



ASSAÍ
ATACADISTA



← CAIXA EXCLUSIVO
ATÉ 15 VOLUMES

RELATÓRIO ANUAL E DE SUSTENTABILIDADE

2021





O novo capítulo da sua História começa com o maior premiado
8 MILHÕES
em prêmios!
LULA 25 mil
3 meses
é hora de renovar seu plano! Participe!
www.assaistocantinas.com.br

BALANÇA

... pode ajudar a mudar histórias!
50 toneladas
...
Participe!





SUMÁRIO

Mensagem do Conselho de Administração	5	GOVERNANÇA CORPORATIVA	32
Mensagem da Presidência	7	Princípios e Filosofia	32
SOBRE ESTE RELATÓRIO	10	Governança em Sustentabilidade	35
Temas Materiais	12	Estrutura Administrativa	36
Principais Metodologias	13	Instrumentos de Governança	38
		Ética	39
		<i>Compliance</i>	41
CAPÍTULO 1		Gestão de Riscos, Segurança Cibernética e de Dados	42
UM NOVO TEMPO SE CONSTRÓI JUNTO DE		Relações com o Mercado	45
ACIONISTAS E INVESTIDORES(AS)	14		
		CAPÍTULO 2	
UMA VISÃO INTEGRADA SOBRE		UM NOVO TEMPO SE CONSTRÓI JUNTO	
NOSSA PERFORMANCE	15	DAS PESSOAS	46
Performance Comentada	19		
Destaques 2021	21	CULTURA ORGANIZACIONAL	47
Aprimorando a Experiência do(a) Cliente	25	NOSSA GENTE	48
Reconhecimentos	29	Desenvolvimento Humano e Organizacional	53
Pactos e Associações	30	Qualidade de Vida, Saúde & Segurança	62
		Incentivos e Benefícios	67



Diversidade & Inclusão	68	COMUNIDADES	108
Principais Iniciativas em D&I	71	Gestão de Impactos (covid-19)	108
Engajamento da Nossa Gente	77	Apoio às Comunidades Locais	109
Liberdade de Expressão e Associação	79	Campanhas Sociais	111
		Fomento ao Empreendedorismo	113
CAPÍTULO 3		Reconhecimento de Boas Práticas e Premiação a Empreendedores(as)	115
UM NOVO TEMPO SE CONSTRÓI JUNTO			
DA SOCIEDADE	80	CAPÍTULO 4	
		ANEXOS	118
MEIO AMBIENTE	81		
Mudanças Climáticas	83	GESTÃO DE IMPACTOS	119
Emissões Fugitivas	84	SUMÁRIO DE CONTEÚDO GRI	120
Educação Ambiental	93	INDICADORES DE DESEMPENHO	122
CADEIA DE VALOR	94	RELATÓRIO DE ASSEGURAÇÃO LIMITADA	128
Valorização e Reconhecimento	95	DOS AUDITORES INDEPENDENTES	130
Desenvolvimento Sustentável	95	INDICADORES MODELO SASB	130
Combate ao Desmatamento	97	ESTRUTURA TCFD	131
Política Socioambiental de Compra de Carnes Bovinas	99		
Direitos Humanos: Condições de Trabalho	105		



MENSAGEM DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

O ano de 2021 foi, mais uma vez, prova do profissionalismo e do compromisso incondicional das equipes do Grupo Casino e de seus negócios. O Assaí reforçou sua contribuição ao seu desempenho global do Grupo e se adaptou ao cenário atual, guiada pelo princípio de responsabilidade social e ambiental que sempre norteia suas atividades. Assim como os demais negócios do Casino, o Assaí mostrou sua resiliência para cumprir o papel de serviço essencial, levando alimento à mesa dos(as) consumidores(as), a despeito de um panorama desafiador em decorrência de mais um ano de pandemia.

Na América do Sul, foram tomadas decisões estratégicas que conferiram um novo perfil aos negócios do Grupo. Para o Assaí, destaca-se, já no início de 2021, o anúncio da cisão das atividades de varejo (GPA). O objetivo dessa transação, formalizada em março, foi liberar todo o potencial de evolução das duas empresas para melhor alocação de recursos e mais visibilidade e oportunidades para cada um dos negócios, ampliando a geração de valor. E isso se mostrou muito bem-sucedido.

Liderado por gestores experientes e contando com um grande time comprometido com cerca de 60 mil colaboradores(as), o Assaí encerrou o ano mantendo-se como uma das lideranças do *cash&carry* no Brasil e como o maior negócio do Grupo Casino no mundo, resultado de um ano recorde em expansão (28 novas lojas) e com a consolidação da empresa em praticamente todo o território brasileiro. A abertura desse parque de lojas é um feito histórico para o Assaí e a construção de 24 novas lojas orgânicas de grande superfície em um único ano é um marco no mercado brasileiro de *cash&carry*.



Outro momento importante em 2021 foi a aquisição de pontos comerciais do Extra Hiper, o que acelerará o plano de expansão e possibilitará acesso a localizações imobiliárias diferenciadas em importantes cidades brasileiras. Somado, ainda, ao forte plano de expansão orgânica, o Assaí chegará a 300 lojas em 2023, consolidando ainda mais a sua presença em todo o Brasil. Além da satisfação com os resultados de expansão e de performance financeira, é preciso ressaltar a importância de ver esse crescimento estruturado em bases responsáveis.

Alinhado à estratégia global do Casino, o Assaí vem desenvolvendo iniciativas de fortalecimento das comunidades do entorno às lojas e reforçando o compromisso contínuo no enfrentamento das emergências climáticas; na rastreabilidade da cadeia de valor; e na promoção da diversidade e inclusão. Diante de um ano repleto de desafios de saúde pública, econômicos, ambientais e sociais para a população brasileira, o Assaí reforçou ainda mais o seu papel social, realizando diversas doações de alimentos e bens de primeira necessidade, beneficiando dezenas de milhares de famílias em todo o país.

Na agenda de enfrentamento às mudanças climáticas, o Assaí alcançou metas de redução de emissões equivalentes de toneladas de carbono, diminuindo 8,2% em relação às emissões de escopo 1 e 2 do ano anterior. Esses resultados fazem a diferença e refletem uma cultura genuinamente preocupada com pessoas e com o ambiente.

O histórico de resultados consistentes e a perspectiva de continuidade de crescimento com compartilhamento de valor comprovam o sucesso do modelo de negócios do Assaí e sua contribuição para a construção de uma sociedade cada vez mais inclusiva e sustentável.

Jean-Charles Naouri

Presidente do Conselho de Administração

“

Na América do Sul foram tomadas decisões estratégicas que conferiram um novo perfil aos negócios do Grupo.

”



MENSAGEM DA PRESIDÊNCIA

GRI 102-10, 102-14, 102-15

Começamos um novo tempo no Assaí, com grandes perspectivas para nossos(as) investidores(as), oportunidades de crescimento para os(as) colaboradores(as), fornecedores(as) e demais parceiros(as). Um novo ciclo que tem resultado em ainda mais benefícios para nossos(as) clientes e para o desenvolvimento socioeconômico do país. É sobre isso que tratamos neste Relatório, o primeiro ano dessa nova fase.

Prontamente à cisão com o GPA, efetuamos os ajustes necessários em processos e a estruturação de uma governança compatível para a listagem de nossas ações na B3 S.A – Brasil, Bolsa, Balcão (São Paulo/BRA) e na NYSE (Bolsa de Nova York). Assim, iniciamos 2021 preparados para operar de forma totalmente independente e com mais visibilidade.

Durante o ano, demos continuidade ao processo de expansão e fizemos história. Cumprimos com o plano anunciado, o que representou um recorde: foram 28 novas lojas inauguradas em 12 meses. A abertura desse parque de lojas é um feito histórico para o Assaí e a construção de 24 novas lojas orgânicas de grande superfície em um único ano é algo jamais realizado no mercado brasileiro de *cash&carry*.



Abrimos, ainda, a primeira unidade no estado do Acre e uma loja conceito na cidade do Rio de Janeiro, com sortimento adaptado ao público-alvo por meio de mix de produtos e serviços diferenciados. Hoje, estamos presentes em 23 Estados e no Distrito Federal, com 212 lojas e mais de 60 mil colaboradores(as), dados que muito nos orgulham pelo grande impacto gerado, seja na geração de empregos, nas relações que se criam e no potencial socioambiental mobilizado. Os 70 pontos comerciais adquiridos do Extra Hiper, incorporados ao nosso plano de expansão, serão uma oportunidade para uma nova escala de impacto e geração de valor. Esse movimento nos permitirá agregar novos perfis de público e ampliar substancialmente o impacto do negócio nos próximos anos, uma vez que as lojas estão localizadas em centros urbanos de grande adensamento. Assim, passaremos a ter pontos diferenciados em localizações centrais, com baixa sobreposição com o parque atual do Assaí, uma perspectiva de rápida maturação de vendas e maior potencial de rentabilidade.

Além disso, em 2021 ampliamos os contatos dos(as) clientes com o Assaí, oferecendo uma opção em comércio eletrônico por meio da Parceria com a *Cornershop by Uber* – atendendo, assim, quem deseja comprar conosco pela *internet*; e crescemos com o projeto de açougue, levando esse serviço a mais unidades.

Num ano marcado pela instabilidade, entregamos crescimento e faturamento robusto com ganho de *market share*. Conforme resultados apresentados neste Relatório, mantivemos elevado patamar de rentabilidade mesmo com a aceleração dos investimentos e, ainda nesse primeiro ano de operação autônoma, melhoramos o perfil da dívida derivada do processo de cisão, garantindo a excelência da gestão financeira do nosso negócio. A expansão foi acompanhada também pelo crescimento da Nossa Gente. Geramos 11 mil novos empregos em 2021 – contra 5,4 mil em 2020.

“

Durante o ano, demos continuidade ao processo de expansão e fizemos história. Nossos dados muito nos orgulham pelo grande impacto gerado, seja na geração de empregos, nas relações que se criam e no potencial socioambiental mobilizado.

”



Aumentamos em 3 p.p. a quantidade de mulheres em cargos de liderança (26% do total). Além disso, 65% dos(as) colaboradores(as) da Companhia se autodeclararam pretos(as) ou pardos(as), sendo 45% entre os cargos de liderança. A cada ano, promovemos treinamento contínuo para um número crescente de colaboradores(as) e prestadores(as) de serviço. Temos orgulho em cuidar do nosso time. Sabemos que o Assaí não teria crescido tanto se não fosse o envolvimento de todos(as) que sonham e constroem esta história.

Mantemos um forte compromisso social expresso por meio de programas de apoio às comunidades, garantindo inclusão e investimento social, e mantendo nosso compromisso em ser uma empresa que valoriza cada vez mais a diversidade e a inclusão, viabilizando a ascensão de grupos sub-representados. Além disso, beneficiamos milhares de famílias em situação de vulnerabilidade através da doação de mais de 1,3 mil toneladas de alimentos, uma quantidade 27% superior a 2020.

Temos metas ambientais rigorosas, inclusive atreladas à remuneração variável da alta e da média liderança, como a redução de 38% das emissões de carbono até 2030. Investimos em políticas e ações para combater o desmatamento, as mudanças climáticas e garantir condições dignas de trabalho na cadeia de valor.

Olhando à frente, estamos atentos(as) aos desafios do cenário de 2022. Por isso, avaliamos essencial manter uma de nossas principais características: operação eficiente, descentralizada e com baixos custos para oferecer os melhores preços e a melhor experiência de compra à nossa base diversificada de clientes. Temos

como objetivo abrir aproximadamente 50 novas lojas este ano, incluindo cerca de 40 conversões do Extra Hiper, além de lojas orgânicas. O acelerado plano de expansão nos levará, em dois anos, a 300 unidades e, em 2024, alcançaremos receita bruta de R\$100 bilhões.

São expectativas que trazem desafios – mas, também, muitas oportunidades. E temos uma história de compromissos e resultados sustentáveis, além da força e garra de nossos(as) colaboradores(as), da confiança de comunidades, clientes, parceiros(as), investidores(as) e acionistas para continuar essa trajetória exitosa. Esperamos que, com a leitura deste relatório, possamos compartilhar o orgulho e o compromisso que nós, do Assaí, temos em gerar valor para toda a sociedade.

Boa leitura!

Belmiro de Figueiredo Gomes
Diretor-Presidente



SOBRE ESTE RELATÓRIO

GRI 102-21, 102-40, 102-43, 102-46, 102-49, 102-50, 102-51, 102-53, 102-54, 102-56

O Relatório Anual e de Sustentabilidade Assaí 2021 segue uma trajetória de continuidade e aprendizado (uma vez que, até então, reportávamos nossa estratégia, diferenciais, desafios e conquistas por meio do Relatório Anual e de Sustentabilidade GPA). No entanto, após a cisão de nossas operações do GPA, o Relatório Anual e de Sustentabilidade Assaí 2021 representa um marco, pois é o primeiro elaborado com conteúdo exclusivo do Assaí, nos permitindo compartilhar, de forma mais abrangente, conteúdos e indicadores relevantes e alinhados aos compromissos de uma Companhia listada no Novo Mercado de Governança Corporativa.

