães Ferreira,
coordenador do curso de graduação em Administração de Empresas na FGV/EAESP



NATA

O Núcleo Avançado em Tecnologia de Alimentos (NATA) foi criado em 2009, em parceria com a Secretaria Estadual de Educação e a Secretaria Estadual de Agricultura do Rio de Janeiro.

O programa oferece para jovens a possibilidade de fazer o Ensino Médio integrado a cursos de Panificação & Confeitaria; e Leite & Derivados. O objetivo é formar profissionais técnicos(as) especializados(as) para trabalhar em indústrias alimentícias, redes varejistas e na área de Controle de Qualidade.

Localizado em São Gonçalo (RJ), o NATA desenvolve e incentiva atividades práticas nas plantas-piloto, estágios internos e externos no total de 120 horas, trabalhos de iniciação científica e participação de alunos(as) em feiras e congressos do setor. Em 2022, mantínhamos 177 jovens estudantes.

NATA

NÚMEROS DO PROJETO

177 alunos(as) em 2022, dos quais

65% são mulheres

1.188 jovens formados(as) desde 2009



Aula prática do NATA



Ter a oportunidade de fazer um curso como esse do NATA foi de grande importância para a minha formação profissional e para o crescimento da minha mentalidade sobre o mercado de trabalho. Escolhi essa formação para sair da escola já com uma formação a mais, proporcionada pelo curso técnico, tendo em vista que sempre tive um certo interesse na área. Com as aulas, comecei a aprender e hoje faço um salário por mês vendendo tortas que aprendi a produzir”.

Ana Cecília Costa de Oliveira,
aluna do curso de Panificação & Confeitaria

Engajamento social

Movimento Arredondar

Em 2022, expandimos a iniciativa, feita em parceria com o Movimento Arredondar, que incentiva o arredondamento de troco em dinheiro no caixa para apoiar o trabalho de organizações sociais em todo o Brasil. Conseguimos arrecadar R\$ 162 mil, valor que foi direcionado para 16 instituições sociais.

Desde 2016, as micro doações de clientes feitas em lojas do Pão de Açúcar, Minuto Pão de Açúcar e Mini Extra já ultrapassaram a marca de R\$ 2 milhões. Com o sucesso da parceria, o Arredondar foi estendido para as lojas do Mercado Extra e Compre Bem, alcançando 490 lojas e gerando impacto para cerca de 40 mil pessoas.

Além da expansão da parceria para mais unidades da Companhia, novas organizações sociais foram adicionadas à rede de doações, com o intuito de regionalizar o formato de distribuição de recursos e aproximar as lojas dos(as) beneficiários(as) finais.



NÚMEROS DO PROJETO

R\$ 2 milhões arrecadados desde 2016

490 lojas participantes em 2022

40 mil pessoas impactadas no ano



Arredondamento de troco em caixa



Com essa parceria, o GPA e o Arredondar levam a possibilidade de doar para o dia a dia dos(as) brasileiros(as). Esse compromisso de ser um varejo que se conecta às causas da educação e alimentação, doando seu canal para ser um facilitador e um mobilizador de doações, gera um impacto gigantesco. O dinheiro arrecadado possibilita às ONGs expandir projetos, custear a manutenção da estrutura, como alimentos, deslocamento, material de trabalho, atendendo, assim, a milhares de pessoas”.

Ari Weinfeld,
fundador do Movimento Arredondar



COLABORA

NÚMEROS DO PROJETO

450 participantes na *live* de lançamento do projeto

221 cadastros na plataforma de voluntariado

65 inscrições em vagas na plataforma de voluntariado

69 colaboradores(as) voluntários(as)



Ação do Colabora

Colabora

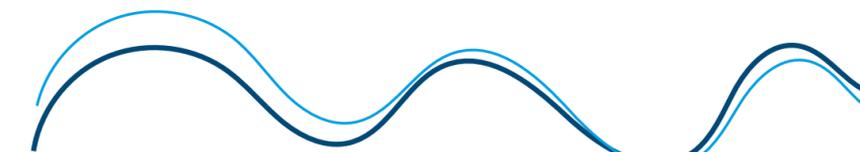
Programa de voluntariado do GPA, o Colabora incentiva os(as) colaboradores(as) a contribuírem com ações transformadoras nas comunidades próximas as lojas do Grupo. Além de ações pontuais organizadas pelo Instituto GPA, com o objetivo de estreitar o relacionamento entre o público interno e organizações sociais parceiras, o programa conta também com uma plataforma desenvolvida em parceria com a Atados, que conecta o nosso público interno a ações voluntárias remotas e presenciais demandadas por instituições de todo o País. Por meio da ferramenta, oportunizamos que nossos(as) colaboradores(as) do corporativo e das lojas escolham a(s) causa(s) social(is) com a(s) qual(is) mais se identificam, e de acordo com seu interesse e disponibilidade, se conectem com ações sociais.

O programa foi relançado em março de 2022 durante *live* transmitida para todos(as) os(as) colaboradores(as), e contou com uma palestra de sensibilização sobre o voluntariado corporativo. Ao longo de 2022, foram 221 cadastros na plataforma de voluntariado, 65 inscrições em vagas voluntárias e 69 participações voluntárias.



Tive a oportunidade de participar de ação voluntária junto com algumas pessoas do meu time, entregando marmitas para pessoas em situação de rua, que sobrevivem em situações extremamente vulneráveis. Neste momento percebemos na prática o valor do nosso propósito de literalmente alimentar sonhos e vidas. É uma experiência transformadora e inspiradora. Nós, líderes do GPA, temos o papel de influenciar, engajar e participar cada vez mais de momentos como esse."

João Calixto Espinheira,
gerente regional do Pão de Açúcar



Arrecadação de Livros

Entre os dias 25 de abril e 09 de maio, realizamos uma campanha com foco na arrecadação de livros novos e usados em dez lojas do GPA na cidade de São Paulo. Ao todo, foram coletados 1.544 livros doados por clientes, que foram encaminhados para a ONG Pró-Saber, localizada na comunidade de Paraisópolis (SP).

Campanha do Agasalho

Entre os meses de maio e junho, os(as) clientes e colaboradores(as) do GPA doaram roupas, agasalhos, cobertores e acessórios em pontos de coleta nas lojas. Ao todo, foram arrecadadas 37.838 peças no Pão de Açúcar, Mercado Extra e Compre Bem em São Paulo e Rio de Janeiro. Os itens foram doados para o Exército da Salvação e Gerando Falcões.

Festival Pet

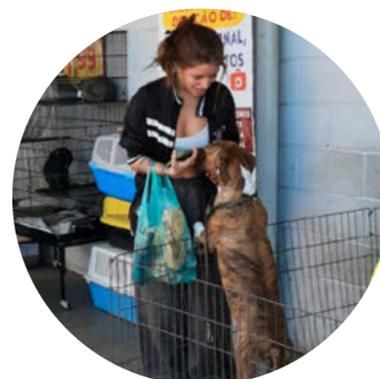
Nossa Marca Própria Qualitá realizou a campanha “Compro, Dou” durante o Festival Pet do Mercado Extra. A marca doou a mesma quantidade de produtos da linha pet vendida nas lojas do Mercado Extra e no aplicativo e site do Clube Extra em 27 de maio para a organização Raia Pet, parceira do Instituto GPA, o que gerou um total de 2.234 quilos de rações secas da marca.

Durante o Festival, promovemos ainda um evento de adoção de cães e gatos no estacionamento de algumas lojas da bandeira.

Já em dezembro, realizamos pela primeira vez o evento de adoção de animais de estimação em uma loja do Pão de Açúcar, no bairro do Morumbi, em São Paulo, feito em parceria com a cerveja Lagunitas, que doou o valor das vendas dos acessórios para pets para um dos parceiros do Instituto GPA. No dia, a Qualitá doou 50 kg de ração.



Arrecadação de livros na sede corporativa



Evento de adoção de animais



Ação Cabelegria

Cabelegria

Como forma de estimular a conscientização à causa do combate ao câncer de mama durante o Outubro Rosa, o GPA, em parceria com o Instituto GPA e a ONG Cabelegria, promoveu a doação de cabelos para produção de perucas para pessoas em tratamento contra o câncer. A ação ocorreu em 31 de outubro em São Paulo, na sede do GPA e nas lojas do Pão de Açúcar Jabaquara e Brigadeiro.

NÚMEROS DO PROJETO

25 cabelos doados, sendo 16 cortados no dia do evento e 9 entregues para doação

18 perucas confeccionadas



Doar uma parte de mim me trouxe uma sensação de empatia e humanidade, por poder ajudar a devolver a autoestima para uma mulher ou menina que já sofreu um grande impacto do diagnóstico da doença e até mesmo com o tratamento para a cura."

Leticia Cristina Pereira de Jesus, estagiária de Sustentabilidade do GPA



PRODUTOS SOCIAIS

Biscoito de polvilho com a Gerando Falcões

A Qualitá e a organização Gerando Falcões se uniram com o intuito de levar educação, desenvolvimento econômico e cidadania para as favelas. 100% do lucro das vendas do biscoito de polvilho da marca de 200g é revertida para a *Falcons University*.

O projeto tem como objetivo emancipar o(a) líder como o(a) transformador(a) do seu território de atuação, trabalhando como um "motor" desenvolvedor para que transforme e rompa ciclos de pobreza.

O produto foi lançado em setembro e a arte da embalagem do produto foi uma cocriação de Qualitá com os(as) jovens da organização. Até o final do ano, 18 mil unidades foram vendidas, com R\$ 208.493 repassados para a Gerando Falcões.

NÚMEROS DO PROJETO

18 mil unidades de biscoitos de 200g comercializados entre setembro e dezembro de 2022

R\$ 208.493,00 repassados para a Gerando Falcões para o Projeto *Falcons University*



Biscoito de Polvilho Qualitá



É importante propiciar aos(às) jovens a oportunidade de resgatar sonhos e de quebrar crenças. Por isso, oferecemos ferramenta de autogestão, consciência social, desenvolvimento da inteligência emocional em nossas formações – e, sobretudo, encontro da vocação. A parceria com Qualitá vai trazer ainda mais recursos, robustez e visibilidade para o programa Jovem Falcão, que já impacta milhares de pessoas nas favelas de todo o Brasil”.

Edu Lyra,
fundador e CEO da Gerando Falcões

Castanha de caju e Amigos do Bem

Na Páscoa de 2022, a linha de ovos de chocolate Qualitá foi produzida com castanhas de caju oriundas das fábricas de beneficiamento da instituição Amigos do Bem, organização social que atua desde 1993 na geração de renda e oportunidades de emprego para mudar a vida de famílias do sertão nordestino.

Os primeiros produtos dessa parceria, uma linha a base de castanha de caju, foram lançados em 2021. A produção é artesanal e envolve a atuação de mais de 400 trabalhadores(as) no plantio e beneficiamento da matéria-prima. As plantações do projeto ocupam mais de 680 hectares e a ONG também distribui mudas de caju para as famílias assistidas, além de comprar a produção local no período da colheita. Trata-se do primeiro *cobranding* de Qualitá, cuja contribuição social agrega ainda mais valor a essa estratégia.

NÚMEROS DO PROJETO

+ 330 mil unidades de produtos Amigos do Bem vendidas, dentre castanhas, ovos de Páscoa e sacolas retornáveis, em 2022



Horta Social Urbana

Horta Social Urbana e ARCAH

Hortalças, legumes e saladas orgânicas comercializados em sete lojas do Pão de Açúcar e do Pão de Açúcar *Fresh*, em São Paulo, são produzidos a partir de um projeto que transforma espaços vazios da cidade, especialmente terrenos baldios, em locais com produção de hortas. (Mais informações no item Apoio aos(às) pequenos(as) produtores(as)).



NÚMEROS DO PROJETO

Mais de 8 mil hortalças vendidas em sete lojas do Pão de Açúcar e Pão de Açúcar *Fresh*

Fundação Éxito

|GRI 3-3| TEMA MATERIAL: RESPONSABILIDADE SOCIAL
|GRI 203-1, 413-1|

Os programas de apoio à sociedade colombiana são executados pela Fundação Éxito, entidade criada em 1982 e que atua para o bem-estar das crianças de hoje e das gerações futuras.

A Fundação coordena projetos em parceria com o governo e realiza convênios com organizações de atenção à família, disponibilizando mensalmente um pacote com todos os grupos de alimentos, bem como cuidados de saúde, educação e desenvolvimento familiar.

São desenvolvidas ações concretas em planos, políticas públicas, programas e projetos para melhorar os indicadores do estado nutricional das crianças e capacitar organizações para que se articulem e assumam responsabilidades na primeira infância. O principal objetivo é acabar com a desnutrição infantil crônica na Colômbia até 2030.