Clique aqui e conheça nossos reportes anteriores como parte do GPA. 



Este Relatório abrange todas as nossas operações no país, durante o período de janeiro a dezembro de 2021, e sua elaboração foi acompanhada e aprovada pelos principais executivos, incluindo a presidência e as diretorias de *Compliance* e Relações com Investidores, além de ter sido submetido à verificação externa pela KPMG Brasil.

Direcionadores de conteúdo

A estrutura de capítulos e conteúdo deste Relatório foi definida considerando abordagem integrada, iniciando uma jornada ESG de análise e interpretação de orientadores e compromissos ambientais, sociais e de governança de forma integrada e aprofundada, contribuindo para não somente evoluir nosso modelo de negócio e nossa capacidade de geração de valor a curto, médio e longo prazos, como também para compartilhar informações relevantes ao conjunto de *stakeholders* – controlador, acionistas e investidores(as), colaboradores(as), cadeia de valor, clientes, comunidades, esferas do governo/órgãos reguladores e sindicatos, sociedade, imprensa e concorrência.



Materialidade e temas críticos

Para nós, a sustentabilidade é estratégica e transversal a todas as nossas atividades e projetos. Procuramos equilibrar as dimensões econômicas, sociais e ambientais em nossas operações e na cadeia de valor, tendo os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Organização das Nações Unidas (ONU) como orientadores de nossas iniciativas. Para elaboração da nossa materialidade 2020/2022, realizamos escutas junto aos nossos *stakeholders* para identificação de expectativas e interesses, além de considerarmos o cenário global, temas de sustentabilidade e os principais índices ESG do mercado.



A matriz de materialidade foi construída a partir de:

- Identificação, análise e priorização de *stakeholders*, de acordo com seu grau de relação e impacto e aderência nos nossos negócios
- Análise dos principais temas materiais nos *frameworks* do mercado de capitais e *benchmark* setorial
- Consultas *on-line* com 2.387 pessoas – clientes, colaboradores(as), fornecedores(as) de marca própria e demais marcas, prestadores(as) de serviços, ONGs, e investidores(as)
- Entrevistas em profundidade com – investidores(as), fornecedores(as), ONGs, executivos(as) e conselheiros(as) – para entender os temas com relevância/prioridade e as influências prioritárias em relação à sustentabilidade do negócio



Temas materiais, conectados com nossa Estratégia de Sustentabilidade e os ODS:



VALORIZAÇÃO DA NOSSA GENTE

- Bom ambiente de trabalho com oportunidades de desenvolvimento
- Diversidade, inclusão e combate à discriminação



ENGAJAMENTO COM A SOCIEDADE

- Ser um(a) agente mobilizador(a) para a promoção de oportunidades mais inclusivas e justas



COMBATE ÀS MUDANÇAS CLIMÁTICAS

- Combate às mudanças climáticas
- Desenvolvimento de práticas sustentáveis na cadeia de fornecimento
- Combate ao desperdício de alimentos



GESTÃO INTEGRADA E TRANSPARÊNCIA

- Boas práticas éticas e de governança



TRANSFORMAÇÃO NA CADEIA DE VALOR

- Desenvolvimento de práticas sustentáveis na cadeia de fornecimento
- Oferta de produtos saudáveis, sustentáveis e seguros
- Fortalecimento de pequenos empreendedores

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



EIXOS ESTRATÉGICOS



TEMAS MATERIAIS



ODS PRIORITÁRIOS



PRINCIPAIS METODOLOGIAS

Este Relatório foi fundamentado nas mais reconhecidas metodologias de relatos internacionais para garantir a confiabilidade das informações, a transparência e a comparabilidade dos dados, bem como a consistência do conteúdo, que inclui indicadores ambientais e sociais abrangendo toda a Companhia:

GRI – propicia o mais alto nível de transparência em informações referentes aos impactos das empresas na economia, meio ambiente e sociedade. Estabelece uma linguagem global para as organizações relatarem seus impactos, possibilitando que empresas, investidores(as), formuladores(as) de políticas e a sociedade civil usem essas informações para estabelecer um canal de diálogo e tomar decisões que apoiem o desenvolvimento sustentável.

Optamos pela abordagem referenciada em indicadores selecionados dos conteúdos gerais GRI (série 102), que trazem informações contextuais sobre uma organização e suas práticas de relato de sustentabilidade, conforme Sumário GRI, na página 120.

Metodologia Grupo Casino – seguindo uma trajetória de continuidade e evolução, relatamos o ano de 2021 de forma independente do Grupo Pão de Açúcar; porém, continuamos nos baseando no *Casino Group CSR Program*, metodologia exclusiva que atende às exigências legais e regulamentares da França, país sede do Grupo Casino (controlador). Na página 122, apresentamos os principais indicadores.

ODS – somos comprometidos e orientamos nossa gestão para o cumprimento das metas dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), propostos pela Organização das Nações Unidas (ONU). Por isso, em cada capítulo indicamos os respectivos ODS relacionados. Abaixo, apresentamos um resumo dos nossos focos de atuação:



SASB e TCFD – incorporamos também o padrão SASB (*Sustainability Accounting Standards Board*), que estabelece padrões específicos para diferentes setores, identificando questões ambientais, sociais e de governança (ESG) que podem vir a representar impactos materiais no desempenho financeiro de uma empresa, além de uma visão sobre indicadores TCFD (*Task Force on Climate Related Disclosures*), que objetivam reportar o impacto das mudanças climáticas nos negócios. Ambos foram selecionados e consolidados por empresa independente e especializada.

Relato Integrado – consolidando a abordagem de conteúdo integrado, apresentamos também a *Framework* de Capitais e Geração de Valor Compartilhado da Companhia (ver pág. 17), nos referenciando na respectiva proposta do IIRC (*International Integrated Reporting Council*).

Em caso de dúvidas, comentários ou sugestões sobre o Relatório Anual e de Sustentabilidade 2021 do Assaí, encaminhe um e-mail para: ri.assaí@assaí.com.br.

Assaí Campo Grande
Aeroporto (MS)

1

UM NOVO TEMPO SE CONSTRÓI JUNTO DE ACIONISTAS E INVESTIDORES(AS)



GRI 102-1, 102-2, 102-3, 102-4, 102-6, 102-7, 102-10



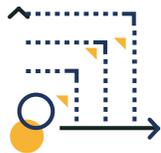
UMA VISÃO INTEGRADA SOBRE NOSSA PERFORMANCE

Assaí em números



PRESENÇA EM

23
ESTADOS
E DISTRITO FEDERAL



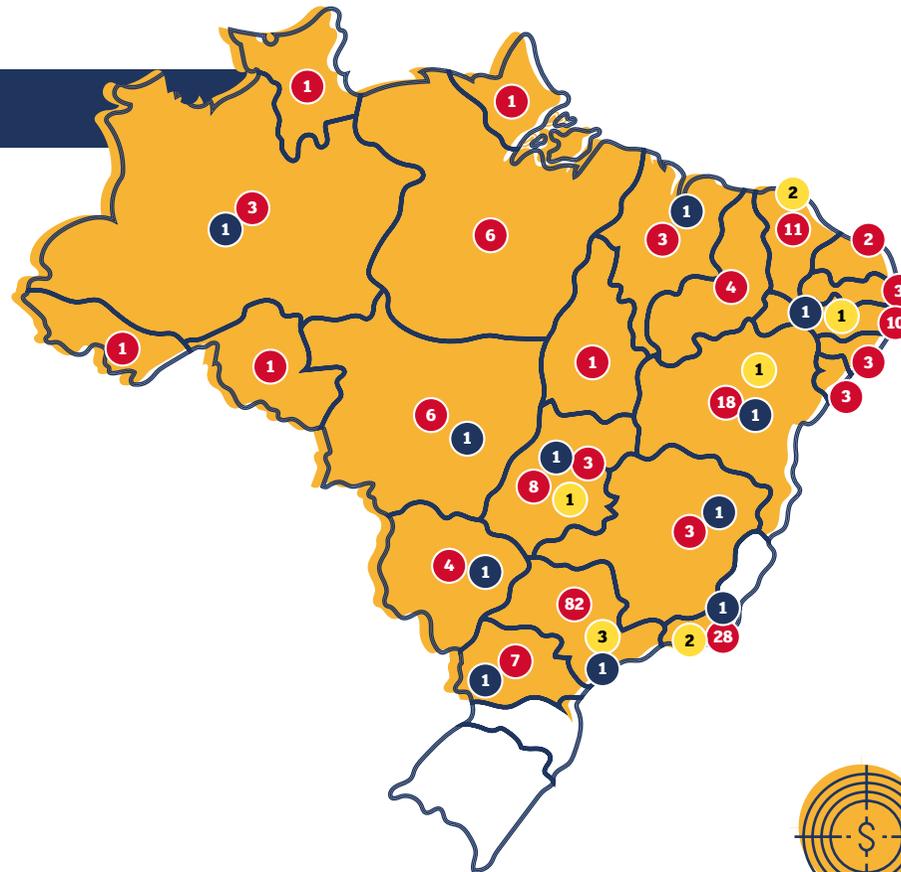
964 MIL m²
ÁREA
DE VENDAS



60.120
COLABORADORES(AS)



R\$ 45,6 BILHÕES
EM FATURAMENTO



212
LOJAS

COM 28 INAUGURAÇÕES
EM 2021



10
CENTROS
DE DISTRIBUIÇÃO



11
ESCRITÓRIOS
REGIONAIS COM
AUTONOMIA



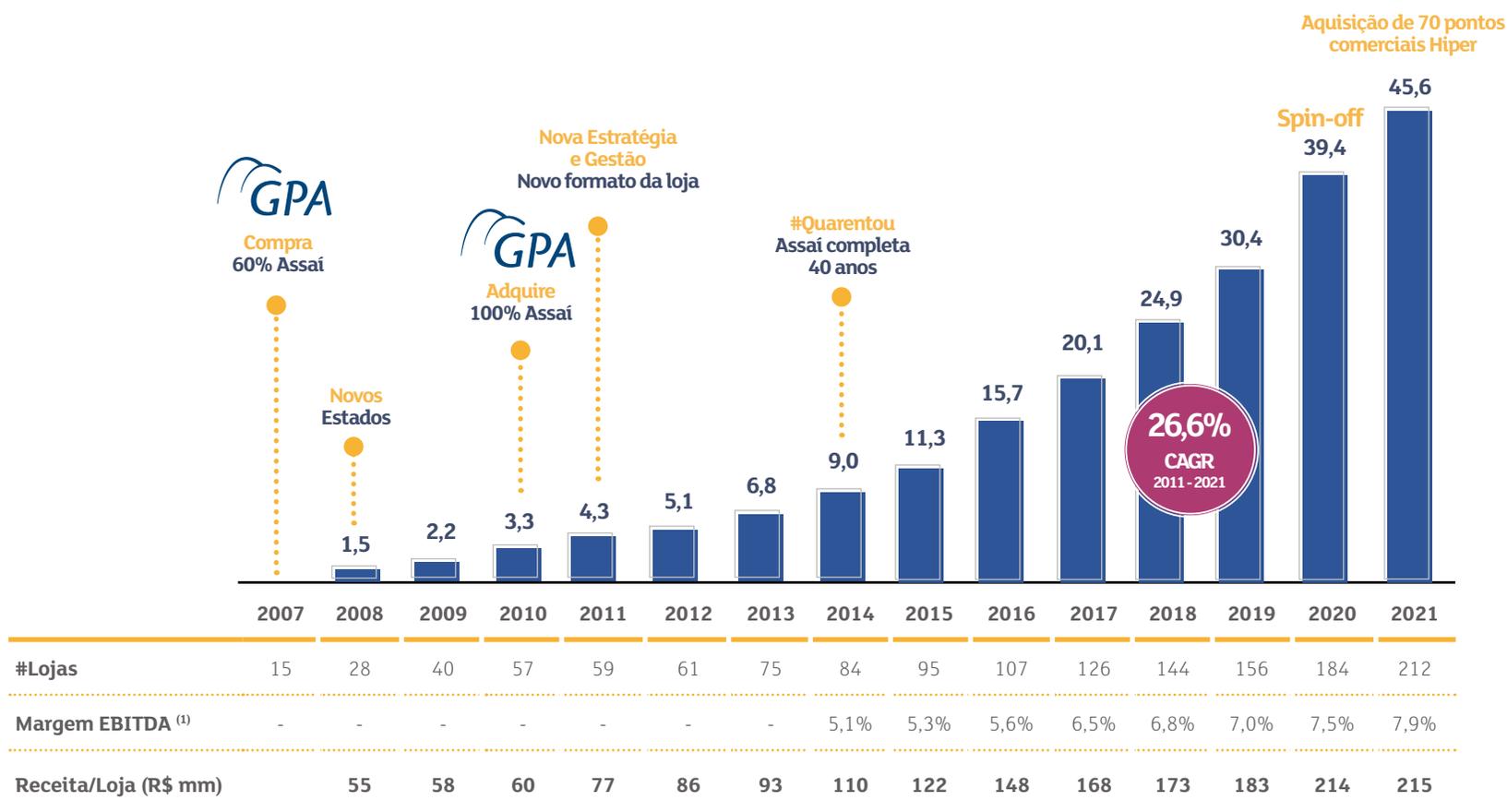
43%

DE VENDAS DAS LOJAS
DA REGIÃO SUDESTE

Nossos clientes: pessoas físicas, transformadores (ambulantes, pizzarias, lanchonetes), revendedores (mercearias) e utilizadores (escolas, instituições religiosas, hospitais e hotéis)



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



NOTA: (1) EBITDA ajustado pós IRFS 16

CAPITAIS

**Financeiro**

- Receita bruta: R\$ 45.585 milhões
- Investimento bruto de R\$ 3.249 milhões (+ 152% em relação a 2020)
- Geração de caixa (em valores nominais + evolução em relação a.a.)
- R\$ 21,8 bilhões de valor de mercado em 31/03/22, com 59% das ações emitidas pela Companhia em livre circulação (794,5 milhões de ações)

**Manufaturado**

- 212 lojas
- Capilaridade nacional: 23 Estados + DF
- 10 CDs
- 11 escritórios regionais
- E-commerce em 17 estados

**Humano**

- 60.120 colaboradores(as) (base 31/dez/21)
- + de 11 mil postos de trabalho gerados em 2021 (base dez/2021)
- 1.964 jovens aprendizes
- 5,4% de pessoas com deficiência no quadro de colaboradores(as)
- Diversidade & Inclusão: políticas e práticas

**Intelectual**

- Cultura: Simplicidade, Foco no Cliente, Paixão pelo que Fazemos, Compromisso com Resultado, Cuidado com Nossa Gente e Ética
- Presença nacional e modelo flexível, adaptável para diferentes regiões e públicos
- Práticas de aproveitamento e desenvolvimento interno para todas as áreas da Companhia
- Universidade Assaí – preparação das pessoas para sustentar o crescimento e expansão do negócio. Mais de 2,4 milhões de horas totais de treinamento

**Social e de Relacionamento**

- Capacidade expressiva de geração de empregos
- Compromissos, políticas e práticas voltadas aos direitos humanos e à cadeia de valor
- Compromissos, campanhas e ações sociais voltadas às comunidades
- Academia Assaí Bons Negócios: capacitação e apoio a micro e pequenos(as) empreendedores(as)

GERAÇÃO DE VALOR



VALOR GERADO

**Financeiro**

- Listada no Novo Mercado da B3
- 61% de crescimento do Lucro Líquido
- Crescimento robusto de receitas, estabilidade de despesas e ganhos de market share

**Manufaturado**

- Expansão: 28 inaugurações em 2021 e continuidade do plano de expansão orgânica com a abertura de cerca de 50 lojas entre 2022 e 2024
- Área de vendas somando 964 mil m² (19% em relação a 2020)
- Aprimoramento da experiência do cliente: climatização, wi-fi, cafeterias, açougue-boutique e amplo estacionamento
- Nova loja conceito na Barra da Tijuca

**Humano**

- 88% de engajamento interno
- 26% de mulheres em posição de liderança (gerência e acima), sendo 9% mulheres negras
- 45% de autodeclarados negros em cargos de liderança (gerência e acima)

**Intelectual**

- Envolvimento direto da alta liderança nos comitês de práticas corporativas
- Expertise B2B e B2C
- Líderes locais com autonomia de decisões
- Conhecimento e comunicação regional alinhado à diversidade de perfis de clientes
- Plataformas digitais e assistente virtual
- Universidade Assaí: aprimoramento em competências técnicas e comportamentais levadas a todos os níveis funcionais

**Social e de Relacionamento**

- Mais de 11 mil novos empregos
- Diversas iniciativas de doação de alimentos e cestas básicas
- Mais de 27 mil novos empreendedores cadastrados na plataforma educacional da Academia Assaí Bons Negócios, com mais de 9 mil certificados emitidos no ano



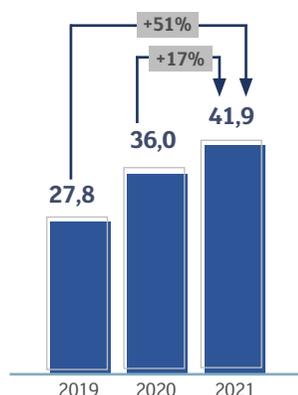
Performance comentada

Ainda com reflexos significativos da pandemia da covid-19, o ano de 2021 foi marcado por um cenário de aumento da inflação, resultado da elevação dos preços de insumos e matérias-primas, aumento do desemprego e restrições de renda dos(as) consumidores(as) que viram seu poder de compra diminuído.

Mesmo neste contexto desafiador para o varejo como um todo, conseguimos manter nossa alta capacidade de execução, garantindo a efetividade das nossas operações, que tiveram crescimento acelerado. Alcançamos faturamento recorde de R\$ 45,6 bilhões, com ganhos de *market share* e aumento expressivo de lucro líquido (+61%). Além disso, a alta conversão de EBITDA em caixa operacional contribuiu fortemente para a expansão e o crescimento da Companhia. São resultados que demonstram não somente a eficiência operacional e financeira, mas também a resiliência do nosso negócio.

COMPROVADA ADERÊNCIA DO MODELO DE NEGÓCIO

RECEITA LÍQUIDA⁽¹⁾ (R\$ BILHÕES)



Ganhos de *Market Share* Total e mesmas lojas

Vendas mesmas lojas: +4,8%
+19,5% em 2 anos

Venda ⁽²⁾ por m ²	2019	2020	2021
	4,1	4,4	4,5

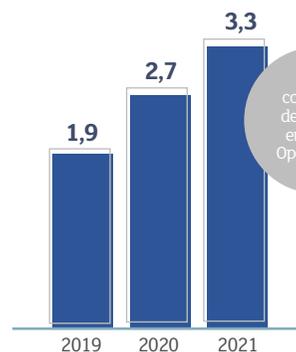
Maior venda/m² do setor *cash&carry*

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

(2) Venda Bruta

EXCELÊNCIA OPERACIONAL

EBITDA AJUSTADO (R\$ BILHÕES)



Alta conversão de EBITDA em Caixa Operacional

Margem EBITDA Aj. ⁽¹⁾	2019	2020	2021
	7,0%	7,5%	7,5%

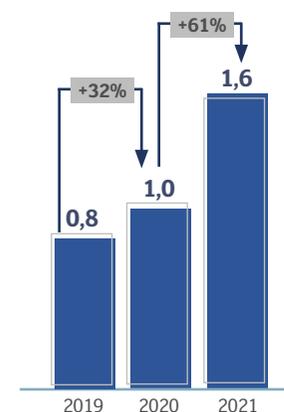
Margem EBITDA Ajustado⁽¹⁾⁽²⁾ 7,9%

(1)% Receita Líquida

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

EXPRESSIVO AUMENTO DO LUCRO

LUCRO LÍQUIDO⁽¹⁾ (R\$ BILHÕES)



Margem líquida	2019	2020	2021
	2,7	2,8	3,8

(1) Inclui créditos tributários líquidos de IR no valor de R\$ 470 milhões em 2021



R\$ MM	2021	2020	2019
Receita Bruta	R\$ 45.585	R\$ 39.369	R\$ 30.387
Receita Líquida	R\$ 41.898	R\$ 35.950	R\$ 27.806
Lucro Bruto	R\$ 7.145	R\$ 5.906	R\$ 4.578
EBITDA Ajustado ⁽¹⁾	R\$ 3.319	R\$ 2.696	R\$ 1.947
Margem EBITDA ajustada	7,9%	7,5%	7,0%
Lucro Líquido	R\$ 1.610	R\$ 1.003	R\$ 802
Investimento bruto	R\$ 3.249	R\$ 1.291	R\$ 1.299

(1) % Receita Líquida

Receita líquida
positiva e em
expansão:

+16,5%

Incremento de
no lucro líquido

+61,0%

(ref. 2021)



Assaí Manaus II (AM)



DESTAQUES 2021

Um novo tempo

INVESTIMENTOS E EXPANSÃO

Com grande entusiasmo, a Companhia continuou sua jornada de expansão com rentabilidade – agora independente das operações do GPA, mas com os mesmos padrões elevados de governança corporativa. A cisão entre as empresas foi aprovada no fim de 2020 e colocada em prática já no início de 2021. A **listagem das ações do Assaí na Bolsa de Valores de São Paulo**, sob os padrões de governança do Novo Mercado, ocorreu em 1º de março de 2021, colocando a Companhia como único puro *player cash&carry* listado no Brasil. Na Bolsa de Valores de Nova York, a emissão de ADRs (*American Depositary Receipts*) aconteceu em 8 de março de 2021.

Com a cisão, acionistas detentores(as) de ações do GPA até o dia 26 de fevereiro de 2021 receberam automaticamente ações do Assaí, na proporção 1:1. Na data de estreia das operações na B3, as ações do Assaí dispararam, fechando em alta de 385%. A operação destravou valor tanto para GPA quanto para Assaí, que passou a comunicar as principais perspectivas da Companhia diretamente para acionistas e potenciais investidores(as) do mercado.

Dado o movimento de cisão das Companhias, foi necessária a criação de áreas de *backoffice* no Assaí que até então eram compartilhadas com GPA. Não houve alteração da gestão do modelo de negócios: a Companhia seguiu com a trajetória de expansão e inaugurou 28 novas lojas em 2021, o maior número de abertura de lojas em um único ano. Destas, 24 são lojas orgânicas, um recorde de construção também para o mercado de *cash&carry*, e quatro conversões de outros formatos.





Inauguramos, em dezembro, uma **loja conceito na Barra da Tijuca**, no Rio de Janeiro (RJ), com diferenciais em termos de sortimento e serviços, visando melhor atender o público da região. A loja oferece mais de oito mil produtos, empório de frios, cafeteria, açougue, seção de churrasco e maior diversidade no sortimento de vinhos e azeites. Além disso, a loja foi construída com base em padrões construtivos sustentáveis, com aproveitamento da luz natural; e modernos, com pontos para carregamento de carros elétricos e sensores indicativos de vagas livres.

Adicionalmente, em 2021, foi firmada a parceria entre a Companhia e a Cornershop by Uber, estabelecendo a **entrada do Assaí no e-commerce**. A parceria, presente em 17 estados do Brasil, potencializa o alcance a novos(as) consumidores(as) e possibilita aos(às) clientes a comodidade e a conveniência de comprarem do Assaí no ambiente digital, através do aplicativo da Cornershop.

Dando continuidade ao processo de expansão da Companhia, um passo importante foi dado em 2021: o anúncio da **conversão de até 70 lojas do Extra Hiper em Assaí**. Essa operação acrescentará cerca de 450 mil metros quadrados de área de vendas e coloca o Assaí na corrida pela liderança do mercado de *cash&carry*. A transação permite à Companhia entrar em localizações altamente privilegiadas, protegidas, adensadas e maduras, dentro de grandes centros urbanos e de difícil acesso através da expansão orgânica. As conversões de Extra Hiper serão realizadas em 16 estados, fortalecendo a nossa presença nacional. Essas lojas apresentam baixa canibalização com as lojas existentes Assaí – contribuindo, portanto, para a ampliação do potencial do número de consumidores(as) atendidos(as) pela empresa.



Loja conceito na Barra da Tijuca, com sortimento diferenciado

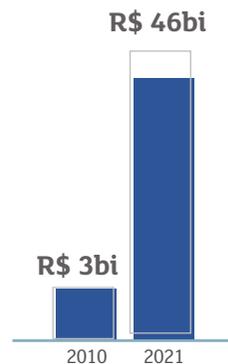




A aceleração da expansão através das conversões de lojas do Extra Hiper está alinhada com a estratégia da Companhia de crescimento com rentabilidade. Nos últimos cinco anos, a empresa realizou a conversão de 26 lojas de Extra Hiper que apresentaram performance de venda e margens superiores à média da Companhia. É esperado que as novas conversões aprovadas em outubro de 2021 tripliquem as vendas em relação ao formato de hipermercado e tenham uma margem EBITDA 150 bps superior à média atual do Assaí.

R\$ 46 BILHÕES DE FATURAMENTO

Entre 2010 e 2021, o faturamento do Assaí passou de R\$ 3 bilhões para R\$ 46 bilhões, graças à atratividade do modelo de negócio e das lojas, com melhorias constantes na experiência de compra, além de um plano bem-sucedido e acertado de expansão. Em nossa trajetória, temos conquistado *market share* e apresentado crescimento acelerado com ganhos de rentabilidade e forte geração de caixa, tanto em períodos de prosperidade econômica quanto em momentos mais desafiadores, confirmando a resiliência do formato.



EXPANSÃO RECORDE



Encerramos o ano de 2021 com 212 lojas em operação e uma área de vendas de 964 mil metros quadrados, 19% superior a 2020, sendo que apenas no último trimestre do ano inauguramos 21 lojas, confirmando a nossa alta capacidade de execução. Para os próximos dois anos, além da conversão dos pontos comerciais Extra Hiper adquiridos do GPA, seguiremos com aberturas orgânicas, reforçando nossas projeções de alcançarmos faturamento de R\$ 100 bilhões em 2024 e mais de 300 lojas em operação.

ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

Com objetivo de conferir mais agilidade na tomada de decisões e dar suporte ao processo acelerado de expansão, promovemos importantes alterações em nossa estrutura administrativa em 2021. Duas posições de vice-presidência, uma na área de Operações e outra no Comercial e Logística, foram criadas. Além disso, duas grandes diretorias regionais também passaram a integrar o organograma da Companhia.



Mercado livre de energia

Concluimos a migração de 92% (194 lojas) do parque total de lojas em 2021 para o mercado livre de energia¹, aumentando a participação de energia renovável limpa em nossa matriz de consumo energético. Com a migração, optamos pela aquisição de uma energia mais limpa, que contempla fontes como eólica, solar, biomassa e pequenas centrais hidrelétricas. O sistema traz ainda mais economia por permitir a compra direta do(a) fornecedor(a). A rede utilizada conta com três empresas fornecedoras, e até julho de 2021 ocupávamos o segundo lugar no *ranking* CCEE (Câmara de Comercialização de Energia Elétrica) em número de unidades na categoria consumidor especial, que prevê demanda contratada maior ou igual a 500 kW e menor que 1.500 kW.



*Investimento
em energia
mais limpa*



1. A energia elétrica adquirida pelo Assaí, enquanto consumidor especial (igual ou superior a 500kW) dentro do Ambiente Livre de Contratação (Mercado Livre de Energia), está enquadrada na categoria de energia incentivada, com desconto de 50% na fatura (favorecida para fontes de energia verde, como solar, eólica ou de biomassa), nos termos das regras de comercialização da ANEEL (Agência Nacional de Energia Elétrica) para consumidor especial. Referências: § 5º do art. 26 da Lei nº 9.427, de 26 de dezembro de 1996; REN ANEEL 745 de 22.11.2016.



APRIMORANDO A EXPERIÊNCIA DO(A) CLIENTE

Nos últimos anos, além das compras realizadas por pessoas jurídicas, as lojas do Assaí se tornaram mais atrativas às pessoas físicas, que aumentaram o consumo de alimentos em casa e também em busca de preços mais baixos.

Nosso crescimento foi acompanhado de investimentos contínuos na melhoria da experiência de compra, como a adaptação do sortimento, implementação de serviços, como o açougue, e melhor iluminação e refrigeração, tornando as lojas mais atraentes para os mais diversos públicos. A busca por localizações estratégicas em grandes centros urbanos, o aumento da quantidade de colaboradores(as) e o investimento em capacitação contínua, entre outras iniciativas, têm garantido nossa competitividade.



Investimos em tecnologia para aprimorar nosso serviço de atendimento ao(a) consumidor(a), oferecendo mais agilidade a quem busca informações sobre nossas lojas, produtos e serviços. Criamos a área do Espaço do Cliente e novos canais passaram a ser utilizados, como *WhatsApp*. Outra novidade é a assistente virtual **SOL**, cujo nome é uma homenagem à nossa marca (Assaí significa “sol nascente” em japonês). Ela pode solucionar até 80% dos casos de atendimento. As demais situações são resolvidas pela equipe interna de colaboradores(as).

*Sol, assistente
virtual Assaí*





Pesquisas

Frequentemente, realizamos pesquisas para escutar e entender a satisfação e as necessidades dos(as) clientes em todo o país. Anualmente, realizamos uma pesquisa nacional com os(as) clientes nas nossas lojas, por meio de amostragem. O objetivo da pesquisa é avaliar a percepção de compra e, com isso, elaborarmos e colocarmos em prática planos de ações para melhoria da experiência de nossos(as) clientes em loja. Em virtude das restrições impostas pelo distanciamento social, a pesquisa não foi realizada em 2021, mas está programada para o início do 2º semestre de 2022.

Embora a pesquisa nacional não tenha sido realizada, lojas estratégicas foram selecionadas no decorrer do ano para que pudéssemos continuar nosso processo de melhoria contínua. Por exemplo:

- Pesquisa realizada junto aos(as) clientes em 14 lojas, localizadas em cinco estados brasileiros, teve como objetivo identificar as oportunidades do Assaí em relação à estratégia promocional, atendimento, sortimento, operação em loja, comunicação, entre outros pontos.
- Pesquisa de satisfação realizada em mais de 20 lojas, visava entender a percepção dos(as) clientes com relação ao novo serviço de açougue e identificar oportunidades de melhoria. Como resultado, observamos a maior parte das avaliações de experiência como “ótima”. Como oportunidades de melhoria, foram pontuados o sistema de filas, serviço de atendimento, ambiente, preço e aparência dos produtos. A partir dos resultados, elaboramos e implementamos um plano de ação para melhorias, considerando as particularidades de cada região.
- Por meio do envio de um questionário *on-line*, realizamos pesquisa para entender a percepção do(a) cliente com relação ao atendimento, sortimento de produtos, preços, organização da loja e estacionamento, entre outros pontos. Com os resultados da enquete, também pudemos obter informações sobre a lealdade e a satisfação do cliente no momento da compra (por meio de pontuação NPS) e identificar oportunidades de

melhoria na operação. Em 2021, atingimos NPS 53. Também registramos que 63% dos(as) clientes que participaram da pesquisa durante os meses de maio e junho responderam “O quanto você recomendaria o Assaí para amigos ou familiares” nos dois maiores índices da escala: 9 ou 10.

**Equipe do Espaço
do Cliente Assaí**



**Fomos contemplados
com o prêmio NPS Awards,
promovido pela Exame e
a SoluCX (saiba mais na pág. 29).
Marly Yamamoto, diretora de
Marketing e Gestão do Cliente,
segura o troféu da premiação**





Estação Carrão-Assaí Atacadista

A estação Carrão da Linha 3-Vermelha do Metrô de São Paulo (SP) agora se chama Carrão-Assaí Atacadista. Foi no bairro do Carrão, na Zona Leste de São Paulo, que foi aberta nossa primeira loja. A mudança veio depois de um acordo de *namings right* com o Metrô de São Paulo. Pelo acordo, além do nome da estação, toda a comunicação visual terá o nome da nossa marca, assim como os mapas da linha da rede metroviária, o site e as mídias sociais, bem como os avisos sonoros nos trens.



Estação Carrão
do Metrô com
a marca Assaí





Projeto açougue

Incrementamos o sortimento de carnes com a criação da seção de açougue. Nela, um time treinado de açougueiros(as) e auxiliares de açougue é responsável por atender os(as) clientes de forma personalizada, fatiando ou moendo as peças de carnes do jeito escolhido e na quantidade desejada. Oferecemos uma ampla gama de cortes de alta qualidade a preços competitivos de carnes bovina, suína e aves num ambiente moderno e bem-equipado. O projeto piloto foi iniciado em 2020 em cinco lojas e, devido ao sucesso entre os(as) consumidores(as), vem sendo expandido para outras unidades em todo o país. Para atender à diversidade de hábitos de consumo nas várias regiões brasileiras, os nomes dos cortes foram adaptados conforme a denominação local e os itens são dispostos nas lojas de acordo com os costumes regionais. Outro diferencial desse projeto é a inclusão de pessoas com mais de 55 anos entre os(as) colaboradores(as) da seção, gerando oportunidade de emprego e crescimento profissional para pessoas de outras gerações.

Qualidade
a preços
competitivos





Reconhecimentos

Fomos destaque em 20 premiações, rankings ou reconhecimentos relevantes do mercado. Entre eles:



VALOR 1000

2º lugar na categoria Varejo
22º lugar entre as maiores empresas

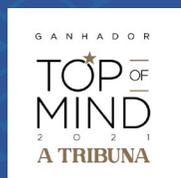
O *ranking* é elaborado com base em informações contábeis e financeiras a partir de dados públicos das empresas, como receitas, despesas, margens e dívidas.



MELHORES E MAIORES EXAME

17º lugar

O *ranking* leva em conta o desempenho financeiro das empresas e destacou aquelas que se reinventaram no cenário da pandemia.



TOP OF MIND – A TRIBUNA

1º lugar – Mercado de Atacado

Concedido pelo grupo de mídia A Tribuna, consagra as marcas da região mais lembradas pelos(as) consumidores(as) locais durante o ano.



BRAND FINANCE & ÉPOCA NEGÓCIOS

6º lugar - Empresas que mais se valorizaram
9º lugar - Empresas que mais se fortaleceram

O estudo considera o cruzamento de respostas de 50 mil consumidores(as), dados financeiros coletados pela Bloomberg em 29 países e análise de reputação, inovação, custo-benefício, relacionamento emocional, recomendação e qualidade.



NPS AWARDS/ EXAME E SOLUCX

1º lugar - categoria Supermercadista

O NPS Awards reconhece as empresas que mais se destacam em lealdade dos(as) clientes, avaliada por meio de uma métrica especialmente desenvolvida para analisar o comportamento dos(as) consumidores(as) em relação às empresas.



SBVC - RANKING DO VAREJO

2º lugar – Empresas de Varejo
2º lugar – Supermercadistas

A SBVC (Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo) publica anualmente o *ranking* das 300 maiores empresas do varejo brasileiro.



EMPRESA MAIS – O ESTADO DE S. PAULO

1º lugar – Empresas de Varejo
2º lugar – Empresas de Alto Impacto

Realizado em parceria com a Austin Ratings e FIA (Fundação Instituto de Administração), a pesquisa avalia o desempenho de 27 setores e mais de mil empresas de capital aberto e fechado, por meio da análise de dados sobre receita, lucratividade, porte e consistência histórica.



Pactos e associações

Somos signatários de iniciativas e movimentos que visam contribuir para uma sociedade mais responsável e inclusiva. Trabalhamos em conjunto para superar os principais desafios do desenvolvimento sustentável adotando as melhores práticas no varejo.



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.



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



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



Associação Brasileira de Supermercados (Abras) – Somos associados à entidade desde a sua fundação, em 2009. A Abras representa, integra e impulsiona o desenvolvimento do setor supermercadista no país, mantendo um diálogo aberto em negociações com os

governos municipal, estadual e federal. Somos associados a associações estaduais ligadas à Abras, como Asserj (Associação Estado do Rio de Janeiro), Amis (Associação Mineira de Supermercados), Amase (Associação Amazonense de Supermercados) e a Abase (Associação Bahiana de Supermercados).



Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX) – Desde 2007, participamos da ABVTEX, que promove a defesa dos interesses da indústria, do comércio têxtil e do vestuário.



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



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 GEE (Gases de Efeito Estufa) por meio de propostas concretas para o fim do desmatamento e da exploração ilegal de madeira, a recuperação de áreas degradadas, o ordenamento fundiário, a proteção social de comunidades, bem como o estímulo à produção competitiva e sustentável de alimentos, produtos florestais e bioenergia.



Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (Fecomercio) – Somos membros da Fecomercio SP desde 2009. A entidade representa os interesses das empresas do setor e desenvolve uma atuação voltada para promover o crescimento econômico do país.



Coalizão Empresarial pelo Fim da Violência Contra Mulheres e Meninas – Com o objetivo de dar maior visibilidade ao tema e avançarmos com a pauta de combate à violência contra mulheres, aderimos ao compromisso que mobiliza mais de 130 empresas brasileiras na promoção de ações que possibilitem gerar transformações nos diversos espaços da sociedade, para que possam ser mais seguros, acolhedores e livre de toda forma de violência.



Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+ - Reforçando nosso compromisso em garantir respeito e a igualdade de tratamento independentemente de orientação sexual ou identidade e expressão de gênero para todos(as), aderimos ao Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+. Uma mobilização de empresas comprometidas em reconhecer e promover os direitos de pessoas LGBTQIA+.



Grupo de Trabalho da Pecuária Sustentável (GTPS) – Reúne representantes de diversos elos da cadeia produtiva relacionada à pecuária. Como associados, reforçamos nossa articulação dentro da cadeia de carnes, que é prioritária para o Assaí, visando melhoria contínua da atividade e adoção de boas práticas junto aos(às) produtores(as).



Grupo de Trabalho dos Fornecedores Indiretos (GTFI) – Principal fórum de discussões sobre soluções de rastreabilidade, monitoramento e transparência com foco no controle do desmatamento em fornecedores(as) indiretos(as).



O Assaí Atacadista é associado ao **Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social**, Organização da Sociedade Civil de Interesse Público que atua há mais de 20 anos para contribuir com uma sociedade mais justa, diversa, inclusiva e sustentável. Por meio da associação, o Instituto Ethos apoiará o Assaí no aperfeiçoamento de suas políticas e práticas socioambientais por meio de instrumentos como grupos de trabalho, palestras, acesso a tendências e conteúdos especializados, dentre outros.



Instituto para Desenvolvimento do Varejo (IDV) – Desde 2009, somos membros do IDV, que tem como objetivo fortalecer a representação de empresas varejistas de diferentes setores de atuação nacional.