Programa de Voluntariado

Foi lançado o programa *Heart Leaders* para angariar 100 embaixadores(as) nas lojas para serem voluntários(as). Foram realizadas duas jornadas de voluntariado, lançadas em seis escritórios corporativos, com execução em cada um deles, pelo menos, uma vez por ano.

Além disso, foi colocada em prática a estratégia de ativação do programa de líderes, com o envolvimento de 21 líderes corporativos(as) e convite enviado para 127 colaboradores(as) nas lojas. Esse programa envolve aliados(as) da Fundação Éxito – entidades do setor privado, do setor público e organizações não governamentais – que compartilham a convicção sobre a urgência de investir na redução da desnutrição na primeira infância. Esses(as) parceiros(as) contribuem financeiramente para viabilizar os projetos e fomentar a adoção de hábitos e práticas alinhadas, para fazer prevalecer o direito fundamental à alimentação, bem como a replicação dessas iniciativas entre os grupos de interesse.

Goticas

O programa de doações voluntárias de clientes, que são destinadas a reduzir a desnutrição infantil, está sendo aperfeiçoado. Está previsto aumentar a arrecadação anual para 7.446 milhões de pesos colombianos (+3%). Foram realizadas pesquisas com clientes para conhecer suas percepções do programa e, com base nos resultados, foram implementadas diferentes estratégias, que conseguiram melhorar a execução orçamentária do programa. Também aconteceram visitas a todos os distritos e marcas para sensibilizar os(as) colaboradores(as) sobre o programa de desnutrição zero e seus desafios e ações.



Crianças atendidas pela Fundação Éxito

Ajuda alimentar

São três os objetivos para ampliar as ações com o intuito de melhorar a alimentação da população e, especialmente, acabar com a desnutrição infantil.

- 1.** Aumentar a cobertura nacional da arrecadação de produtos danificados por instituições e/ou bancos de alimentos e melhorar a sua utilização. Entre as conquistas do ano de 2022 é possível destacar:
 - ▶ Acompanhamento do indicador de lojas junto com o banco de alimentos ou instituição designada para o recolhimento de produtos com avarias.
 - ▶ Procura ativa de instituições que se beneficiam de produtos com avarias.
 - ▶ Aumento da cobertura para 95% das lojas com instituição designada para o recolhimento dos produtos.
 - ▶ Programa piloto com o Banco Saciar, em Medellín, para a coleta em lojas sem cobertura, por meio de instituições conveniadas ao banco.
 - ▶ Apoio à criação do Banco de Alimentos de La Guajira.
- 2.** Planejamento, implementação e avaliação de um piloto do aplicativo de celular *Eatcloud*, de forma a aumentar a cobertura, utilização e redução de resíduos e o seu impacto econômico. Entre as conquistas do ano de 2022 estão:
 - ▶ Aplicativo desenvolvido para a recuperação de doações (colocando o(a) doador(a) em contato com entidades que fazem a coleta).
 - ▶ Aprovação interna dos(as) executivos(as) do Grupo Éxito e áreas de suporte – Prevenção de Perdas, Desenvolvimento Logístico e TI – para permitir o andamento do projeto.
 - ▶ Execução de um piloto em 18 lojas e posterior massificação em mais de 500 unidades.
- 3.** Vinculação de aliados(as) privados(as) ao programa de desnutrição zero: fornecedores(as) do Grupo Éxito em diversas campanhas. Entre as conquistas do ano de 2022 é possível destacar:
 - ▶ Dos 59 parceiros(as) fornecedores(as), 44 são da área comercial e 15 de bens e serviços.



Ações da Fundação Éxito em prol do combate à desnutrição infantil



Anexos

- ▶ Tabela de metas GPA Brasil
- ▶ Matriz de materialidade GPA Brasil
- ▶ Indicadores de desempenho – GPA Brasil e Grupo Éxito
- ▶ SASB – Tópicos e métricas
- ▶ TCFD – Elementos centrais
- ▶ Carta de asseguração
- ▶ Sumário de conteúdo GRI, Princípios do Pacto Global e ODS
- ▶ Prêmios 2022
- ▶ Créditos

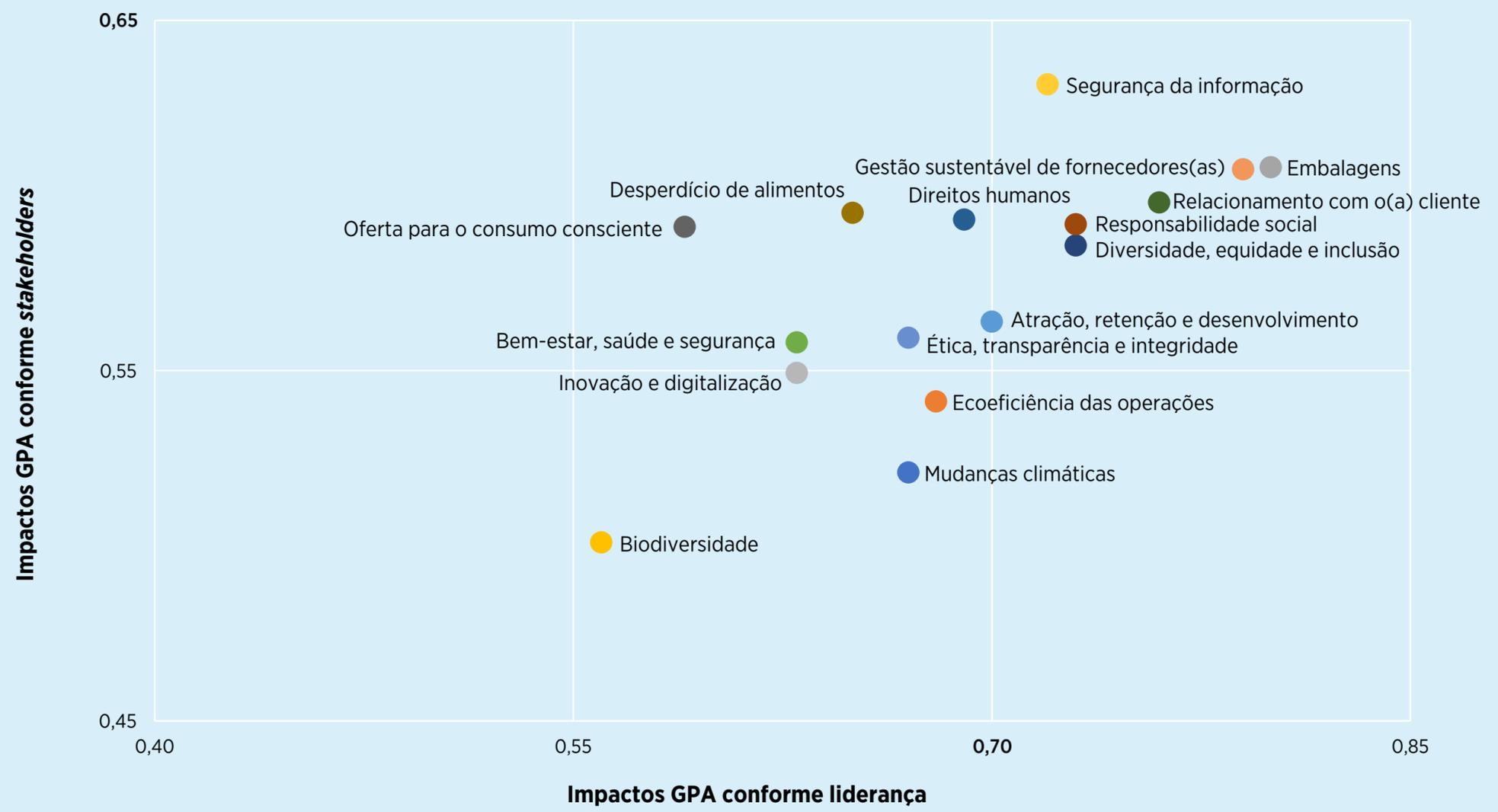
Tabela de Metas GPA Brasil

Eixos estratégicos	Temas materiais	Metas	Data de atingimento	Resultado em 2022
Gestão do impacto ambiental	Combate às mudanças climáticas	Redução de 50% das emissões de Escopo 1 e 2 (ano-base 2015)	2025	41,3% comparado a 2015
		100% do consumo de energia de média tensão das lojas com matriz elétrica oriunda do mercado livre	2024	97%
	Combate ao desperdício de alimentos	Participação de 100% das lojas de supermercado no Programa Parceria Contra o Desperdício	2023	95%
	Embalagens	100% das embalagens de Marcas Próprias recicláveis, reutilizáveis e/ou compostáveis	2030	31%
Valorização da nossa gente	Bom ambiente de trabalho com oportunidades de desenvolvimento	40% de mulheres em cargos de liderança (gerência e acima)	2025	38,30%
		50% de colaboradores(as) negros(as)	2022	55,75%
	Diversidade, inclusão e combate à discriminação	100% das denúncias de discriminação tratadas e apuradas 100% dos(as) fornecedores(as) prestadores(as) de serviços de segurança treinados(as) em Diversidade	Todos os anos Todos os anos	100% 100%
Transformação na cadeia de valor	Desenvolvimento de práticas sustentáveis na cadeia de fornecimento garantindo respeito ao meio ambiente e ao bem-estar animal	100% dos ovos de Marcas Próprias vendidos provenientes de criação de galinhas livres de gaiolas	2025	51,90%
		100% dos ovos vendidos no Mercado Extra, Pão de Açúcar e Compre Bem provenientes de criação de galinhas livres de gaiolas	2028	40,20%
		100% da carne suína disponibilizada em nossas lojas Pão de Açúcar, Mercado Extra e Compre Bem proveniente de fornecedores(as) que contemplam o bem-estar animal	2028	Em andamento
		100% dos(as) fornecedores(as) de carne bovina do Pão de Açúcar comprometidos(as) publicamente com Política referente ao bem-estar animal	2025	64%
		100% dos produtos de frangos de corte de Marcas Próprias atendendo às tendências globais de bem-estar animal	2028	Em andamento
		100% do óleo de palma com origem identificada nos produtos de Marcas Próprias	Todos os anos	100%
		100% do óleo de palma de origem internacional certificada nos produtos de Marcas Próprias	Todos os anos	79,60%
	Promoção dos Direitos Humanos e atendimento às regulamentações trabalhistas na cadeia de fornecimento	100% das fábricas internacionais auditadas na metodologia ICS	Todos os anos	100%
		100% das fábricas têxteis auditadas pela ABVTEX	Todos os anos	100%
		100% das fábricas de Marcas Próprias auditadas na metodologia ICS	2022	99,6%
Engajamento com a sociedade	Relacionamento com a sociedade	Arrecadação de 4.210 toneladas de alimentos na Agenda Solidária	2022	2045
		45 alunos(as) formados(as) pelo Programa Mãos na Massa	2022	80



Matriz de Materialidade GPA Brasil

Conforme descrito na página 29, em 2022 realizamos um processo de revisão da nossa matriz de materialidade, alinhado às diretrizes internacionais que orientam sobre esse tópico. Como parte inicial do processo, o envolvimento de nossos stakeholders prioritários levou em consideração 16 temas para consulta e classificação, em que 10 deles foram definidos como prioritários para a gestão, enquanto os outros seis foram definidos como temas de acompanhamento/monitoramento. Na matriz de materialidade resultante desse processo, apresentada ao lado, a percepção dos públicos de relacionamento sobre os impactos do GPA em cada tema é apresentada no eixo vertical. Quanto mais alto na matriz, maior é o impacto considerado. A visão das lideranças corresponde ao eixo horizontal. Quanto mais para a direita, maior é o impacto considerado. Para os stakeholders, todos os temas submetidos à consulta foram considerados de impacto médio. E para a grande maioria das lideranças, o GPA causa impactos positivos altos na maioria dos temas.



Baixo = 0-0,3 | Médio = 0,31-0,69 | Alto = 0,70-1,0



Comparativamente à materialidade anterior, identificada em 2020, foram suprimidos três temas entre os prioritários – Gestão de resíduos; Oferta de produtos saudáveis, sustentáveis e seguros; Promoção de direitos humanos –, que passam a ser considerados temas a monitorar.

Outros temas são contemplados com mudança de enunciado, como, por exemplo, “Relacionamento com a comunidade local” que passa a ser “Responsabilidade social”; “Bom ambiente de trabalho com oportunidades de desenvolvimento” que será designado como “Atração, retenção e desenvolvimento de talentos”.