Princípios de Empoderamento das Mulheres – O Assaí aderiu a esses princípios, que contam com diretrizes para fortalecer ainda mais nossas práticas de equidade de gênero para Nossa Gente e a sociedade como um todo.



REIS – Rede Empresarial pela Inclusão Social – O Assaí faz parte dessa iniciativa que propaga boas práticas de inclusão no trabalho por meio da soma e união de diferentes iniciativas da sociedade que promovam empregabilidade da pessoa com deficiência. Esse compromisso reforça o nosso posicionamento frente à inclusão e desenvolvimento dos(as) mais de 3 mil colaboradores(as) com deficiência que estão nas nossas Lojas, CDs, Escritórios e Matriz.



GOVERNANÇA CORPORATIVA

Nosso compromisso:
Consolidar as práticas sociais, ambientais e de governança a partir de relações éticas e transparentes com nossos stakeholders.



Princípios e filosofia

GRI 102-16

Queremos contribuir para o desenvolvimento de um ambiente sustentável de negócios e para a criação de uma sociedade mais justa e igualitária. Nossa atuação é calcada no compromisso com a ética e a integridade, para além do respeito às legislações. O respeito e a valorização das pessoas, o combate a qualquer forma de discriminação, a transparência e o cuidado nas relações com nossos públicos de interesse são os princípios que nos guiam.

Nossa Cultura é pautada pela valorização da nossa origem, temos orgulho de onde viemos e de nossa simplicidade. Buscamos trabalhar de forma objetiva, clara, prática e efetiva, com respeito e atenção a todos(as). Para tanto, sabemos que é necessário ter empatia, saber escutar e colaborar. Mantemos o foco em nosso(a) cliente. Isso significa ter clareza de quem



Assaí Mussurunga (BA)



somos, o que oferecemos e quem são as comunidades nas quais estamos inseridos, considerando-as em cada tomada de decisão e tendo senso de urgência para resolver os problemas que as afetam. Temos paixão pelo que fazemos e esse sentimento se traduz no prazer em servir, no equilíbrio emocional, no comprometimento e na motivação de nossos(as) colaboradores(as). Queremos ser protagonistas e fazer a diferença.

Nos comprometemos com os resultados de nosso trabalho. Produtividade e agilidade são características de nossa atuação. Em nosso dia a dia, incentivamos a todos(as) a se sentirem donos(as) da empresa, desenvolvendo uma visão crítica de sua atividade e buscando a colaboração. O sucesso de nosso negócio também depende do cuidado com as despesas para garantir o baixo custo e de abertura para mudanças e inovação.

Entendemos que a educação e o conhecimento em governança são essenciais para a sustentação e crescimento do nosso negócio, consolidando relações de confiança com nossos(as) clientes, acionistas e investidores(as), facilitando a tomada de decisão, além de melhorar e construir boas práticas para que a ética e a transparência sejam sempre parte das nossas atitudes diárias.

Durante o ano, aplicamos 65,5 mil horas de treinamento em ética, temas regulatórios, combate à corrupção e LGPD. O total de colaboradores treinados por tema foi de, respectivamente, 29,6 mil; 2 mil; 2,6 mil e 37,3 mil. Temas relacionados foram abordados nas iniciativas de formação de liderança, integração e capacitações específicas.



Educação e conhecimento em governança para os(as) nossos(as) colaboradores(as)





Com o objetivo de suportar, apoiar e atender aos desafios que a abertura de capital trouxe ao nosso negócio, lançamos em 2021 o **Programa de Formação em Governança Corporativa** (saiba mais na página 59). O programa é realizado por meio da Universidade Assaí, em parceria com a Consultoria PwC e o IBGC - Instituto Brasileiro de Governança Corporativa, para todas as lideranças do negócio.



Keila Moreschi,
Analista de *Compliance*



“Estamos comprometidos(as) em fazer o certo independentemente de normas, códigos ou leis, porque o certo gera valor sustentável, protege o nosso negócio e valoriza a imagem da Companhia. Em 2021, executamos iniciativas importantes: nos associamos ao Instituto Ethos e realizamos, em outubro, a 1ª Semana de Ética e Compliance, em que tratamos de temas como corrupção, conflito de interesse e ética, e conduta de nossos parceiros comerciais, segundo os nossos princípios e valores. Temos diversos treinamentos disponíveis na Universidade Assaí sobre o tema e periodicamente orientamos Nossa Gente. Disponibilizamos na Intranet as Políticas Anticorrupção e de Conflito de Interesse, o Código de Ética e outros documentos normativos em que todos podem acessar as principais diretrizes de conduta esperadas de cada um de nós.”





Governança em sustentabilidade

A Diretoria de Gestão de Gente e Sustentabilidade, que reporta diretamente à Presidência; e o Comitê de Governança Corporativa e Sustentabilidade, ligado ao CA (Conselho de Administração); são os órgãos responsáveis por desenhar, recomendar, implementar e acompanhar estratégias em ESG. Além disso, também têm o papel mobilizador de garantir a aderência dos assuntos transversais à sustentabilidade entre todas as unidades e departamentos da Companhia. Juntamente com a área envolvida nessa Diretoria, há também equipes técnicas responsáveis por conduzir e implementar os planos de ação.

Todas as atividades e performances relacionadas a temas como diversidade, mudança climática e impacto socioambiental, por exemplo, são acompanhadas por meio de *Key Performance Indicators*, considerando as metas preestabelecidas, e analisadas junto ao planejamento estratégico definido e aprovado pelo Comitê de Governança Corporativa e Sustentabilidade. Este também é responsável por direcionar e orientar a adoção das melhores práticas de sustentabilidade alinhadas ao modelo de negócio do Assaí, acompanhando as tendências da agenda e desafios socioambientais, além da performance ESG.

Desde 2016, atrelamos metas de sustentabilidade, por meio do ISD (Índice de Sustentabilidade e Diversidade), à composição da remuneração variável

das lideranças, incluindo CEO e diretores(as), gerentes, coordenadores(as), consultores(as) e especialistas das áreas corporativas além de gerentes, subgerentes de lojas, chefes de seção, chefes de operações e encarregados(as) das Centrais de Distribuição. Desta forma, reforçamos nosso compromisso com a efetividade da nossa estratégia socioambiental, materializada em metas e objetivos.

Nossa estratégia socioambiental é apresentada ao Comitê de Governança Corporativa e Sustentabilidade e validada pelo Conselho de Administração, que contribui com a orientação para o atingimento dos nossos objetivos. O cumprimento das diretrizes abrange todas as áreas da Companhia envolvidas nos temas, sob a facilitação da Diretoria de Gestão de Gente e Sustentabilidade.

Em relação a nossa comunicação, respeitamos as regulamentações do mercado de capitais e nosso compromisso de transparência com os(as) acionistas e investidores(as), privilegiando a tempestividade e assertividade na divulgação de informações referentes a nossa trajetória. A divulgação de resultados relacionados às ações e aos projetos se dá, em especial, por meio do Relatório Anual e de Sustentabilidade, de releases trimestrais de resultados e de relatos extraordinários, quando necessário.



Estrutura administrativa

GRI 102-10, 102-18, 102-19, 102-20, 102-22, 102-23

Estamos listados no mais elevado segmento de governança corporativa da B3: o Novo Mercado. Para continuar nesse grupo, atendemos a um regulamento rigoroso e cumprimos as normativas da CVM (Comissão de Valores Mobiliários), bem como a legislação societária do Brasil. A adesão a esses padrões está expressa em nosso Estatuto Social e em nossas Políticas e regimentos internos.

Nossa estrutura administrativa obedece a padrões de excelência de gestão e garante o acompanhamento do desempenho da Companhia no cumprimento de suas metas em conformidade com os valores e compromissos assumidos perante os *stakeholders*.

Central
Administrativa





- Ao **Conselho de Administração**, composto por nove membros, dos quais três independentes, e com representação feminina, cabe definir as políticas gerais de negócios e a estratégia de longo prazo da Companhia, podendo aprovar ou alterar planos de investimento, deliberar sobre emissão de ações até o limite do capital autorizado, fiscalizar a gestão de diretores, entre outras funções de caráter estratégico.
- A **Diretoria Estatutária**, eleita pelo Conselho de Administração para mandato de dois anos, com possibilidade de reeleição, é composta por cinco integrantes, cabendo a representação legal da Companhia e a implantação das diretrizes gerais estabelecidas pelo Conselho e sua administração.
- Cinco comitês, cujos membros são nomeados pelo Conselho de Administração e podem incluir um(a) integrante externo(a), com mandatos de dois anos passíveis de reeleição, assessoram a alta liderança da Companhia: Comitê de Governança Corporativa e Sustentabilidade, Comitê de Auditoria, Comitê de Gente e Cultura, Comitê Financeiro, e Comitê Estratégico e de Investimento.

O **Comitê de Governança Corporativa e Sustentabilidade** tem como atribuições recomendar e acompanhar a adoção das melhores práticas de governança corporativa e sustentabilidade, bem como coordenar o processo de implementação de tais práticas.

O **Comitê de Auditoria** tem atribuições legais do Conselho Fiscal e atende às exigências da Lei Sarbanes-Oxley. Em cumprimento ao regulamento do Novo Mercado, atualmente funciona com cinco membros, sendo três independentes, dos quais um é altamente reconhecido por sua experiência em assuntos de contabilidade societária.

O **Comitê de Gente e Cultura** é responsável por garantir que o Assaí se beneficie da pluralidade e complementaridade de opiniões no processo de tomada de decisões. Assim, examina os candidatos ao Conselho de Administração e seus Comitês de Assessoramento, bem como aqueles a serem eleitos pelo Conselho de Administração para cargos na Diretoria Estatutária, com base nas suas

experiências profissionais, capacitação técnica, representatividade econômica, social e cultural. O comitê ainda é responsável pela aprovação das diretrizes de remuneração da Companhia.

O **Comitê Financeiro** analisa, revisa e recomenda medidas e ações para a adoção dos melhores padrões econômico-financeiros para a empresa, além de contribuir para as decisões de investimento e negociações, garantindo a saúde financeira da Companhia.

O **Comitê Estratégico e de Investimento** acompanha e recomenda o investimento e a implementação dos melhores processos e práticas de tendências tecnológicas e inovação.

Clique aqui e conheça a composição de todas as instâncias de governança corporativa do Assaí e o currículo de seus membros. Para informações mais detalhadas, acesse o **Formulário de Referência**.





Instrumentos de governança

GRI 102-16, 102-17, 102-30

Procuramos aprimorar continuamente nossa gestão por meio de políticas alinhadas com nossos valores e propósitos para a construção de um ambiente de negócios justo e que contribua para o desenvolvimento socioeconômico, respeitando o meio ambiente. Adotamos princípios e práticas rigorosas e privilegamos a transparência. Para ter acesso à íntegra de todos os documentos, [clique aqui](#). 

Código de Ética - Sintetiza os princípios que regem nossa atuação para as lideranças, administradores(as), colaboradores(as), fornecedores(as), parceiros(as) de negócios e prestadores(as) de serviços, expressando expectativas, princípios e diretrizes que devem ser seguidos por todos(as) no relacionamento com os *stakeholders*. O documento estabelece diretrizes para a condução dos negócios e relacionamento com poder público, parceiros(as) comerciais e colaboradores(as), políticas anticorrupção, de conflito de interesses, contribuições e patrocínios, acionamento e apuração da ouvidoria, consequências e medidas disciplinares, gestão do comitê de ética, relacionamento e acordos com poder público e atendimento à fiscalização.

Política Anticorrupção – Estabelece parâmetros para o combate à corrupção, atendendo aos requisitos da legislação brasileira (Lei Anticorrupção), da lei norte-americana sobre práticas de corrupção no Exterior (FCPA – *Foreign Corrupt Practices Act*) e da lei francesa sobre práticas de Corrupção (Lei *Sapin II*).

Políticas de Consequências e Medidas Disciplinares – Define as diretrizes para aplicação de medidas disciplinares e de desligamento de colaboradores(as) que descumprirem a legislação em vigor, o código de ética e as políticas internas da Companhia.

Política de Acionamento e Apuração Ouvidoria – Estabelece as diretrizes gerais para o acionamento à Ouvidoria, com a finalidade de apurar e dar a tratativa correta às ocorrências, garantindo a aderência e a coerência dos valores éticos, institucionais e universais do relacionamento do Assaí e suas empresas, com os seus públicos de relacionamento.

Política de Transações com Partes Relacionadas – Define procedimentos para assegurar que as transações atendam aos interesses da Companhia e suas controladas a se fundamentarem em princípios de transparência e comutatividade. Busca, ainda, prevenir e administrar situações em que há conflitos de interesse.

Política de Indicação e Remuneração de Membros do Conselho de Administração – Apresenta critérios a serem observados na indicação e remuneração de membros do Conselho de Administração, dos comitês de assessoramento, da diretoria estatutária e do Conselho Fiscal.

Política de Divulgação e Uso de Informações Relevantes e Preservação de Sigilo – Relaciona as regras que devem ser seguidas pelo(a) Diretor(a) de Relações com Investidores(as) e demais pessoas obrigadas para divulgação de informações relevantes e para a manutenção de sigilo de informações ainda não divulgadas ao público, atendendo aos termos da regulamentação do mercado de capitais.

Política de Privacidade – Explica de maneira clara e acessível como as informações dos principais públicos do Assaí são coletadas, utilizadas, compartilhadas e armazenadas. Também explicita a garantia de transparência e proteção da privacidade desses dados.

Política de Gestão Ambiental – Apresenta princípios, compromissos e diretrizes que orientam a atuação da Companhia, de seus(suas) colaboradores(as) e prestadores(as) de serviços no que se refere à sustentabilidade e gestão ambiental. Atende às legislações vigentes e seguem os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS), definidos pelas Nações Unidas.



Política de Negociação de Valores Mobiliários – Elaborada nos termos da Resolução CVM 44/2021, esta política estabelece as regras e os procedimentos para as negociações de valores imobiliários com objetivo de assegurar práticas de boa conduta e evitar o uso inadequado de informações privilegiadas.

Política de Gestão de Riscos Corporativos – Visa estabelecer princípios, conceitos, diretrizes e responsabilidades para identificação, análise e avaliação de riscos que possam afetar os objetivos estratégicos e a proteção à criação de valor da Companhia. Define, ainda, os dispositivos de controle e monitoramento das exposições de modo a incorporar a visão dos riscos à tomada de decisões, obedecendo aos requisitos legais e às melhores práticas e metodologias de mercado.

Política de Diversidade e de Direitos Humanos – Com objetivo de criar um ambiente sem discriminação e que estimula e valoriza o respeito e a igualdade de oportunidades, esta política buscar divulgar de forma transparente os posicionamentos e diretrizes assumidos publicamente pela Companhia no que se refere à diversidade, à inclusão e aos direitos humanos.

Política Socioambiental de Compra de Carnes Bovinas – Estabelece critérios adotados para a compra de carne bovina que se baseiam em princípios de integridade, conformidade e sustentabilidade. Tem por objetivo zelar para além do cumprimento do Código Florestal e da legislação vigente e inibir práticas de desmatamento, estimulando o respeito à posse da terra, às condições de trabalho decente, aos direitos das comunidades tradicionais e povos indígenas.

Ética

Acreditamos que a ética, além de fazer parte da nossa cultura, é um valor incorporado no dia a dia de cada um de nós, nas nossas relações dentro ou fora do Assaí. Ela é praticada por meio da transparência, do senso de responsabilidade, do comportamento correto, da priorização e valorização das pessoas – independentemente da posição que ocupam ou da empresa que representam. Agir com ética é **fazer o certo, do jeito certo**, tendo a ética e integridade nas relações como premissa, visando o melhor para a sustentabilidade dos negócios. Seguimos orientados por nossos valores para construirmos, a cada dia, um Novo Tempo com sucesso.

Ao **Comitê de Ética** cabe zelar pelo cumprimento do Código de Ética, apurar eventuais violações cometidas e também propor atualizações das políticas internas. Sua função inclui, ainda, o esclarecimento de dúvidas sobre interpretação das diretrizes do código e a tomada de decisões nos casos em que o código é suficientemente explícito. O planejamento de atividades periódicas para prevenir desvios de conduta, a definição de políticas de consequência e de propostas de aperfeiçoamento do Código a serem submetidas ao Comitê de Auditoria também estão a cargo do Comitê de Ética.

Durante o ano, realizamos a **1ª Semana de Ética e Compliance**, abordando temas como Anticorrupção, Conflito de Interesses, Segurança da Informação, Ética, Propósito e Legado na Carreira. A jornada totalizou 2.283 horas de capacitação e teve o objetivo de fortalecer ainda mais esses temas entre nossos(as) colaboradores(as).



OUVIDORIA

A área de ouvidoria integra a Diretoria de Gestão de Gente e Sustentabilidade. É responsável pelo canal que apura denúncias de atitudes que podem estar em desacordo com nosso Código de Ética, que infrinjam nossa Cultura e Valores, bem como nossas políticas internas e legislações vigentes. Nossa missão vai muito além de aplicar medidas disciplinares e/ou punitivas: nós contribuimos para um ambiente mais saudável e respeitoso, zelando pela implementação de medidas estruturantes, garantindo a aderência e a coerência dos valores éticos e institucionais do Assaí com os seus públicos de relacionamento. A ouvidoria reporta ao Comitê de Ética, que é o norteador das diretrizes e define os parâmetros de atuação.

Condutas ilegais ou antiéticas podem ser relatadas ao Canal de Ouvidoria do Assaí e são registradas por uma ferramenta independente, que recebe as denúncias internas ou externas, independentemente do cargo ou da situação de quem a tenha praticado. Todas as denúncias recebidas passam por um processo de apuração, a partir do qual são tratadas de acordo com a **Política de Consequências e respectivas medidas disciplinares**. Seja qual for a conclusão da apuração, é garantido o sigilo e anonimato do(a) denunciante.

A ouvidoria analisa os relatórios de Apuração, que são classificados em procedente, improcedente, não conclusivo e não foi possível apurar. Medidas de consequência educativa ou punitivas podem ser aplicadas como

	2021	2020	2019
Número de ocorrências relacionadas a temas do Código de Ética (quantidade)	3.105	2.403	1.858
Ocorrências relacionadas a temas do Código de Ética analisadas e tratadas (%)	100%	100%	100%

orientação, advertência, suspensão ou desligamento do(a) colaborador(a). Atenção especial é dada à prevenção, identificação e remediação em casos de corrupção, fraude, lavagem de dinheiro, assédio, discriminação e outras violações do Código de Ética, que são analisadas pelo Comitê de Ética e, se necessário, punidas com rigor.

Os dados são analisados e contabilizados para envio e monitoramento mensal do Grupo Casino, do Comitê de Ética e, semestralmente, são encaminhados ao Comitê de Auditoria.

Ao Comitê de Ética são apresentados os números da área: desde a temática mais denunciada até as lojas que obtiveram o maior número de manifestações.

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

Telefone: 0800 777 3377
E-mail: ouvidoria@assai.com.br

Canal de Ouvidoria no site institucional, de segunda-feira a sábado, das 8h às 20h





Compliance

GRI 102-16, 102-17

Fazendo o certo do jeito certo podemos desenvolver um ambiente de negócio sustentável e uma sociedade mais justa. Esta é a nossa forma de pensar e agir. Nos comprometemos com os padrões éticos, respeitamos as leis e os regulamentos em nossas práticas cotidianas.

A área de *Compliance* tem a missão de contribuir para promoção da cultura da ética e melhores práticas de integridade no Assaí e entre nossos(as) colaboradores(as) e parceiros(as), que incluem clientes, fornecedores(as), acionistas, poder público e tomadores de recursos para projetos sociais, patrocínios, doações e contribuições.

Em 2021, a partir da cisão entre Assaí e GPA, e para continuarmos seguindo as melhores práticas em governança corporativa, tivemos uma importante evolução com a estruturação da área de *Compliance* e a realização de um estudo (com o apoio de uma consultoria independente) para determinação de suas atribuições e competências. A nova área cuida da prática da Integridade entre nossos colaboradores(as). Muito além das

regulamentações, devemos agir corretamente por nossas percepções pessoais de ética. Assim, a sinergia entre os valores da Companhia e o das pessoas torna-se fundamental para a vivência da ética em todas as nossas interações. A área tem o desafio de trazer esses fundamentos para aprimorar o Programa de *Compliance*, tratando a Integridade como norteador para a prevenção, identificação, monitoramento e aperfeiçoamento das nossas práticas diárias, embasadas por nossos valores.

A área também trabalha em colaboração estreita com a Ouvidoria, RH, Investigação Corporativa, Auditoria Interna, Controles Internos, Tributário e Jurídico para identificação de situações de risco relacionadas a violações ao Código de Ética e para adoção das medidas adequadas. Deve ainda apresentar, juntamente com a Ouvidora, propostas de ações nos casos de descumprimento dos padrões legais e normativos exigidos.

O *Compliance* tem também a responsabilidade de dar assistência à agenda e implementação de melhores práticas do Comitê de Ética do Assaí.



Gestão de riscos, segurança cibernética e de dados

GRI 102-30, 102-33

Nossa Política de Gestão de Riscos faz parte do processo de governança corporativa e visa incorporar à tomada de decisões estratégicas a possibilidade de ocorrência de situações que podem afetar os objetivos e os processos de criação e proteção de valor da Companhia e suas unidades. Para tanto, atuamos em conformidade com os requerimentos legais e com o nosso Código de Ética, buscando incorporar dispositivos de controle e monitoramento das exposições de modo a identificar e tratar os riscos para garantir o cumprimento das metas.

Para estruturar esse processo, a área envolve a gestão operacional, passando pelas áreas de controle e suporte, auditoria interna e auditoria externa.

O processo de gestão de risco é liderado pela Diretoria de Riscos e Auditoria, que reporta diretamente ao Comitê de Auditoria. Na prática, envolve toda a Companhia: várias instâncias decisórias e áreas também fazem parte da identificação e análise dos riscos, entre elas o Conselho de Administração, o Comitê de Auditoria, o Comitê de Governança e Sustentabilidade, Presidência Executiva, Controles Internos, Segurança da Informação, Auditoria, Riscos e *Compliance*, além dos(as) chamados(as) “donos(as) do risco”, que lidam diretamente com situações de risco para os negócios.



Como parte das análises de riscos, adotamos processos avançados de gestão internacional de prevenção de riscos. Seguimos as orientações do COSO – *Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission* e da norma ISO 31000: 2018 - Princípios e Diretrizes da Gestão de Riscos.



Os riscos são analisados, avaliados e tratados. Seguindo as metodologias *Casino Group Risk Solution (CRS)* e *Enterprise Risk Management (COSO)*, são classificados da seguinte forma:



Desde 2021, além dos dez riscos principais “tradicionais” mapeados, acompanhamos também cinco riscos ESG, identificados como socioambientais (ESG) – formalizando a classificação como riscos do negócio ou riscos socioambientais, conforme box ao lado.

Os riscos ESG foram definidos, em 2020, a partir de um referencial completo (dicionário de riscos) relativos a essa temática, análises de pertinência para o negócio e posteriores entrevistas realizadas com executivos(as) – chave da empresa, permitindo o mapeamento, a identificação e a avaliação dos riscos socioambientais, quantificações, além de elaboração de planos de ação para o tratamento, a prevenção, o gerenciamento e comunicação dos mesmos, dentro da governança da gestão de riscos do Assaí.

Do negócio: estratégicos, operacionais, de *compliance* ou de tecnologia da informação. Além da atenção aos riscos tradicionais e inerentes aos negócios e à governança, também há monitoramento de ameaças presentes na cadeia de valor, no ciclo de vida do(a) colaborador(as), aos riscos sucessórios, à concorrência, além de riscos emergentes, como os sanitários e os que derivam do processo sociopolítico.

Socioambientais / ESG: conforme a nossa realidade exógena local e considerando as nossas atualidade interna e ambições estratégicas, principalmente, estamos focados no combate à discriminação e promoção da diversidade; enfrentamento das mudanças climáticas; desperdício de alimentos; impactos ambientais na cadeia de suprimentos; emissões de carbono provenientes de gases refrigerantes. Para cada um dos riscos, identificamos o(a) dono(a) do risco (em nível executivo) e responsável pela gestão, assim como os principais temas associados e são definidos planos de ação para tratamento desses riscos, no intuito de atingirmos um nível esperado de risco residual, redução e mitigação, assim como efetivo monitoramento de resultados.

Conforme a governança estabelecida para a gestão de riscos do Assaí, o acompanhamento do assunto pelo Comitê de Auditoria e o Conselho de Administração é feito quadrimestralmente, e do Groupe Casino, semestralmente.

Conheça em detalhes nossa estratégia, instâncias e métricas de gestão de riscos acessando o [Formulário de Referência CVM](#).



SEGURANÇA CIBERNÉTICA E DE DADOS

Os aportes da tecnologia da informação são cruciais para aprimorar a inteligência da organização na análise de dados e para a prevenção e identificação de ameaças relacionadas a ciberataques, oferecendo suporte aos demais setores e unidades de negócios da Companhia.

A Diretoria de Tecnologia da Informação (TI) também é responsável pela gestão de acessos e pela prevenção de vazamento de informações digitais. No planejamento realizado para os próximos três anos, além da instalação de *softwares* avançados, está o preparo das equipes de TI para evitar, enfrentar e reagir da melhor forma possível às ameaças no mundo digital.

Treinamento

Iniciamos o diálogo com nossos(as) colaboradores(as) sobre a **LGPD** (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais) assim que ela começou a ser discutida. Em 2021, implementamos para todos os colaboradores(as) o treinamento de LGPD, de forma dinâmica, divertida e simples. Por meio da plataforma da Universidade Assaí, Nossa Gente pode compreender de forma prática todos os cuidados necessários para manipulação e tratamento de dados (pessoais ou sensíveis). Tivemos mais de 37 mil colaboradores treinados durante o ano.