Elencamos aqui também os temas de destaque levantados por cada público de *stakeholders* durante o processo de definição da nova materialidade: **|GRI 2-29|**

- ▶ **Acionista:** Embalagens; Responsabilidade social; e Inovação e digitalização;
- ▶ **Associação setorial:** Diversidade, equidade e inclusão; Responsabilidade social; Direitos humanos; Desperdício de alimentos; e Gestão sustentável de fornecedores(as);

- ▶ **Cliente/Consumidor(a):** Mudanças climáticas; Ecoeficiência das operações; e Biodiversidade;
- ▶ **Colaborador(a):** Diversidade, equidade e inclusão; Relacionamento com o(a) cliente; Segurança da informação; e Direitos humanos;
- ▶ **Fornecedor(a):** Direitos humanos; Oferta para o consumo consciente; Ética, integridade e transparência; Relacionamento com o(a) cliente; e Gestão sustentável dos(as) fornecedores(as);
- ▶ **Investidor(a):** Relacionamento com o(a) cliente; Direitos humanos; Desperdício de alimentos; e Inovação e digitalização;
- ▶ **Organizações sociais apoiadas pelo GPA ou Instituto GPA:** Responsabilidade social; Bem-estar, saúde e segurança; Gestão sustentável dos(as) fornecedores(as); e Oferta para o consumo consciente;
- ▶ **Organizações sociais parceiras do GPA:** Oferta para o consumo consciente; Relacionamento com o(a) cliente; Diversidade, equidade e inclusão; e Atração, retenção e desenvolvimento de talentos.

TEMAS MATERIAIS

ODS

	Mudanças climáticas	3, 7, 8, 12, 13, 14, 15
	Ecoeficiência das operações	6, 7, 8, 11, 12, 13, 15
	Embalagens	8, 12
	Biodiversidade	6, 14, 15
	Atração, retenção e desenvolvimento	5, 8, 10
	Bem-estar, saúde e segurança	3, 8, 16
	Diversidade, equidade e inclusão	5, 8, 10
	Responsabilidade social	1, 3, 4, 8, 17
	Oferta para o consumo consciente	12, 16
	Desperdício de alimentos	1, 2, 5, 9, 11
	Direitos humanos	16
	Relacionamento com o(a) cliente	16
	Ética, transparência e integridade	16
	Gestão sustentável de fornecedores(as)	5, 8, 16, 17
	Inovação e digitalização	9
	Segurança da informação	16

● **Temas prioritários**



Indicadores de desempenho – GPA Brasil e Grupo Éxito

Esses indicadores seguem as premissas da metodologia Casino

	Indicador Auditado	Unidade	GPA+ÉXITO 2022	GPA 2019	GPA 2020	GPA 2021	GPA 2022	ÉXITO 2019	ÉXITO 2020	ÉXITO 2021	ÉXITO 2022
Área de venda das unidades próprias ¹	✓	m ²	1.429.347	1.140.665	1.071.007	1.114.979	624.911	853.464	834.751	823.941	804.436
NOSSA GENTE² GRI 2-7, 405-1											
Headcount total em 31/12/N	✓	Número	72.018	66.222	55.931	50.968	37.699	36.237	34.374	33.496	34.319
Headcount em tempo integral	✓	%	85,2	84,7	87,0	87,8	89,6	79,6	78,9	79,1	80,3
Headcount do gênero feminino em 31/12/N	✓	%	51,6	53,1	53,1	53,1	52,8	49,6	49,6	50,1	50,3
Headcount do gênero masculino em 31/12/N	✓	%	48,4	46,9	46,9	46,9	47,2	50,4	50,4	49,9	49,7
Headcount < 30 anos em 31/12/N	✓	%	38,4	41,5	39,2	39,2	40,0	41,4	39,6	37,5	36,7
Headcount com idade entre 30 e 49 anos em 31/12/N	✓	%	51,4	48,9	50,9	50,2	49,2	49,4	51,1	52,1	53,7
Headcount com idade > = 50 anos em 31/12/N	✓	%	10,2	9,6	10,0	10,5	10,8	9,2	9,4	10,4	9,6
Headcount por raça/etnia – Negros(as) ³	✓	%	-	46,9	48,9	52,1	55,9	-	-	-	-
Headcount por raça/etnia – Brancos(as)	✓	%	-	26,6	28,2	30,0	32,6	-	-	-	-
Headcount por raça/etnia – Amarelos(as)	✓	%	-	-	-	-	1,1	-	-	-	-
Headcount por raça/etnia – Outras	✓	%	-	26,5	22,9	17,9	10,4	-	-	-	-
Headcount em cargos de gerência e acima em 31/12/N	✓	Número	1.788	1.261	1.204	1.222	1.066	699	642	706	722
Sendo negros(as)	✓	%	-	39,0	36,0	37,9	43,0	-	-	-	-
Sendo mulheres	✓	%	37,9	36,0	36,0	37,0	38,4	32,5	32,4	36,5	37,3
Sendo mulheres negras	✓	%	-	13,0	14,0	15,1	18,4	-	-	-	-
Headcount na diretoria em 31/12/N	✓	Número	71	63	56	52	44	29	26	32	27
Sendo negros(as)	✓	%	-	2,3	5,3	7,7	4,5	-	-	-	-
Sendo mulheres	✓	%	25,4	19,0	18,0	15,4	22,7	31,0	30,8	25,0	29,6
Sendo mulheres negras	✓	%	-	-	-	-	-	-	-	-	-

* As reestruturações da Companhia, com o encerramento das atividades da bandeira Extra Hiper, tiveram impacto sobre alguns indicadores, que apresentaram variações significativas em relação ao ano anterior e também dentro do próprio ano fiscal **GRI 2-4**

¹ Com a aplicação da metodologia Casino.

² Os dados do eixo "Nossa gente" consideram as premissas da metodologia definida pelo Grupo Casino.

³ O headcount considera pretos(as) e pardos(as)

	Indicador Auditado	Unidade	GPA+ÉXITO 2022	GPA 2019	GPA 2020	GPA 2021	GPA 2022	ÉXITO 2019	ÉXITO 2020	ÉXITO 2021	ÉXITO 2022
Total de colaboradores(as) com deficiência na empresa em 31/12/N	✓	Número	1.919	2.149	2.193	1.925	1.481	399	409	365	438
Número de aprendizes em 31/12/N	✓	Número	2.998	2.622	1.457	1.746	1.607	1.916	1.901	1.598	1.391
NÚMERO E TAXA DE NOVAS CONTRATAÇÕES E TURNOVER GRI 401-1											
Mulheres		Número e %	-	-	-	-	6.030 - 52,1%	-	-	-	-
<30 anos		Número e %	-	-	-	-	3.890 - 33,6%	-	-	-	-
Entre 30 e 50 anos		Número e %	-	-	-	-	1.932 - 16,7%	-	-	-	-
>50 anos		Número e %	-	-	-	-	208 - 1,8%	-	-	-	-
Homens		Número e %	-	-	-	-	5.546 - 47,9%	-	-	-	-
<30 anos		Número e %	-	-	-	-	3.723 - 32,2%	-	-	-	-
Entre 30 e 50 anos		Número e %	-	-	-	-	1.605 - 13,9%	-	-	-	-
>50 anos		Número e %	-	-	-	-	218 - 1,9%	-	-	-	-
TURNOVER	✓	%	-	28,4	31,3	34,5	64,7	21,2	11,6	17,8	25,0
Mulheres		Número e %	-	-	-	-	11.817 - 34%	-	-	-	-
<30 anos		Número e %	-	-	-	-	4.694 - 14%	-	-	-	-
Entre 30 e 50 anos		Número e %	-	-	-	-	5.977 - 17%	-	-	-	-
>50 anos		Número e %	-	-	-	-	1.146 - 3%	-	-	-	-
Homens		Número e %	-	-	-	-	10.609 - 31%	-	-	-	-
<30 anos		Número e %	-	-	-	-	4.831 - 14%	-	-	-	-
Entre 30 e 50 anos		Número e %	-	-	-	-	4.685 - 14%	-	-	-	-
>50 anos		Número e %	-	-	-	-	1.093 - 3%	-	-	-	-
Turnover voluntário - total	✓	%	-	11,7	10,3	12,2	14,2	12,4	4,3	12,2	19,0
SAÚDE E SEGURANÇA OCUPACIONAL GRI 403-9											
Número de acidentes de trabalho com licença superior a 1 dia	✓	Número	1.338	818	351	613	340	1.552	1.289	1.355	998
Número de acidentes de trabalho com fatalidades	✓	Número	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Número de dias de licença decorrente de acidente de trabalho	✓	Dias	23.739	60.133	39.695	13.654	13.353	12.901	11.102	14.685	10.386
Número total de horas ausentes devido a acidente de trabalho, doença ordinária e doenças profissionais	✓	Horas	3.933.268	5.545.091	5.456.740	5.622.274	2.837.872	1.009.943	84.564	86.009	1.095.396

* As reestruturações da Companhia, com o encerramento das atividades da bandeira Extra Hiper, tiveram impacto sobre alguns indicadores, que apresentaram variações significativas em relação ao ano anterior e também dentro do próprio ano fiscal **GRI 2-4**

	Indicador Auditado	Unidade	GPA+ÉXITO 2022	GPA 2019	GPA 2020	GPA 2021	GPA 2022	ÉXITO 2019	ÉXITO 2020	ÉXITO 2021	ÉXITO 2022
Taxa de frequência dos acidentes, com afastamento de pelo menos 1 dia - com base em 1.000.000 de horas		-	7,1	4,6	2,3	4,5	3,5	15,4	13,4	14,9	10,9
Taxa de absenteísmo por acidente de trabalho ou doença		%	2,09	3,19	3,45	3,94	2,94	0,99	0,09	0,09	1,20%
TREINAMENTOS GRI 404-1											
Número total de horas de treinamento de colaboradores(as)	✓	Horas	2.467.939	1.049.747	287.808	601.161	525.990	2.086.901	1.557.689	1.547.127	1.941.949
Média de horas de treinamento por colaborador(a)	✓	Horas	-	16,1	4,8	11,1	13,9	57	44	47	58
Homens		Horas	-	-	-	-	14,4	-	-	-	-
Alta Liderança (Diretoria e Gerência)		Horas	-	-	-	-	22,8	-	-	-	-
Média Liderança - Coordenadores(as)/Líderes/Chefes/Encarregados(as)		Horas	-	-	-	-	18,3	-	-	-	-
Administrativo e Operação (Corporativo, Operação e Técnicos)		Horas	-	-	-	-	13,6	-	-	-	-
Estagiários(as) e Jovens Aprendizizes		Horas	-	-	-	-	6,3	-	-	-	-
Mulheres		Horas	-	-	-	-	13,6	-	-	-	-
Alta Liderança (Diretoria e Gerência)		Horas	-	-	-	-	27,3	-	-	-	-
Média Liderança - Coordenadore(as)s/Líderes/Chefes/Encarregados(as)		Horas	-	-	-	-	20,2	-	-	-	-
Administrativo e Operação (Corporativo, Operação e Técnicos)		Horas	-	-	-	-	12,7	-	-	-	-
Estagiários(as) e Jovens Aprendizizes		Horas	-	-	-	-	7,2	-	-	-	-
Valor total investido pela Companhia em treinamentos ⁴	✓	R\$	10.825.450	10.480.248	9.232.108	10.569.521	7.268.050	6.705.644	4.845.100	4.609.961	3.557.400
Valor médio gasto em treinamentos por colaborador(a) em tempo integral ⁴		R\$	345	187	190	213	215	197	150	147	130
NOSSOS PRODUTOS											
Total de produtos de Marcas Próprias	✓	Número	9.893	15.772	15.069	9.167	7.062	188.755	188.263	2.932	2.831
Produtos Orgânicos - (Marcas Próprias e Outras Marcas)	✓	Número	1.465	1.629	1.746	1.549	1.360	269	418	326	105
Faturamento de venda de ovos de categorias <i>cage-free</i> em relação ao total de ovos de Marca Própria	✓	%	-	25,0	31,2	40,2	51,9	-	-	-	-
Faturamento de venda de ovos categorias <i>cage-free</i> em relação ao total de ovos de outras marcas	✓	%	-	30,5	26,6	23,8	29,5	-	-	-	-
Faturamento de venda de ovos categorias <i>cage free</i> em relação ao total de ovos de outras marcas e Marcas Próprias	✓	%	-	37,4	28,5	30,2	40,2	-	-	-	-

* As reestruturações da Companhia, com o encerramento das atividades da bandeira Extra Hiper, tiveram impacto sobre alguns indicadores, que apresentaram variações significativas em relação ao ano anterior e também dentro do próprio ano fiscal **GRI 2-4**

⁴As taxas de conversão utilizadas para apresentar os valores em reais são baseadas na taxa de câmbio de dezembro/2022 e considera:

COP\$1,00 = R\$0,001078

US\$1.00 = R\$5,2177

	Indicador Auditado	Unidade	GPA+ÉXITO 2022	GPA 2019	GPA 2020	GPA 2021	GPA 2022	ÉXITO 2019	ÉXITO 2020	ÉXITO 2021	ÉXITO 2022
Produtos alternativos à proteína animal e laticínios	✓	Número	332	-	20	153	222	-	496	91	110
Auditorias sociais em fábricas de fornecedores(as) localizadas em países de risco ⁵	✓	Número	489	173	271	323	267	101	232	346	222
Auditorias sociais em fábricas de fornecedores(as) localizadas em países de risco, realizadas pelo <i>Casino Global Sourcing (CGS)</i>	✓	Número	34	89	80	41	34	0	3	2	0
GESTÃO DO IMPACTO AMBIENTAL											
FONTES ENERGÉTICAS GRI 302-1											
Total da energia consumida	✓	MWh	819.477	783.157	746.011	725.172	465.087	396.664	359.415	356.405	354.390
Consumo de energia/m ² – lojas		KWh/m ²	573,3	770,7	776,0	771,9	591,5	465	433	433	445
Consumo de energia de outras fontes renováveis	✓	MWh	396.882	515.592	521.010	558.545	389.137	458	229	3.199	7.745
Proporção de outras fontes renováveis	✓	%	85,7	65,8	69,8	77,0	83,7	0,1	0,1	0,9	2,0
Consumo de gás natural	✓	MWh PCI	39.354	21.856	21.160	19.432	11.496	27.691	21.492	21.549	27.859
Consumo de Gás Liquefeito de Petróleo (GLP)	✓	MWh PCI	13.663	40.231	28.737	31.091	12.993	1.530	590	628	669
Consumo de óleo diesel	✓	Litros (l)	1.145.079	2.029.162	1.158.185	1.184.055	687.497	459.349	355.899	370.694	457.582
FLUIDOS REFRIGERANTES – Frio alimentar GRI 305-6											
R404A	✓	Kg	20.334	15.830	15.494	16.546	14.283	11.574	8.720	5.803	6.051
R134A	✓	Kg	2.746	532	1.410	2.011	1.547	2.185	1.455	1.628	1.199
R22	✓	Kg	124.919	166.235	192.818	172.995	74.947	90.317	69.694	50.407	49.972
R410A	✓	Kg	764	11	360	76	83	200	559	343	680
R449A	✓	Kg	7.854	5.220	6.492	6.893	7.854	-	-	-	-
Outros fluidos	✓	Kg	8.247	3.117	4.916	5.578	3.583	5.480	5.667	4.861	4.664
FLUIDOS REFRIGERANTES – Ar condicionado GRI 305-6											
R404A	✓	Kg	103	87	207	33	11	164	11	22	92
R134A	✓	Kg	287	315	1.052	2.361	286	136	532	-	1
R22	✓	Kg	7.400	6.904	11.268	10.009	6.623	1.208	1.243	789	778
R410A	✓	Kg	2.802	918	2.678	3.378	2.393	1.086	966	992	408
Outros fluidos	✓	Kg	1.423	268	1.389	2.159	1.423	-	-	-	-

* As reestruturações da Companhia, com o encerramento das atividades da bandeira Extra Hiper, tiveram impacto sobre alguns indicadores, que apresentaram variações significativas em relação ao ano anterior e também dentro do próprio ano fiscal **GRI 2-4**

⁵Auditorias internacionais e nacionais realizadas.

	Indicador Auditado	Unidade	GPA+ÉXITO 2022	GPA 2019	GPA 2020	GPA 2021	GPA 2022	ÉXITO 2019	ÉXITO 2020	ÉXITO 2021	ÉXITO 2022
RESÍDUOS DA OPERAÇÃO GRI 306-3, 306-4, 306-5											
Papelão (reciclagem)	✓	Toneladas	29.275	19.237	24.039	23.458	13.127	15.933	15.743	15.123	16.149
Plástico (reciclagem)	✓	Toneladas	2.760	1.546	2.009	2.636	1.589	1.156	1.147	1.114	1.170
Sucatas e metais (reciclagem)	✓	Toneladas	1.729	-	-	-	-	1.778	1.319	1.562	1.729
Resíduos orgânicos (compostagem)	✓	Toneladas	11.028	1.889	2.328	2.495	1.305	12.440	11.180	9.779	9.723
Outros para reciclagem	✓	Toneladas	5.005	296	1.219	1.358	1.148	1.961	1.892	2.295	3.857
Rejeitos (aterro)	✓	Toneladas	213.947	67.865	78.061	79.209	53.352	33.424	27.417	24.495	160.595
Lojas que realizaram doação de alimentos ao menos 1x no ano (Parceria contra o desperdício de alimentos)	✓	Número	876	412	417	413	364	441	497	502	512
Alimentos doados (Parceria contra o desperdício de alimentos)		Toneladas	3.364	2.901	3.050	3.860	2.139	1.952	1.719	1.395	1.225
Resíduos reciclados e/ou compostados	✓	%	18,9	25,3	27,5	27,4	26,3	49,9	53,3	54,9	17,0
RESÍDUOS PERIGOSOS DA OPERAÇÃO											
Total de resíduos perigosos da operação		Toneladas	46,07	-	2,10	0,54	0,07	68	48	46	46
RESÍDUOS DE CLIENTES											
Resíduos de clientes (coletados nos pontos de entrega voluntária nas lojas)	✓	Toneladas	5.822	5.862	3.536	2.912	3.570	46	177	603	803
ÁGUA GRI 303-5											
Consumo de água total	✓	m ³	2.357.979	1.504.926	1.021.235	1.180.965	1.119.460	2.213.963	2.037.173	1.802.039	1.238.519
Consumo de água em m ³ /m ² loja		m ³ /m ²	1,65	2,3	2,0	2,0	1,5	2,6	2,5	2,2	1,5
EMISSIONES DE GASES DE EFEITO ESTUFA (GEE)⁶ GRI 305-1, 305-2, 305-3											
Emissões em carbono - Escopo 1	✓	tCO ₂ e	427.519	481.244	501.294	410.732 ⁷	279.848	246.287	191.450	161.097	147.671
Emissões em carbono - Escopo 2	✓	tCO ₂ e	65.249	65.148	51.350	103.656	22.193	69.281	76.448	48.701	43.056
Emissões em carbono - Escopo 3	✓	tCO ₂ e	345.801	128.648	102.142	94.168 ⁷	68.121	7.503	3.491	24.807	277.680
EMBALAGENS											
Embalagens de Marcas Próprias recicláveis, reutilizáveis e/ou compostáveis EMB.01	✓	%	-	-	-	23	31	-	-	-	-

* As reestruturações da Companhia, com o encerramento das atividades da bandeira Extra Hiper, impactaram alguns indicadores que apresentaram variações significativas em relação ao ano anterior e também dentro do próprio ano fiscal **GRI 2-4**

⁶ Os valores de emissões apresentados foram coletados, organizados e reportados segundo a metodologia do Programa Brasileiro do GHG Protocol. Os dados reportados poderão sofrer pequenas alterações a depender de atualizações nos fatores de emissão disponíveis em bases públicas, e poderão ser conferidos em uma nova versão de Inventário de Emissões a ser disponibilizado em <https://registropublicodeemissoes.fgv.br>.

⁷ Atualizados os valores de emissões de 2021, com base no AR-5 **GRI 2-4**

	Indicador Auditado	Unidade	GPA+ÉXITO 2022	GPA 2019	GPA 2020	GPA 2021	GPA 2022	ÉXITO 2019	ÉXITO 2020	ÉXITO 2021	ÉXITO 2022
ENGAJAMENTO DA SOCIEDADE											
Beneficiários(as) diretos(as) das ações do Instituto GPA e Fundação Éxito	✓	Número	60.419	4.631	2.341	656	373	64.602	129.920	70.376	60.046
Recursos doados para instituições sociais	✓	R\$	-	-	12.160.38	20.528.197	748.800	-	-	-	-
Recursos incentivados para projetos sociais, culturais e esportivos		R\$	-	1.200.000	7.199.000	0	0	-	-	-	-
Patrocínios		R\$	-	-	50.000	0	0	-	-	-	-
ASSOCIAÇÕES DE CLASSE GRI 2-28											
Total de contribuições a associações de classe ⁸		R\$	1.087.858		1.200.407	1.259.579	891.804	221.414	222.700	278.234	196.054
Maiores contribuições a associações de classe (Brasil)											
Abras - Associação Brasileira de Supermercados		R\$	-	-	283.200	283.200	279.600	-	-	-	-
Asserj - Associação de Supermercados do Rio de Janeiro		R\$	-	-	195.074	224.029	183.415	-	-	-	-
Apas - Associação Paulista de Supermercados		R\$	-	-	132.515	144.044	157.987	-	-	-	-
IDV - Instituto Desenvolvimento do Varejo		R\$	-	-	80.640	80.640	96.000	-	-	-	-
INFLUÊNCIA POLÍTICA GRI 415-1											
Contribuições a práticas de <i>lobby</i> , representação de interesses e similares		R\$	-	0	0	0	0	-	-	-	-
Contribuições a candidatos e/ou campanhas políticas municipais, estaduais e/ou nacionais		R\$	-	0	0	0	0	-	-	-	-
CLIENTES GRI 2-29											
NPS (<i>Net Promoter Score</i>)	✓	Número	-	-	-	46,6	65,3	-	-	52,0	77

* As reestruturações da Companhia, com o encerramento das atividades da bandeira Extra Hiper, tiveram impacto sobre alguns indicadores, que apresentaram variações significativas em relação ao ano anterior e também dentro do próprio ano fiscal **GRI 2-4**

⁸ As taxas de conversão utilizadas para apresentar os valores em reais são baseadas na taxa de câmbio de dezembro/2022 e considera:

COP\$1,00 = R\$0,001078

US\$1.00 = R\$5,2177

SASB – Tópicos e métricas

	UNIDADE	GPA 2020	GPA 2021	GPA 2022
FB-FR-110b.1 - Emissões de CO₂ exclusiva de gases refrigerantes - escopo 1				
Emissões de Escopo 1 de gases refrigerantes	tCO ₂ e	483.651	403.268	270.377
FB-FR-110b.2 - Porcentagem de refrigerantes consumidos com zero potencial de destruição da camada de ozônio				
Total de gases refrigerantes consumidos	peso	294.357	246.776	168.746
Total de gases refrigerantes consumidos sem agredir a camada de ozônio (sem HCFC)	peso	71.940	75.554	58.003
Gases refrigerantes consumidos sem agredir a camada de ozônio (sem HCFC)	%	24,4	30,6	34,4
FB-FR-130a.1 - Consumo de energia				
Consumo total de energia	GJ	2.685.639	2.610.620	1.674.315
Consumo total de energia elétrica do Grid	GJ	810.003	599.859	273.421
Consumo total de energia de fontes renováveis	GJ	1.875.636	2.010.761	1.400.894
Percentual de energia elétrica consumida do Grid	%	30	23	16
Percentual de energia renovável consumida	%	70	77	84
<i>Fator de conversão: cada 1 MWh equivale a 3,6 GJ</i>				
FB-FR-150a.1 - Quantidade de resíduos alimentares gerados e reaproveitados				
Resíduos de alimentos reaproveitados	%	13,9	16,1	14,1
FB-FR-230a.2. - Violação de dados				
Total de casos confirmados de violação de dados	Nº	0	0	0
Total de casos confirmados de violação de dados de clientes ou parceiros(as) de negócio	Nº	0	0	0
Percentual de casos confirmados de violação de dados de clientes ou parceiros(as) de negócio	%	0	0	0
Quantidade de clientes afetados(as) com os casos de violação de dados	Nº	0	0	0
FB-FR-230a.2. - Segurança de dados				
Descrição da abordagem para identificar e abordar os riscos de segurança de dados				Página 40
FB-FR-250a.2 - Recalls				
Recalls - Marcas Próprias	Nº	0	0	0
Unidades incluídas nos recalls - Marcas Próprias	Nº	0	0	0
Unidades incluídas no recall que são produtos de Marcas Próprias	%	0	0	0