LGPD É PARA TODOS NÓS



Treinamentos
LGPD para os(as)
colaboradores(as)





Relações com mercado

Com a separação de nossas operações do GPA, que permitiu maior geração de valor para ambas as Companhias, reestruturamos nossos departamentos administrativos e financeiros, incluindo a implementação da área de Relações com Investidores, em conformidade com as exigências para empresas listadas no Novo Mercado da B3 e na Bolsa de Valores de Nova York.

Alinhado aos princípios de transparência e simplicidade e às melhores práticas de governança, um dos objetivos do Assaí também é gerar valor para acionistas e investidores. A área de Relações com Investidores é responsável pela comunicação oficial entre a Companhia e o mercado em geral, seja ela por meio de publicações junto aos órgãos reguladores, como CVM (Comissão de Valores Mobiliários) e SEC (*Securities and Exchange Commission*), ou eventos públicos organizados pela empresa, pela imprensa ou outras instituições, como associações e bancos. Durante 2021, apenas considerando o período após a listagem, o Assaí participou de 15 eventos ou conferências com o mercado, sendo duas *lives* públicas.

A Companhia conta com a cobertura de 18 instituições do mercado financeiro e faz parte da carteira do Ibovespa e de outros índices importantes, tanto nacionais, como o ICONBV (índice de consumo da BMF Bovespa), quanto internacionais (índices de mercados emergentes do MSCI - *Morgan Stanley Capital International* e FTSE - *Financial Times Stock Exchange Index*).

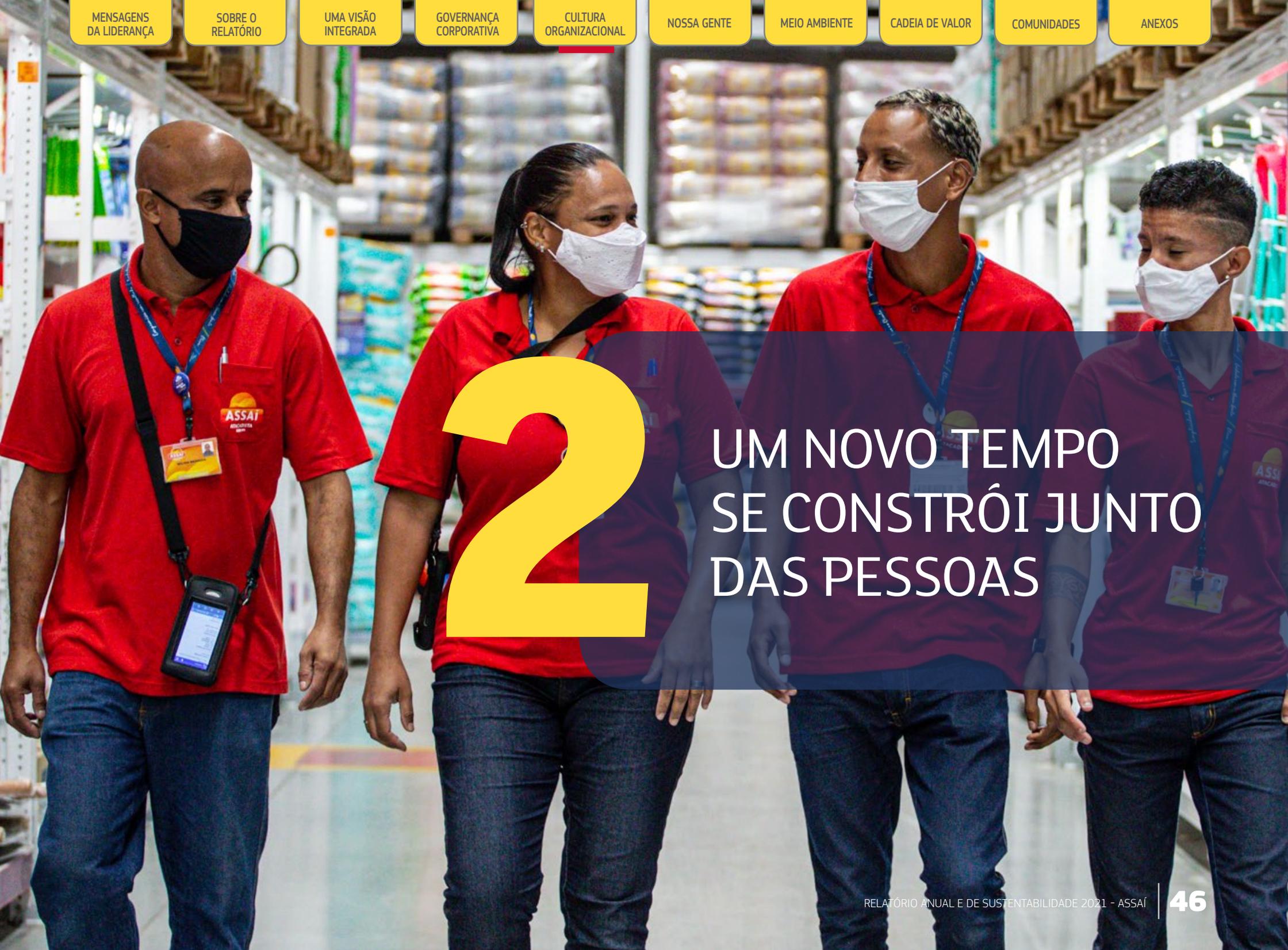
Acreditamos na sustentabilidade como fator de aprimoramento de nossos negócios e para a construção de uma sociedade mais justa e inclusiva, conforme nossos pilares e compromissos ESG que orientam a prestação de contas deste Relatório e os informes ao mercado.

Ao fim de 2021,
o capital social da
Companhia era composto por
1.346.674.477
ações ordinárias emitidas, das quais 41% sob
posse do Grupo Casino (controlador) e 59%
em livre circulação (*free float*).

Fitch Ratings

20/10/2021

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



2

UM NOVO TEMPO SE CONSTRÓI JUNTO DAS PESSOAS



CULTURA ORGANIZACIONAL

Ser Assaí é Assim: estamos em constante evolução e, a cada desafio, reafirmamos o que somos. Nossa Cultura está presente em tudo que fazemos, por isso ficamos mais fortes dia após dia. Somos assim, feitos de entusiasmo e coragem para irmos além. Somos Únicos. Somos Todos Assaí.

A nossa cultura pode ser resumida pela simplicidade das relações, pelo compromisso com o resultado, paixão pelo que fazemos e pelo foco em nossos(as) clientes.

Nos orgulhamos por cuidar das pessoas, valorizar o ser humano, garantir um ambiente seguro e acolhedor, oferecer oportunidades de crescimento e desenvolvimento e acreditar no poder da diversidade e inclusão: atitudes que fazem parte dos valores da nossa cultura e, mais do que isso, são vivenciadas e praticadas no nosso dia a dia. Crescemos em ritmo acelerado, e esse ritmo de expansão gera dinamismo, agilidade e diversas oportunidades de carreira para os(as) nossos(as) colaboradores(as).

Hoje temos mais de 60 mil colaboradores(as), que, inspirados por nossos valores – **Simplicidade, Foco no cliente, Paixão pelo que fazemos, Compromisso com o Resultado, Cuidado com a Nossa Gente, e Ética** – se engajam diariamente na melhor experiência para o atendimento aos(às) nossos(as) clientes que buscam por variedade e economia, e assim são fundamentais para cumprirmos nossa missão de abastecer os lares de milhares de brasileiros com alimentos e itens básicos. A disseminação da nossa *expertise* e o conhecimento para toda a Companhia sustentam o nosso crescimento.

SER ASSAÍ.
é assim





NOSSA GENTE

Nosso compromisso:

Ser referência na promoção da diversidade, desenvolvimento, inclusão e sustentabilidade por meio dos(as) colaboradores(as).



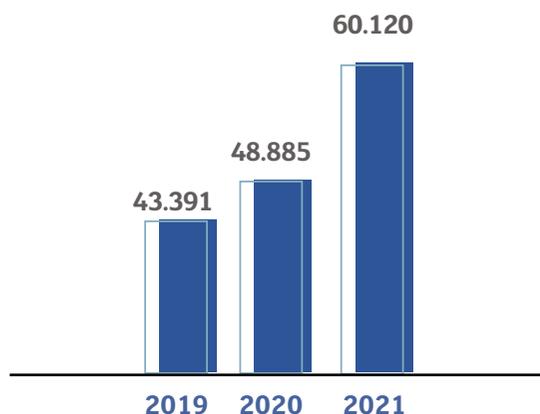
Nossa Gente é resiliente. Frente ao ambiente desafiador que se mostrou, no ano de 2021 fomos capazes de sustentar resultados comerciais e financeiros positivos em meio aos impactos da pandemia e as instabilidades do cenário econômico no país.

A garra e a superação da Nossa Gente é também a nossa. Temos orgulho de contribuir com uma significativa geração de empregos: tivemos um crescimento de 23% no nosso quadro total de colaboradores(as) comparado com 2020. O objetivo é continuar fazendo a diferença no cuidado com nossas pessoas, para que todos(as) entendam o seu propósito no Assaí.

Finalizamos o ano com mais de 26 mil contratações, que dão suporte à nossa expansão. Destes, 3,2% são sêniores (50+), um incremento de 2,1 p.p. em relação ao ano anterior.

Um destaque do ano foi que todos os processos seletivos, admissões e treinamentos de integração de novos(as) colaboradores(as) passaram a ser inteiramente *on-line*. Um ganho de agilidade, assertividade, cuidado com os(as) candidatos(as) e reflexo da transformação digital vivida na empresa.

Evolução do número de postos de trabalho no Assaí





CONTRATAÇÕES - NÚMEROS ABSOLUTOS

	2021	2020	2019
Por tempo determinado	2.355	1.715	1.475
Por tempo indeterminado	24.127	15.839	16.393
Total	26.482	17.554	17.868

Entendemos a importância dos(as) colaboradores(as) para termos um ambiente acolhedor, inclusivo e dinâmico. São eles(as) que fazem tudo acontecer, nas lojas, escritórios ou nos Centros de Distribuição. Em grande parte dos casos, o nosso segmento é quem oferece a oportunidade de ingresso de muitos(as) jovens no mercado de trabalho. Assim, o desenvolvimento, o alinhamento aos nossos objetivos e valores, e a retenção de talentos são tidos como desafios preponderantes para todos nós. No Assaí, nos preocupamos em desenvolver uma equipe qualificada e engajada, com profissionais capacitados para sustentar nosso crescimento e expansão.

Cuidamos para que a Nossa Gente tenha uma jornada produtiva e uma excelente experiência de trabalho, garantindo assim o engajamento e a retenção de talentos. Para isso, investimos fortemente em capacitação, com a Universidade Assaí; incrementamos o aproveitamento interno com programas de aceleração de carreira; oferecemos um processo estruturado de avaliação de desempenho, conversas de carreira e *feedback*; promovemos a valorização e o reconhecimento; combatemos todas as formas de discriminação e violência; dentre outras ações. Nos últimos anos, tivemos uma redução progressiva do nosso *turnover*, o que indica, para nós, que seguimos no caminho certo. Em 2021, registramos *turnover* de 27,5%.

DEMISSÕES - NÚMEROS ABSOLUTOS

	2021	2020	2019
Demissões involuntárias por motivos não econômicos de pessoas com contrato por tempo indeterminado	4.613	5.267	4.911
Demissões de pessoas com contratos por prazo indeterminado	13.418	10.756	9.998
Total	18.031	16.023	14.909

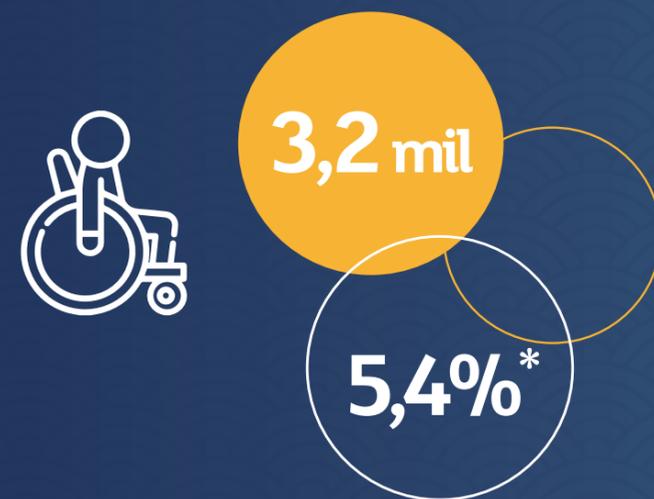
Sabemos que o cuidado com nossos(as) colaboradores(as) começa desde o processo de seleção e *onboarding*, procurando respeitar e valorizar a diversidade. Para tanto, contamos com um programa que utiliza inteligência artificial para selecionar perfis de candidatos(as) aderentes a nossa cultura, valores e de acordo com a descrição da vaga, evitando vieses inconscientes.