	UNIDADE	GPA 2020	GPA 2021	GPA 2022
FB-FR-260a.2. - Nutrição e saúde				
Discussão do processo para identificar e gerenciar produtos e ingredientes relacionados a preocupações nutricionais e de saúde entre os(as) consumidores(as)	-	-	-	Página 60
FB-FR-310a.2. - Acordos de negociação coletiva				
Percentual da força de trabalho ativa coberta por acordos de negociação coletiva	-	-	-	Página 91
FB-FR-310a.3 - Práticas trabalhistas				
Quantidade de paralisações de funcionários(as) - greve ou outra paralisação	Nº	0	0	0
Quantidade de dias ociosos	Nº	0	0	0
FB-FR-310a.4 - Lei trabalhista				
Valor total de perdas monetárias como resultado de processos judiciais associados a: (1) violações da lei trabalhista e (2) discriminação no emprego	R\$	Item 4.3 do Formulário de Referência	Item 4.3 do Formulário de Referência	Item 4.3 do Formulário de Referência
FB-FR-430a.2 - Gestão Ambiental				
% de faturamento de venda de ovos de categorias <i>cage-free</i> em relação ao total de ovos de Marca Própria	-	-	-	Página 114
% de faturamento de venda de ovos categorias <i>cage-free</i> em relação ao total de ovos de outras marcas e Marcas Próprias	-	-	-	Página 114
FB-FR-430a.3 - Riscos ambientais e sociais na cadeia de valor				
Discussão de estratégia para gerenciar riscos ambientais e sociais dentro da cadeia de valor, incluindo bem-estar animal	-	-	-	Página 42
FB-FR-430a.4 - Riscos ambientais e sociais na cadeia de valor				
Discussão de estratégias para reduzir o impacto ambiental de embalagem	-	-	-	Página 75
FB-FR-000.A - Número de lojas				
Total de lojas do GPA	Nº	873	809	735
Total de Centros de Distribuição do GPA	Nº	19	15	10
FB-FR-000.B - Área				
Total de área das lojas	mil m ²	1.194	1.005	640
Total de área dos Centros de Distribuição	m ²	568.094	549.625	383.252
FB-FR-000.C - Veículos frota própria				
Veículos na frota própria	Nº	-	103	95
FB-FR-000.D - Viagens aéreas				
Total de milhas - viagem aéreas	milhas	937.136	809.400	3.937.235

Fator de conversão: cada 1 km equivale a 0,62 milha



TCFD – Elementos centrais

|GRI 3-3| TEMA MATERIAL: MUDANÇAS CLIMÁTICAS

Recomendações TCFD	Resposta
Governança	
Divulgar a governança da Companhia sobre riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas	
a) Descreva como o Conselho supervisiona os riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas	Nossa Estratégia de Sustentabilidade integra os temas prioritários para o planejamento e o desenvolvimento estratégico do negócio. Temas estes que foram revisados e discutidos com nossos públicos de interesses em 2022 a partir da revisão da Matriz de Materialidade (<i>veja mais na página 110</i>) e para qual foram estabelecidos um plano de ação, com iniciativas, indicadores, responsáveis e metas validados e acompanhados pelo Comitê de Sustentabilidade e Diversidade e pelo Conselho de Administração.
b) Descreva o papel do Conselho na avaliação e gestão de riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas	<p>Além disto, avaliamos, acompanhamos e definimos diretrizes para mitigação dos riscos socioambientais, em linha com a matriz <i>CSR Risk Solution</i> do Casino (<i>veja mais na página 39</i>), criando assim valor positivo aos nossos <i>stakeholders</i>. Os riscos, responsáveis, planos de ações e indicadores são apresentados e validados no Comitê de Sustentabilidade e Diversidade e Comitê de Auditoria, sendo aprovados pelo Conselho de Administração anualmente. O Comitê de Sustentabilidade e Diversidade em conjunto com o Comitê de Auditoria discutem e acompanham como os riscos climáticos e socioambientais poderão impactar a estratégia e a operação da Companhia e se as ações propostas estão adequadas para os objetivos. Juntos, avaliam, monitoram e sensibilizam o Conselho de Administração que, por sua vez, aprova as estratégias de curto, médio e longo prazo para reduzir ou evitar o impacto sobre e das mudanças climáticas no negócio.</p> <p>Dentro dos cinco eixos que organizam nossa estratégia de sustentabilidade, o Combate às Mudanças Climáticas é um deles - tema também mapeado como um dos temas materiais prioritários e identificado como um dos cinco riscos socioambientais do negócio. Por meio de reuniões trimestrais pré-agendadas, o Comitê de Sustentabilidade e Diversidade questiona, provoca, recomenda, orienta, aprova e monitora o progresso e os resultados das estratégias e posicionamentos e compromissos e metas de longo, médio e curto prazos relacionados ao tema. Anualmente, o Comitê aprova a meta de redução das emissões da Companhia que estará, inclusive, atrelada à remuneração variável dos cargos elegíveis. Em 2022, aprovou a estratégia de redução de emissões específicas para os gases refrigerantes.</p> <p>Além da governança interna da Companhia, participamos de grupos de trabalho no Pacto Global, Ethos, Coalizão Brasil Clima, Florestas e Agricultura entre outros, que abordam o tema de mudanças climáticas. Confira mais nas páginas 31 a 33.</p> <p>Mais informações em Estratégia de Sustentabilidade, página 28 do Relatório de Sustentabilidade</p> <p>CDP itens C1.1b, C1.2 e C1.2a</p>



Recomendações TCFD	Resposta
Estratégia	
Divulgar os impactos reais e potenciais de riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas sobre os negócios, a estratégia e o planejamento financeiro da organização, sempre que tais informações forem relevantes. [GRI 201-2]	
a) Descreva os riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas que a organização identificou no curto, médio e longo prazos	<p>Os riscos e oportunidades fazem parte do planejamento estratégico e financeiro da Companhia, que seguem os protocolos do 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>Os riscos e oportunidades mapeados auxiliam na definição de planos de ação, metas e compromissos.</p> <p>O modelo de negócio varejo acaba tendo uma grande parte da estratégia concentrada no curto e médio prazos. O horizonte de curto prazo adotado pela Companhia é de até 1 (um) ano, enquanto o horizonte de médio varia de 1 (um) a 2 (dois) anos e o horizonte de longo prazo varia de 2 (dois) a 10 (dez) anos.</p> <p>Com o objetivo de reforçar o embasamento científico em nossa estratégia climática, fizemos em 2022 um estudo elaborado pelo Grupo Casino com apoio de uma consultoria externa, para a avaliação de impactos de riscos físicos climáticos das operações de todas as unidades de negócios na América Latina, incluindo o GPA. O estudo classifica os riscos de unidades do GPA em todo o Brasil, incluindo lojas e centrais de distribuição, avaliadas nos horizontes de 2030 e 2050 nas condições dos cenários climáticos RCP 4.5* e RCP 8.5* do IPCC.</p> <p>Foram avaliados diversos riscos físicos climáticos que podem impactar as operações, sendo identificados nas unidades do GPA 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> <p>Como resultado do estudo, é possível calcular o valor total segurado dos ativos do GPA por classificação de risco (baixo, moderado, alto ou extremo).</p> <p><small>*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 final do século XXI.</small></p>
b) Descreva os impactos dos riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas sobre os negócios, a estratégia e o planejamento financeiro da organização	<p>Risco de Transição Regulatório</p> <p>Parte significativa das lojas do GPA utilizam o gás R-22 para refrigeração, o que representa um risco para a Companhia, tendo em vista que o Programa Brasileiro de Eliminação dos HCFCs prevê a eliminação do consumo desses gases até 2040. Para a mitigação desse risco, demos início à substituição dos gases refrigerantes artificiais, como os HCFC's e CFC's (R22 e R404), por gases de fluidos naturais, como propano (R290) e CO₂, com baixa ou nenhuma emissão de carbono. Essas substituições preveem também a troca de equipamentos e <i>retrofit</i> nas casas de máquinas, câmaras frias e ilhas <i>sells</i>. Embora uma possível taxa ou imposto para as emissões de carbono no Brasil ainda é incipiente, o assunto já vem sendo discutido no âmbito regulatório e o GPA já realizou um estudo de preço interno de carbono, trazendo para os times internos considerarem sua adoção como critério para tomada de decisão na avaliação e/ou aprovação de projetos.</p> <p>Além disso, mantemos um monitoramento periódico do setor regulatório a fim de entender o cenário político que será desenhado para esse tema e continuamente envolvemos esforços na implementação e monitoramento da estratégia de redução de emissões a favor de uma economia de baixo carbono, com foco especial nas emissões de gases refrigerantes.</p>



Recomendações TCFD	Resposta
<p>b) Descreva os impactos dos riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas sobre os negócios, a estratégia e o planejamento financeiro da organização GRI 201-2 </p>	<p>Risco Físico Secas e Escassez Hídrica 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. Tais eventos podem impactar o GPA de duas formas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - aumento do custo de energia, uma vez que a matriz energética do Brasil é predominantemente composta por hidrelétricas e a alteração da matriz para outras fontes energéticas mais poluentes trazem custos adicionais. Houve também, nos últimos anos, um aumento considerável da inflação, o que gera um impacto significativo em nossas operações. - na oferta de produtos, especialmente os de origem agrícola, que são fortemente impactados pela estiagem. <p>Em 2022, o estudo de riscos climáticos elaborado pelo Grupo Casino, dentre os diversos riscos físicos climáticos estudados sobre suas atividades na América Latina, avaliou os efeitos dos períodos de estiagem e de ondas de calor sobre as lojas e os centros de distribuição do GPA em todo o Brasil para os horizontes de 2030 e 2050 nas condições dos cenários climáticos RCP 4.5 e RCP 8.5 do IPCC, compreendendo quais unidades estarão mais sujeitas a estes riscos e a intensidade e duração esperada deles. O estudo também considerou o impacto desses riscos físicos climáticos sobre os principais produtos agrícolas (frutas, legumes e verduras).</p> <p>Inundações e Escassez O aumento de temperatura associado à ação humana tem gerado ainda uma maior ocorrência de tempestades. Com um volume expressivo de água em um curto período de tempo, as cidades têm sofrido com inundações, afetando a logística dos produtos vendidos pelo GPA, realizada majoritariamente pelo modal rodoviário. O não escoamento dos produtos impacta diretamente a venda ao(à) consumidor(a). Em 2022, o estudo de riscos climáticos elaborado pelo Grupo Casino, dentre os diversos riscos físicos climáticos estudados sobre suas atividades na América Latina, avaliou os efeitos de enchentes e inundações - e também dos números de dias com grandes precipitações - sobre as lojas e os centros de distribuição do GPA em todo o Brasil para os horizontes de 2030 e 2050 nas condições dos cenários climáticos RCP 4.5 e RCP 8.5 do IPCC, compreendendo quais unidades estarão mais sujeitas a esses riscos e a intensidade deles. Foram estudados tanto os riscos de enchentes costeiras quanto de rios, bem como os números de dias com precipitações excedendo 5mm e excedendo 20mm durante o ano. As enchentes e inundações foram identificadas dentre os principais riscos físicos a atingir um número significativo de ativos da Companhia em diversas regiões do Brasil nos horizontes estudados.</p> <p>Oportunidade Energia Renovável A matriz energética brasileira é predominantemente composta por fontes renováveis. No entanto, empresas que dependem do Mercado Cativo de Energia não podem assegurar que todo o seu consumo energético é proveniente de fontes limpas, pois a matriz também conta com alguma participação de fontes não renováveis. Sendo assim, o GPA identifica na migração de suas lojas para o Mercado Livre de Energia uma oportunidade duplamente positiva: primeiro, porque passa a informar e comprovar que seu consumo energético é oriundo de outras fontes limpas; e em segundo lugar, a Companhia se torna menos susceptível à elevada dependência da matriz brasileira em relação às hidrelétricas, que não raras vezes gera um aumento significativo no preço da energia. A Companhia estabeleceu uma meta de atingir 100% do consumo de energia elétrica de média tensão adquirida de outras fontes renováveis até 2024.</p> <p>CDP itens C2.3, C2.3a, C2.4, C2.4a, C3.1, C3.2, C3.2a, C3.3 e C3.4</p>
<p>c) Descreva a resiliência da estratégia da organização, considerando diferentes cenários de mudanças climáticas, incluindo um cenário de 2°C ou menos.</p>	<p>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 COP21 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.</p>



Gestão de Risco

Divulgar como a organização identifica, avalia e gerencia os riscos relacionados às mudanças climáticas |GRI 201-2|

<p>a) Descreva os processos utilizados pela organização para identificar e avaliar os riscos relacionados às mudanças climáticas</p>	<p>A matriz de risco do GPA é composta por riscos de alta, média e baixa criticidade e integram a matriz <i>Casino Risk Solution (CRS)</i>, referência para a construção do Programa de Riscos. Além disso, por meio do <i>CSR Program</i> avaliamos, acompanhamos e trazemos diretrizes para mitigação de riscos socioambientais identificados e acompanhados anualmente pelos Comitês de Sustentabilidade e Diversidade e de Auditoria.</p>
<p>b) Descreva os processos utilizados pela organização para gerenciar os riscos relacionados às mudanças climáticas</p>	<p>A avaliação do risco é feita a partir do resultado do impacto (nível de severidade do risco) <i>versus</i> ocorrência (probabilidade). Em impacto, consideramos uma análise de critérios financeiros (Perda Financeira) e reputacionais (abrangência geográfica), categorizando-os de 1 a 5 (onde 1 indica baixo e 5 catastrófico). Para ocorrência, levamos em consideração a probabilidade de ocorrência (1- excepcional, uma vez a cada 10 anos a 5 - frequente - pelo menos uma vez a cada trimestre). O cruzamento dessas escalas gera uma matriz em que são categorizados em risco baixo, médio e alto. Para todos são criados planos de ação, revisitados anualmente com definição de responsáveis, indicadores e prazos.</p>
<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>	<p>As diretrizes e a estrutura da gestão de riscos do GPA seguem práticas e normas internacionais, com atuação integrada e abrangente de todos os processos buscando 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). A área de Gestão de Riscos é a responsável pela gestão periódica com as áreas envolvidas e mantém um reporte junto ao Conselho de Administração e Comitê de Auditoria da matriz e dos planos de ação relacionados.</p> <p>Desde 2018, incorporamos uma matriz específica de riscos para os temas socioambientais, composta por cinco temas prioritários, selecionados a partir de entrevistas com os(as) executivos(as) da Companhia, os quais estão diretamente ligados com nossa materialidade. Para cada um dos riscos, identificamos os principais aspectos associados, definimos uma estratégia de mitigação e um(a) executivo(a) responsável por ele. A avaliação dos riscos é realizada anualmente pelo Comitê da Diretoria Executiva, Comitê de Sustentabilidade e Diversidade e pelo Comitê de Auditoria, seguindo para a aprovação do Conselho de Administração.</p> <p>Realizamos ainda, com um apoio de uma consultoria externa, o acompanhamento de 14 cadeias prioritárias para o mapeamento dos riscos associados às suas atividades com base em quatro riscos prioritários da Companhia: Condições de trabalho, Combate ao Desmatamento, Bem-estar Animal e Biodiversidade. 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, os direitos humanos e o bem-estar animal. Atuamos de maneira proativa nas categorias de maior criticidade, e de maneira ainda mais acurada em nossas Marcas Próprias, definindo uma estratégia preventiva de médio prazo e planos de ação, quando necessários.</p> <p>Em 2022, reforçando o embasamento científico em nossa estratégia climática, o Grupo Casino, com apoio de uma consultoria externa, realizou um estudo de avaliação de impactos de riscos físicos climáticos das operações do GPA, 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.</p> <p>Mais informações em Gestão de Riscos, página 39 do Relatório de Sustentabilidade</p> <p>CDP itens C2.1, C2.1a, C2.2 e C2.2a</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

<p>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>	<p>O GPA elabora seu inventário de gases de efeitos estufa seguindo a metodologia do <i>GHG Protocol</i> desde 2012. O inventário é 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 <i>GHG Protocol</i>.</p> <p>O progresso do desempenho de compromissos e metas assumidas pela Companhia é reportado periodicamente em nosso Relatório Anual e de Sustentabilidade, sendo também submetido a diversos questionários específicos, como DJSI, ISE, CDP e ICO2. Em 2022, fomos avaliados como A- pelo <i>CDP Climate</i>.</p>
<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 de escopo 1 da empresa totalizaram 279,8 mil tCO₂e, escopo 2 - 22,2 mil tCO₂e e escopo 3 - 68,1 mil tCO₂e.</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>Em 2022, a Companhia reduziu 41,3% das emissões de gases de efeito estufa de escopo 1 e 2, evitando o lançamento de mais de 212 mil toneladas de CO² na atmosfera na comparação com 2021 e superou a meta de redução estabelecida até então, que era de 38% até 2030 (ano-base 2015). Reforçando seu comprometimento com o tema, o GPA decidiu ampliar o compromisso para redução de emissões de CO² estabelecendo uma nova meta, que passa a ser de 50% até 2025 (ano-base 2015), contribuindo de forma mais ativa para uma economia de baixo carbono.</p> <p>Além disso, a Companhia estabeleceu um compromisso de atingir 100% de energia elétrica de média tensão adquirida de outras fontes renováveis até 2024 (Mercado Livre), atingindo 97% em 2022.</p> <p>Desde 2022, com o intuito de aderirmos à iniciativa <i>Science Based Targets</i> (SBTi), estamos prevendo a ampliação da cobertura do escopo 3 com o apoio de consultoria externa, para iniciarmos o mapeamento e reporte das emissões provenientes da venda de nossos produtos.</p> <p>As metas de emissões estão atreladas à remuneração variável dos(as) colaboradores(as) elegíveis a fim de assegurar o envolvimento e comprometimento de todo o GPA com o tema.</p> <p>Mais informações em Controle e redução de emissões, página 65 do Relatório de Sustentabilidade</p> <p>CDP itens C4.1, C4.1a, C4.1b, C4.2, C4.2a, C4.2b, C6.1, C6.3 e C6.5</p>



Carta de asseguração | GRI 2-5



KPMG Auditores Independentes Ltda.
 Rua Verbo Divino, 1400, Conjunto Térreo ao 801 - 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
 Companhia Brasileira de Distribuição
 São Paulo – SP

Introdução

Fomos contratados pela Companhia Brasileira de Distribuição ("GPA" ou "Companhia") com o objetivo de aplicar procedimentos de asseguração limitada sobre as informações não financeiras de sustentabilidade constantes no "Relatório Anual e de Sustentabilidade 2022" ("Relatório") do GPA, 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 Companhia

A administração da Companhia 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 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.

KPMG Auditores Independentes Ltda., uma sociedade simples brasileira, de responsabilidade limitada e firma-membro da organização global KPMG de firmas-membros independentes licenciadas da KPMG International Limited, uma empresa inglesa privada de responsabilidade limitada.

KPMG Auditores Independentes Ltda., a Brazilian limited liability company and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee.



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 Companhia 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 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 pelo GPA;
- avaliação dos seguintes indicadores contratados:

- Área de venda das unidades próprias (GPA)
- Headcount total em 31/12/N
- Headcount em tempo integral
- Headcount do gênero feminino em 31/12/N
- Headcount do gênero masculino em 31/12/N
- Headcount < 30 anos em 31/12/N
- Headcount com idade entre 30 e 49 anos em 31/12/N
- Headcount com idade igual ou maior que 50 anos em 31/12/N
- Headcount por raça/etnia – Negros(as)
- Headcount por raça/etnia – Brancos(as)

KPMG Auditores Independentes Ltda., uma sociedade simples brasileira, de responsabilidade limitada e firma-membro da organização global KPMG de firmas-membros independentes licenciadas da KPMG International Limited, uma empresa inglesa privada de responsabilidade limitada.

KPMG Auditores Independentes Ltda., a Brazilian limited liability company and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee.



- Headcount por raça/etnia – Amarelos(as)
- Headcount por raça/etnia – Outras
- Headcount em cargos de gerência e acima em 31/12/N
- Headcount em cargos de gerência e acima em 31/12/N - Sendo mulheres
- Headcount em cargos de gerência e acima em 31/12/N - Sendo negros(as)
- Headcount em cargos de gerência e acima em 31/12/N - Sendo mulheres negras
- Headcount na diretoria em 31/12/N
- Headcount na diretoria em 31/12/N - Sendo negros(as)
- Headcount na diretoria em 31/12/N - Sendo mulheres
- Headcount na diretoria em 31/12/N - Sendo mulheres negras
- Total de colaboradores(as) com deficiência na empresa em 31/12/N
- Número de aprendizes em 31/12/N
- Turnover (Acumulado - %)
- Turnover (Voluntário - %)
- Percentual de denúncias nos canais da Ouvidoria relacionadas à ética tratadas e concluídas
- Número de acidentes de trabalho com licença superior a 1 dia
- Número de acidentes de trabalho com fatalidades
- Número de dias de licença decorrente de acidente de trabalho
- Número total de horas ausentes devido a acidente de trabalho, doença ordinária e doenças profissionais
- Número total de horas de treinamento de colaboradores(as)
- Média de horas de treinamento por colaborador(a)
- Valor total investido pela Companhia em treinamentos
- Percentual de colaboradores treinados em Compliance e Diversidade
- Percentual de empresas de segurança prestadoras treinadas no Código de Ética e na Política de Diversidade e Direitos Humanos
- Total de produtos de Marcas Próprias
- Produtos Orgânicos - (Marcas Próprias e Outras Marcas)
- Faturamento de venda de ovos de categorias cage-free em relação ao total de ovos de Marca Própria
- Faturamento de venda de ovos categorias cage-free em relação ao total de ovos de outras marcas
- Faturamento de venda de ovos categorias cage free em relação ao total de ovos de outras marcas e Marcas Próprias
- Número de ocorrências de necessidade de aplicação de procedimentos de retirada/recall/alerta de produtos de marcas exclusivas
- Número e percentual de fornecedores de marcas exclusivas aderentes à Política de compras de Produtos com Óleo de Palma

KPMG Auditores Independentes Ltda., uma sociedade simples brasileira, de responsabilidade limitada e firma-membro da organização global KPMG de firmas-membros independentes licenciadas da KPMG International Limited, uma empresa inglesa privada de responsabilidade limitada.

KPMG Auditores Independentes Ltda., a Brazilian limited liability company and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee.



- Percentual de óleo de palma com origem identificada nos produtos de marcas exclusivas
- Percentual de óleo de palma certificado nos produtos de marcas exclusivas
- Número de fornecedores de carne bovina ativos(as) em 31/12/N (fornecedores frigoríficos e processadores)
- Número e percentual de fornecedores aderentes à Política de Compras de Carne Bovina (homologação) (fornecedores frigoríficos e processadores)
- Número e percentual de fornecedores diretos(as) de carne bovina com sistema de monitoramento próprio e com rastreabilidade ativa (fornecedores frigoríficos)
- Número de fazendas de carne bovina que foram reanalisadas (double-check) - Sistema de Monitoramento
- Número de fornecedores de carne bovina bloqueados(as)
- Número de fornecedores de carne bovina que apresentaram não conformidades e planos de ação, e retornaram a fornecer ao GPA (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
- Percentual do volume de carne bovina com rastreabilidade
- Produtos alternativos à proteína animal e laticínios
- Distribuição de vendas de produtos orgânicos
- Distribuição de vendas de produtos "plant-based" / veganos
- Distribuição de vendas de ovos tipo "Cagefree/Caipira/Orgânicos"
- Auditorias sociais em fábricas de fornecedores(as) localizadas em países de risco
- Auditorias sociais em fábricas de fornecedores(as) localizadas em países de risco, realizadas pelo Casino Global Sourcing (CGS)
- Total de energia consumida
- Consumo de energia de outras fontes renováveis
- Proporção de outras fontes renováveis
- Capacidade de geração de energia solar
- Consumo de gás natural
- Consumo de Gás Liquefeito de Petróleo (GLP)
- Consumo de óleo diesel
- Fluidos refrigerantes – frio alimentar (R404A, R134A, R22, R410A, R449A, outros fluidos refrigerantes)
- Fluidos refrigerantes – refrigeração (R404A, R134A, R22, R410A, outros fluidos refrigerantes)
- Resíduos - Papelão (reciclagem)
- Resíduos - Plástico (reciclagem)
- Resíduos - Sucatas e metais (reciclagem)
- Resíduos orgânicos (compostagem)
- Resíduos: Outros para reciclagem

KPMG Auditores Independentes Ltda., uma sociedade simples brasileira, de responsabilidade limitada e firma-membro da organização global KPMG de firmas-membros independentes licenciadas da KPMG International Limited, uma empresa inglesa privada de responsabilidade limitada.

KPMG Auditores Independentes Ltda., a Brazilian limited liability company and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee.

4



- Rejeitos (aterro)
- Lojas que realizaram doação de alimentos ao menos 1x no ano (Parceria contra o desperdício de alimentos)
- Resíduos reciclados e/ou compostados
- Resíduos de clientes (coletados nos pontos de entrega voluntária nas lojas)
- Consumo de água
- Índice de Sustentabilidade e Diversidade (ISD) - Mulheres na liderança
- Emissões de Escopos 1, 2 e 3
- Embalagens de Marcas Próprias recicláveis, reutilizáveis e/ou compostáveis
- Beneficiários(as) diretos(as) das ações do Instituto GPA
- Recursos doados para instituições sociais
- NPS - Net Promoter Score

- 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 asseguarção limitada variam em termos de natureza e época e são menores em extensão do que em trabalho de asseguarção razoável. Consequentemente, o nível de segurança obtido em trabalho de asseguarção limitada é substancialmente menor do que aquele que seria obtido, se tivesse sido executado um trabalho de asseguarção razoável. Caso tivéssemos executado um trabalho de asseguarção 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, 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.

KPMG Auditores Independentes Ltda., uma sociedade simples brasileira, de responsabilidade limitada e firma-membro da organização global KPMG de firmas-membros independentes licenciadas da KPMG International Limited, uma empresa inglesa privada de responsabilidade limitada.

KPMG Auditores Independentes Ltda., a Brazilian limited liability company and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee.

5



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 Anual e de Sustentabilidade 2022", do exercício findo em 31 de dezembro de 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, 05 de maio de 2023

KPMG Auditores Independentes Ltda.
CRC 2SP014428/O-6

Sebastian Yoshizato Soares
Contador CRC 1SP257710/O-4

KPMG Auditores Independentes Ltda., uma sociedade simples brasileira, de responsabilidade limitada e firma-membro da organização global KPMG de firmas-membros independentes licenciadas da KPMG International Limited, uma empresa inglesa privada de responsabilidade limitada.

KPMG Auditores Independentes Ltda., a Brazilian limited liability company and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee.

6

Sumário de conteúdo da GRI, Princípios do Pacto Global e ODS

Declaração de uso	O GPA relatou em conformidade com as Normas GRI para o período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2022.
GRI 1 Usado	GRI 1 - Fundamentos 2021
Normas setoriais aplicáveis	-

Norma GRI/Outra fonte	Conteúdo	Localização neste relatório	Omissão	Pacto Global	ODS
CONTEÚDOS GERAIS					
GRI 2: Conteúdos gerais 2021	2-1 Detalhes da organização	10, 11, 23, 27, 135	-	-	-
	2-2 Entidades incluídas no relato de sustentabilidade da organização	4	-	-	-
	2-3 Período de relato, frequência e ponto de contato	4	-	-	-
	2-4 Reformulações de informações	26, 112	-	-	-
	2-5 Verificação externa	4, 125	-	-	-
	2-6 Atividades, cadeia de valor e outras relações de negócios	11, 12, 42	-	-	-
	2-7 Empregados	112	-	-	8.5, 10.3
	2-8 Trabalhadores que não são empregados	-	Informação não disponível, prevendo-se apresentá-la em próximo ciclo de relato.	-	8.5
	2-9 Estrutura de governança e sua composição	24	-	-	5.5, 16.7
	2-10 Nomeação e seleção para o mais alto órgão de governança	Formulário de Referência	-	-	5.5, 16.7
	2-11 Presidente do mais alto órgão de governança	24	-	-	16.6
	2-12 Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança na supervisão da gestão dos impactos	39	-	-	16.7
	2-13 Delegação de responsabilidade pela gestão de impactos	25, 39	-	-	-
	2-14 Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança no relato de sustentabilidade	4	-	-	-



Norma GRI/Outra fonte	Conteúdo	Localização neste relatório	Omissão	Pacto Global	ODS
	2-15 Conflitos de interesse	Formulário de Referência	-	-	16.6
	2-16 Comunicação de preocupações cruciais	-	Informação não disponível, prevendo-se apresentá-la em próximo ciclo de relato.	-	-
	2-17 Conhecimento coletivo do mais alto órgão de governança	Formulário de Referência	-	-	-
	2-18 Avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança	Formulário de Referência	-	-	-
	2-19 Políticas de remuneração	Formulário de Referência	-	-	-
	2-20 Processo para determinação da remuneração	Formulário de Referência	-	-	-
	2-21 Proporção da remuneração total anual	Formulário de Referência	-	-	-
	2-22 Declaração sobre estratégia de desenvolvimento sustentável	6, 7	-	-	-
	2-23 Compromissos de política	31, 36, 42, 44, 46, 53	-	10	16.3
	2-24 Incorporação de compromissos de política	46	-	10	-
	2-25 Processos para reparar impactos negativos	-	Informação não disponível, prevendo-se apresentá-la em próximo ciclo de relato.	-	-
	2-26 Mecanismos para aconselhamento e apresentação de preocupações	37, 42	-	-	16.3
	2-27 Conformidade com leis e regulamentos	-	Informação não disponível, prevendo-se apresentá-la em próximo ciclo de relato.	-	16.3

Norma GRI/Outra fonte	Conteúdo	Localização neste relatório	Omissão	Pacto Global	ODS
	2-28 Participação em associações	31, 116	-	-	
	2-29 Abordagem para engajamento de <i>stakeholders</i>	15, 29, 111, 117	-	-	
	2-30 Acordos de negociação coletiva	91	-	-	8.8
TEMAS MATERIAIS					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-1 Processo de definição de temas materiais	29	-	-	-
	3-2 Lista de temas materiais	29	-	-	-
Desempenho econômico – Tema material: Mudanças climáticas					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	63, 120	-	-	-
GRI 201: Desempenho econômico 2016	201-2 Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades decorrentes de mudanças climáticas	121, 122	-	7	13.1
Impactos econômicos indiretos - Temas materiais: Responsabilidade Social e Desperdício de Alimentos					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	73, 97, 106	-	-	-
GRI 203: Impactos econômicos Indiretos 2016	203-1 Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços	73, 97, 106	-	-	5.4, 9.1, 9.4, 11.2
Anticorrupção – Tema material: Ética, transparência e integridade					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	36	-	-	-
GRI 205: Anticorrupção 2016	205-1 Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	36	-	10	16.5
Concorrência desleal – Tema material: Ética, transparência e integridade					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	36	-	-	-
GRI 206: Concorrência desleal 2016	206-1 Ações judiciais por concorrência desleal, práticas de truste e monopólio	Não foram registradas	-	-	16.3
Energia – Temas materiais: Mudanças climáticas e Ecoeficiência das operações					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	66	-	-	-
GRI 302: Energia 2016	302-1 Consumo de energia dentro da organização	115	-	7, 8	7.2, 7.3, 8.4, 12.2, 13.1
	302-3 Intensidade energética	66	-	8	7.3, 8.4, 12.2, 13.1
Água e efluentes – Tema material: Ecoeficiência das operações					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	66	-	-	-
GRI 303: Água e efluentes 2018	303-5 Consumo de água	116	-	7, 8	6.4
Biodiversidade – Tema material: Biodiversidade					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	52	-	-	-
GRI 304: Biodiversidade 2016	304-2 Impactos significativos de atividades, produtos e serviços sobre a biodiversidade	52	-	8	6.6, 14.2, 15.1, 15.5

Norma GRI/Outra fonte	Conteúdo	Localização neste relatório	Omissão	Pacto Global	ODS
Emissões – Tema material: Mudanças climáticas					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	63, 65, 120	-	-	-
GRI 305: Emissões 2016	305-1 Emissões diretas (Escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE)	65, 116	-	7, 8	3.9, 12.4, 13.1, 14.3, 15.2
	305-2 Emissões indiretas (Escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia	65, 116	-	7, 8	3.9, 12.4, 13.1, 14.3, 15.2
	305-3 Outras emissões indiretas (Escopo 3) de gases de efeito estufa (GEE)	65, 116	-	7, 8	3.9, 12.4, 13.1, 14.3, 15.2
	305-6 Emissões de substâncias destruidoras da camada de ozônio (SDO)	115	-	7, 8	3.9, 12.4
Resíduos – Tema material: Ecoeficiência das operações					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	70	-	-	-
GRI 306: Resíduos 2020	306-1 Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos	70	-	-	3.9, 6.3, 6.6, 11.6, 12.4, 12.5
	306-2 Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos	70	-	-	3.9, 6.3, 8.4, 11.6, 12.4, 12.5
	306-3 Resíduos gerados	116	-	8	3.9, 6.6, 11.6, 12.4, 12.5, 15.1
	306-4 Resíduos não destinados para disposição final	116	-	8	3.9, 11.6, 12.4, 12.5
	306-5 Resíduos destinados para disposição final	116	-	8	3.9, 11.6, 12.4, 12.5
Avaliação Ambiental de Fornecedores – Tema material: Gestão sustentável de fornecedores					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	42	-	-	-
GRI 308: Avaliação Ambiental de Fornecedores 2016	308-2 Impactos ambientais negativos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas	42	-	8	-
Emprego – Tema material: Atração, retenção e desenvolvimento de talentos					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	90	-	-	-
GRI 401: Emprego 2016	401-1 Novas contratações e rotatividade de empregados	113	-	6	5.1, 8.5, 8.6, 10.3
Saúde e segurança do trabalho – Tema material: Bem-estar, saúde e segurança					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	92, 93	-	-	-
GRI 403: Saúde e segurança no trabalho 2018	403-1 Sistema de gestão de saúde e segurança no trabalho	92	-	-	8.8
	403-2 Identificação de periculosidade, avaliação de riscos e investigação de incidentes	93	-	-	8.8
	403-4 Participação dos trabalhadores, consulta e comunicação aos trabalhadores referentes a saúde e segurança do trabalho	93	-	-	8.8, 16.7

Norma GRI/Outra fonte	Conteúdo	Localização neste relatório	Omissão	Pacto Global	ODS
GRI 403: Saúde e segurança no trabalho 2018	403-5 Capacitação dos trabalhadores em saúde e segurança do trabalho	93	-	-	8.8
	403-6 Promoção da saúde do trabalhador	92	-	-	3.3, 3.5, 3.7, 3.8
	403-7 Prevenção e mitigação de impactos de saúde e segurança no trabalho diretamente vinculados a relações de negócios	93	-	-	8.8
	403-9 Lesões relacionadas ao trabalho	113	-	-	3.6, 3.9, 8.8, 16.1
Capacitação e educação – Tema material: Atração, retenção e desenvolvimento de talentos					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	94	-	-	-
GRI 404: Capacitação e educação 2016	404-1 Média de horas de capacitação por ano, por empregado	114	-	6	4.3, 4.4, 4.5, 5.1, 8.2, 8.5, 10.3
	404-2 Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e de assistência para transição de carreira	94	-	6	8.2, 8.5
Diversidade e Igualdade de oportunidades – Tema material: Diversidade, equidade e inclusão no trabalho					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	78	-	-	-
GRI 405: Diversidade e Igualdade de oportunidades 2016	405-1 Diversidade em órgãos de governança e empregados	112	-	6	5.1, 5.5, 8.5
Trabalho Infantil – Tema material: Direitos Humanos					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	42	-	-	-
GRI 408: Trabalho Infantil 2016	408-1 Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil	42	-	5	5.2, 8.7, 16.2
Trabalho forçado ou análogo ao escravo – Tema material: Direitos Humanos					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	42	-	-	-
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	42	-	4	5.2, 8.7
Práticas de segurança – Tema material: Direitos Humanos					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	53	-	-	-
GRI 410: Práticas de segurança 2016	410-1 Pessoal de segurança capacitado em políticas ou procedimentos de direitos humanos	36	-	1	16.1
Comunidades locais – Tema material: Responsabilidade Social					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	97, 106	-	-	-
GRI 413: Comunidades locais 2016	413-1 Operações com engajamento, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento voltados à comunidade local	97, 106	-	1	-

Norma GRI/Outra fonte	Conteúdo	Localização neste relatório	Omissão	Pacto Global	ODS
Avaliação social de fornecedores – Tema material: Gestão sustentável de fornecedores					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	42	-	-	-
GRI 414: Avaliação social de fornecedores 2016	414-2 Impactos sociais negativos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas	42	-	2	5.2, 8.8, 16.1
Políticas públicas – Tema material: Ética, transparência e integridade					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	36	-	-	-
GRI 415: Políticas públicas 2016	415-1 Contribuições políticas	Não ocorreram contribuições políticas em 2022	-	10	16.5
Saúde e segurança do consumidor – Tema material: Relacionamento com cliente e Oferta para o consumo consciente					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	15, 57, 60	-	-	-
GRI 416: Saúde e segurança do consumidor 2016	416-1 Avaliação dos impactos na saúde e segurança causados por categorias de produtos e serviços	57	-	-	-
Marketing e rotulagem – Temas materiais: Embalagens e Oferta para o consumo consciente					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	60, 75	-	-	-
GRI 417: Marketing e rotulagem 2016	417-1 Requisitos para informações e rotulagem de produtos e serviços	59	-	-	12.8
Privacidade do cliente – Tema material: Segurança da Informação					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	40	-	-	-
GRI 418: Privacidade do cliente 2016	418-1 Queixas comprovadas relativas à violação de privacidade e perda de dados de clientes	Não foram registrados	-	-	16.1, 16.3
Resíduos de embalagens Marcas Próprias – Tema material: Embalagem					
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	70	-	-	-
EMB01 - Resíduos de embalagens Marcas Próprias	Percentual de embalagens de Marcas Próprias recicláveis, reutilizáveis e/ou compostáveis	116	-	8	3.9, 11.6, 12.4, 12.5

Prêmios

Prêmio Valor Inovação 2022

Fomos o único varejista alimentar presente no *ranking*, e ficamos entre os cinco primeiros colocados na categoria Comércio, além de figurar entre as 150 empresas mais inovadoras do Brasil.

Catad'Or World Wine Awards – Club des Sommeliers

Nossa Marca Própria *Club des Sommeliers* foi premiada com três medalhas de ouro e uma medalha de prata no *Catad'Or World Wine Awards 2022*, concurso internacional de vinhos de maior relevância na América Latina, realizado no Chile. Os vinhos portugueses *Douro Selection* e *Alentejano Reserva*, e o rótulo chileno *Carménère Gran Reserva* foram premiados com medalha de ouro. Já o rótulo argentino *Malbec Selection* com medalha de prata.

Selo Igualdade Racial da Prefeitura de São Paulo

Recebemos o Selo Igualdade Racial, da Prefeitura de São Paulo. Um dos programas de fomento à equidade racial que possibilitaram a conquista foi o de Desenvolvimento de Negros e Negras. Para participar da premiação e receber o reconhecimento é preciso que as instituições privadas tenham ao menos 20% de pessoas negras em seu quadro de funcionários(as), distribuídas em hierarquias e funções diversas.

2ª edição do Índice de Equidade Racial Empresarial (IERE)

Recebemos o reconhecimento na categoria Recrutamento no Índice de Equidade Racial Empresarial (IERE), realizado pela Iniciativa Empresarial pela Igualdade Racial. A categoria destaca as ações realizadas nas empresas para recrutar candidatos(as) com foco na diversidade e inclusão.

Prêmio A Revolução da Aprendizagem 2022

Fomos reconhecidos no Prêmio A Revolução da Aprendizagem 2022, promovido pela REVVO, consultoria de treinamento. O GPA foi vencedor na categoria Protagonismo Digital, com o case Missão Super Estagiários, trilha de aprendizagem *online* realizada pela Universidade do Varejo GPA. Com uma linguagem jovem e moderna, o conteúdo é dividido em quatro planetas que exploram as *softs skills*, *hard skills* e ferramentas de trabalho, transformação digital, colaboração e comunicação, essenciais para o futuro do trabalho e da carreira dos(as) nossos(as) estagiários(as).

Ranking Top 100 Open Corps

Fomos reconhecidos no Top 3 na categoria Varejo e Distribuição no *Ranking Top 100 Open Corps 2022*. Pelo terceiro ano consecutivo, estivemos entre as 100 corporações que mais promovem a inovação aberta no Brasil.

Folha Top of Mind

O Extra recebeu o reconhecimento como um dos supermercados mais lembrados pelos(as) brasileiros(as) na premiação *Folha Top of Mind 2022*. O estudo, realizado pelo Datafolha, utilizou metodologia quantitativa de entrevistas pessoais e individuais.

Prêmio Gupy Destaca

Fomos destaque no Prêmio Gupy Destaca 2022 que reconhece e dá visibilidade às empresas e RHs que fazem a diferença na gestão de pessoas, buscando novas práticas, personalização e fatores que tornem o trabalho dessa área cada vez mais próximo e humanizado, sem deixar de lado a inovação. Ficamos entre os 100 RHs mais inspiradores do Brasil e os critérios de avaliação usados foram: atração, desenvolvimento e encantamento.

19º Prêmio NielsenIQ Ebit 2022

Recebemos o reconhecimento especial de parceiro que melhor utiliza os dados Nielsen Ebit no 19º Prêmio NielsenIQ Ebit 2022. O evento premiou as lojas *online* que se destacaram no *e-commerce* ao longo de 2022. A NielsenIQ é uma empresa de serviços de informação global, com mensuração do consumo e do varejo, que atua em mais de 90 mercados.

Estadão – Ranking Catchup – Qualidade

A nossa Marca Própria Qualidade ficou em primeiro lugar no teste cego de *catchup* realizado pelo Paladar, do Estadão. O teste reuniu um time de jurados(as), composto por especialistas, que receberam por *delivery* as amostras identificadas por números, ou seja, sem que pudessem identificar as marcas participantes. Os *catchups* foram avaliados a partir de critérios como aparência, textura, aroma e sabor.

Veja São Paulo – Mais amado de São Paulo – Pão de Açúcar

O Pão de Açúcar foi eleito como o supermercado “mais amado de São Paulo” em pesquisa exclusiva realizada pela VEJA São Paulo. A edição especial da publicação revelou as marcas, lugares e serviços favoritos dos(as) paulistanos(as).

Carteira do Índice Carbono Eficiente (ICO2 B3) de 2022

Integramos, mais uma vez, a carteira do Índice Carbono Eficiente (ICO2 B3). Fazemos parte dela desde 2011 e a adesão das companhias ao ICO2 demonstra o comprometimento com a transparência de suas emissões e antecipa a visão de como estão se preparando para uma economia de baixo carbono.

Prêmio XI Brazil Wine Challenge – Club des Sommeliers

A nossa Marca Própria de vinhos, *Club des Sommeliers*, foi premiada com duas medalhas de ouro no XI Brazil Wine Challenge, evento promovido pela Associação Brasileira de Enologia (ABE) e credenciado pela Organização Internacional do Vinho e da Vinha (OIV), que tem o objetivo de valorizar, divulgar e incentivar o conhecimento e a apreciação de vinhos com qualidade superior. Foram 903 amostras de 15 países, avaliadas por um júri internacional formado por 74 especialistas. Foram premiados nossos rótulos argentino *Pinot Noir Selection* e o italiano *Primitivo IGT*.

MERCO ESG

Fomos destaque na 8ª edição do MERCO Responsabilidade Corporativa ESG, que reconhece as empresas por seu trabalho nas questões ambientais, sociais e de governança. Alcançamos a 2ª posição no *ranking* ESG do setor de varejo e a 9ª posição na categoria Empresas Mais Responsáveis com o Meio Ambiente, ficando ainda entre as 20 empresas melhor colocadas no *Ranking* Geral ESG. O Merco (Monitor Empresarial de Reputação Corporativa) é o monitor corporativo de referência na América Latina que avalia a reputação das empresas, desde 2000, a partir da visão e percepção dos públicos com as quais se relacionam.

Prêmio Consumidor Moderno

Fomos reconhecidos no Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em serviços ao(à) cliente, realizado pelo Grupo Padrão, que destaca as estratégias inovadoras e soluções de alta relevância para o desenvolvimento de jornadas encantadoras. O GPA conquistou o prêmio na categoria Varejo: Super/hipermercados.

Prêmio Destaque Gestão de Pessoas 2022 da ABTD

Somos vencedores do Prêmio Destaque Gestão de Pessoas 2022 da Associação Brasileira de Treinamento e Desenvolvimento (ABTD) com o case de Trilha de Operações, da Universidade do Varejo GPA. A trilha foi desenvolvida a partir da necessidade de aprimorar o desenvolvimento dos(as) milhares de colaboradores(as) de nossas operações, que fazem parte das bandeiras Pão de Açúcar, Mercado Extra, Negócios Especializados (Mini Extra, Minuto Pão de Açúcar, Pão de Açúcar Fresh e Postos) e Compre Bem, abrangendo os cinco agrupamentos de cargos existentes em cada negócio (operadores(as), plenos(as), líderes, chefes e gestores(as), gerencial). A premiação reconheceu as empresas que se destacaram na gestão de pessoas neste ano, e fazem a diferença no mercado de treinamento e desenvolvimento.

Melhores Empresas em Práticas e Ações de Diversidade – IERE

Fomos reconhecidos na premiação Melhores Empresas em Práticas e Ações de Diversidade, promovida pela Iniciativa Empresarial pela Igualdade Racial (IERE), na categoria Ascensão de Profissionais Negros(as) pelo nosso Programa de Desenvolvimento de Negros e Negras.

Prêmio “O Melhor de São Paulo” – Mini Extra

O Mini Extra foi reconhecido, pelo quinto ano consecutivo, como o melhor minimercado da cidade, no Prêmio “O Melhor de São Paulo”. A pesquisa, realizada pelo Instituto Datafolha, entrevistou paulistanos(as) para levantar quais são os melhores serviços da cidade e o Mini Extra recebeu 32% das menções espontâneas na pesquisa nessa categoria.

Presença na lista do índice Bloomberg Gender-Equality (GEI) de 2022

Fazemos parte da seleta lista das apenas 13 empresas brasileiras – sendo a única varejista – a compor o índice *Bloomberg Gender-Equality* (GEI) de 2022, entre 418 companhias, de 45 países e regiões. O GEI é um índice que tem como objetivo acompanhar o desempenho de empresas de capital aberto comprometidas com a transparência, as práticas e as políticas relacionadas a gênero em todo o mundo, aumentando a amplitude e a profundidade dos dados ambientais, sociais e de governança (ESG) disponíveis para os(as) investidores(as). Ele mede a igualdade de gênero em cinco pilares: liderança feminina e trilha de carreira dos talentos, igualdade de salários e paridade de remuneração entre gêneros, cultura inclusiva, políticas contra assédio sexual e marca pró-mulher.

Prêmio “A Era do Diálogo”

O Pão de Açúcar foi reconhecido no Prêmio “A Era do Diálogo”, idealizado pela Consumidor Moderno, que reconhece as empresas mais qualificadas na resolução de conflitos e que se destacaram na busca pela harmonia no relacionamento com os(as) clientes. A metodologia avaliou a redução do litígio nas relações entre as empresas e os(as) consumidores(as) em 2021, e a nossa rede de supermercados *premium* se destacou entre as 20 empresas de diferentes setores, com melhor resolutividade por meio do diálogo com os(as) clientes nos novos modelos de atendimento nos canais digitais.

Great Places to Work – Varejo Brasil

Somos uma das 10 melhores empresas para trabalhar pelo *Great Places to Work* na categoria super grandes. O *ranking* trouxe as 60 empresas melhor avaliadas na categoria varejo e o GPA é a única supermercadista entre as 10 companhias com mais de 10 mil colaboradores(as).

Créditos

COORDENAÇÃO GERAL

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

CONSULTORIA GRI E REDAÇÃO

Editora Contadino

DESIGN

Multi Design

FOTOGRAFIA

Nubia Abe
Banco de imagens do GPA e do Instituto GPA

SEDE DO GPA |GRI 2-1|

Avenida Brigadeiro Luís Antônio, 3.172
01402-001 – São Paulo – SP, Brasil

CONTATOS

COMUNICAÇÃO CORPORATIVA

comunicacao.corporativa@gpabr.com

RELAÇÕES COM INVESTIDORES

gpa.ri@gpabr.com

SUSTENTABILIDADE

sustentabilidade@gpabr.com

OUVIDORIA

GPA:

ouvidoria@gpabr.com • 08000 55 57 11
(segunda a sábado, das 8h às 20h)

Grupo Éxito:

etica@grupo-exito.com • 01 8000 522 526
(24 horas por dia, sete dias por semana)

CASA DO(A) CLIENTE

Central de atendimento: 0800 779 6761

Horário de atendimento:

Lojas físicas, Fidelidade e Marcas Próprias:
segunda a sábado, das 08h às 20h

E-commerce: segunda a sábado, das 08h às 21h e
domingo, das 08h às 16h)

E-mail e Chat:

Pão de Açúcar: <https://www.paodeacucar.com/faleconosco/faleconosco.html?canal=pao>

Clube Extra: <https://www.clubeextra.com.br/faleconosco/faleconosco.html?canal=clube>

SITES E REDES SOCIAIS

Casino

Site: www.groupe-casino.fr/en/
Facebook: /brasilcasino
Instagram: @casinobrasil_oficial

Club des Sommeliers

Facebook: /clubdessommeliers
Instagram: @clubdessommeliers
Compre Bem

Site: www.comprebem.com.br
Facebook: /comprebemoficial
Instagram: @comprebemoficial
Twitter: @comprebem

Extra

Site: www.clubeextra.com.br
Facebook: /familiaextra
Instagram: @extra_oficial
Twitter: @familiaextra

GPA

Site: www.gpabr.com
LinkedIn: @GPA

GPA Labs

Site: <https://www.gpabr.com/pt/inovacao/>
Instagram: @gpalabs

Grupo Éxito

Site: www.grupoexito.com.co
LinkedIn: @Grupo Éxito
Facebook: /GrupoExitoColombia
Instagram: @grupoexito
Twitter: @grupo_exito

Instituto GPA

Site: www.institutogpa.org.br
Facebook: /institutogpa
Instagram: @instituto_gpa
YouTube: Instituto GPA

Mercado Extra

Instagram: @mercadoextrapermercados
Facebook: /mercadoextrapermercados

Pão de Açúcar

Site: www.paodeacucar.com
Facebook: /paodeacucar
Instagram: @paodeacucar
Twitter: @paodeacucar

Qualitá

Site: www.casapraticaqualita.com.br
Facebook: /CasaPraticaQualita
Youtube: QualitaOficial
Instagram: @qualita_oficial

Taeq

Site: www.conquistesuavida.com.br
Facebook: /taeqoficial
Instagram: @taeq