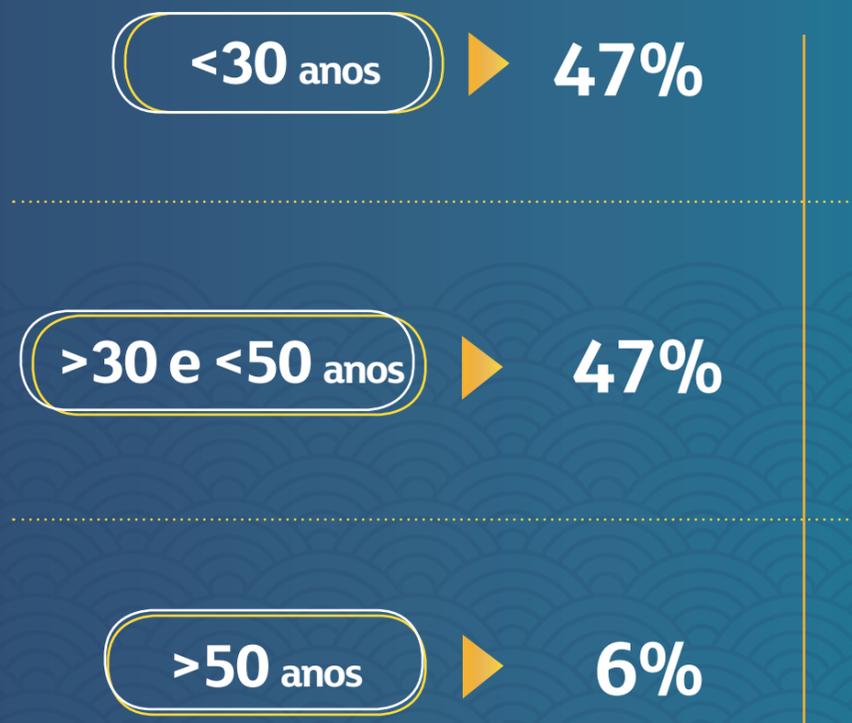
Nossa diversidade em perfil

Nossas metas de diversidade estão atreladas à composição da remuneração variável das lideranças (ISD). É por este indicador que acompanhamos, por exemplo, o percentual de mulheres em cargos de liderança (gerentes e acima) da Companhia.

PESSOAS COM DEFICIÊNCIA



DISTRIBUIÇÃO GERACIONAL



LIDERANÇA X PERFIL DE GÊNERO E RAÇA



(*) Premissa de cálculo conforme legislação brasileira.



Em 2021, registramos 26% de mulheres em cargos de liderança (gerentes e acima). Além disso, o total de colaboradores(as) autodeclarados(as) negros(as) na liderança subiu de 41% para 45%, no mesmo período.



65%
colaboradores(as)

Autodeclarados(as) negros(as)
(pretos(as) e pardos(as))

18.752 mulheres
20.613 homens

27%
colaboradores(as)

Autodeclarados(as) brancos(as)

8.011 mulheres
8.178 homens

2%
colaboradores(as)

Autodeclarados(as) amarelos(as)

668 mulheres
487 homens

0,5%
colaboradores(as)

Autodeclarados(as) indígenas

111 mulheres
188 homens

5%
colaboradores(as)

Não quiseram declarar

1.476 mulheres
1.636 homens

Do número total de colaboradores(as), 65% se autodeclararam como preto(a) ou pardo(a), um dado muito significativo quando comparado com os dados de representatividade do Brasil, segundo dados da PNAD (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios) de 2019, publicados pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), que indica que 56,2% da população de todo o país é preta ou parda.

Ainda em 2021, intensificamos nossas parcerias com consultorias externas especializadas e instituições para ampliar e fortalecer nossas ações para inclusão de PCDs (Pessoas com Deficiência), uma das cinco frentes prioritárias em Diversidade. Nos orgulhamos de, ao fim de 2021, somar 3,2 mil colaboradores(as) neste grupo, o que representa 5,4% do total de profissionais Assaí – ou seja, adequados às requisições legais, cujo percentual exigido é de 5%.



Desenvolvimento humano e organizacional

Temos o compromisso de fazer com que o crescimento do nosso negócio represente também o crescimento da Nossa Gente.

Sabemos que, para continuar crescendo, precisamos ter pessoas preparadas para sustentar nossa expansão, ocupando posições críticas e de liderança em nossas novas unidades por todo Brasil. Temos como política priorizar o aproveitamento interno, com programas de aceleração de carreira (Programa de *Trainees*) e processos seletivos exclusivos para nossos(as) colaboradores(as) (Prosin - Programa de Seleção Interna). Todas as vagas nos escritórios, lojas e Centros de Distribuição são oferecidas preferencialmente para Nossa Gente. Na ausência de perfis aderentes às necessidades do cargo, buscamos candidatos(as) externamente. Em 2021, tivemos mais de nove mil movimentações e promoções internas – indicador que comprova a eficácia de nossas ações.

Para garantir um processo padronizado, transparente e justo de mapeamento de desempenho, utilizamos o Avance, sistema que gerencia nosso modelo de gestão de carreiras, oferecendo autonomia para os(as) gestores(as) e um método estruturado de avaliação, mapeamento de competências, conversas de *feedback* e incentivo ao protagonismo para nossos(as)

colaboradores(as). A partir de uma gestão centralizada de PDI (Planos de Desenvolvimento Individual) e conectada aos programas da Universidade Assaí, é possível permitir clareza nas promoções, movimentações e ações de desenvolvimento, fortalecendo assim a cultura de alta performance e aprendizado constante no negócio.

A evolução de cada profissional é avaliada e calibrada uma vez ao ano pelo Comitê de Carreira – conduzido pela área de Gestão de Gente junto às lideranças – que possibilita encaminhamentos (mérito, promoções, desligamentos, entre outros) e identifica os(as) sucessores(as) para posições críticas do nível gerencial e acima ou plano de ação para cargos críticos sem sucessores(as) identificados no negócio.

Desta forma, seguimos valorizando a Nossa Gente, possibilitando crescimento na carreira e preenchendo as vagas necessárias para o nosso negócio que segue em forte expansão, seja a partir de processos de seleção externa ou via Prosin.



**Nossa Gente
faz tudo acontecer**



Novas posições	2021	2020	2019
Número de posições abertas no ano	21.486	17.968	18.460
Número de posições preenchidas por um(a) candidato(a) interno(a) no ano	9.285 43%	2.551 14%	3.260 18%

A partir do programa *#FuiPromovido*, reconhecemos, valorizamos e cuidamos do momento do anúncio de promoção nas lojas e CDs, reforçando entre todos(as) a permanência e a jornada de carreira na nossa empresa. Em 2021, mais de 5 mil colaboradores(as) foram reconhecidos(as) pelo programa.

*Nosso negócio
representa o crescimento
da Nossa Gente*

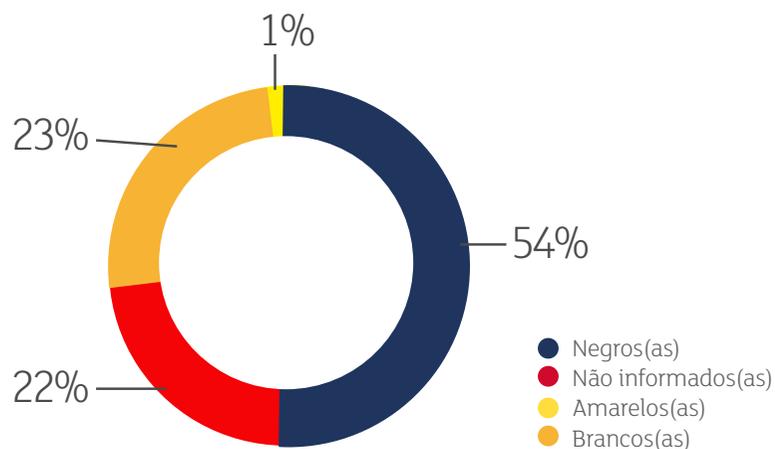


Dada a expansão acelerada e oportunidade de vagas de liderança e de especialista nas áreas-chave do negócio (Operações e Comercial), incentivamos a construção da carreira por meio de programas de aceleração e desenvolvimento profissional, como os diversos programas de *Trainees* que oferecemos:

Trainee de Operações: Prepara, capacita e desenvolve colaboradores(as) para que assumam posições de subgerente em lojas de todo o Brasil. O programa está na 12ª edição.



2 edições do Trainee de Operações em 2021
130 colaboradores(as) participantes:



22%
MULHERES
28

78%
HOMENS
102



Kedna Franciana Martins de Albuquerque,
Trainee de Operações subgerente na Loja Bezerra de Menezes - Fortaleza (CE)



O Programa Trainee foi uma oportunidade ímpar na minha vida pessoal e profissional. A troca de experiências foi muito importante – compartilhar a vivência enquanto mulher, negra e mãe e conciliar todos esses papéis me deixa muito feliz, orgulhosa e realizada. Tenho muito amor por este negócio e pelo Assaí! Além de mostrar que quando a gente quer, a gente pode, o Programa Trainee nos dá a oportunidade de aprimorar a gestão, corrigir-nos todos os dias, sentir-nos capazes e empoderados. É uma grande responsabilidade perceber que as pessoas se inspiram na minha história de perseverança e conquista, por isso, procuro incentivá-las e desenvolvê-las como forma de retribuir tudo que a empresa tem feito por mim.





Trainee Carreira em Operações: Em 2021, demos início à segunda turma do Programa, onde preparamos pessoas dos escritórios para atuarem como Subgerentes e posteriormente como Gerentes (a depender do desempenho) em nossas Lojas.

1 programa de migração áreas corporativas | operação

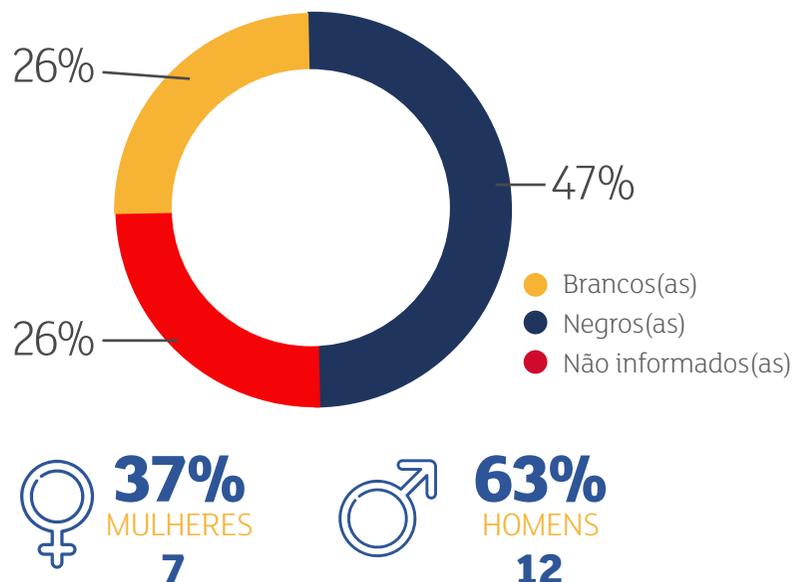


5 colaboradores(as) aprovados(as) para início em 2022



Trainee Comercial: Concluímos em 2021 a primeira turma do **Programa Trainee Comercial**, em que preparamos pessoas internas, aprovadas em processo seletivo, para migrar suas carreiras para a área comercial do Assaí na posição de Comprador, podendo ser alocado em qualquer escritório comercial do Assaí em todo Brasil.

1 programa de aceleração e desenvolvimento Comercial
19 colaboradores(as) participantes:





EDUCAÇÃO CORPORATIVA

Por entender que as pessoas são o nosso maior patrimônio e segredo do nosso sucesso, investimos fortemente em seu desenvolvimento por meio da Universidade Assaí (UA), criada em 2013 para sustentar o crescimento e expansão do nosso negócio, onde desde então oferece programas presenciais e *on-line*, conforme níveis de cargos e desenho das trilhas de carreira acessíveis para todos(as) os(as) nossos(as) colaboradores(as) em todo o Brasil. Em 2021, foram realizados mais de 2.359.293 horas de treinamentos, contando com 67.392 colaboradores(as) treinados(as).



UNIVERSIDADE ASSAÍ - TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO

	2021	2020	2019
Horas de treinamento	2.359.293	1.487.395	2.098.969
Total de colaboradores(as) treinados(as)	67.392	38.601	35.265
Número total de gerentes e acima treinados no ano	473	341	273
Média liderança treinada no ano	5.121	4.049	3.230
Não líderes treinados	61.809	34.211	31.762

A Universidade Assaí é formada por cinco “Escolas”, que abordam diferentes tipos de assuntos e oferecem treinamentos específicos:

Atacado – Proporciona melhor entendimento sobre o mercado em que atuamos, os cenários com os quais lidamos e as tendências que impactam nosso negócio.

Liderança – Destinada à formação de profissionais de todos os níveis de liderança do Assaí; colaboradores(as) das lojas, CDs ou escritórios. Tem como objetivo inspirar uma prática de gestão cada vez mais criteriosa, ética, produtiva e alinhada aos nossos valores.

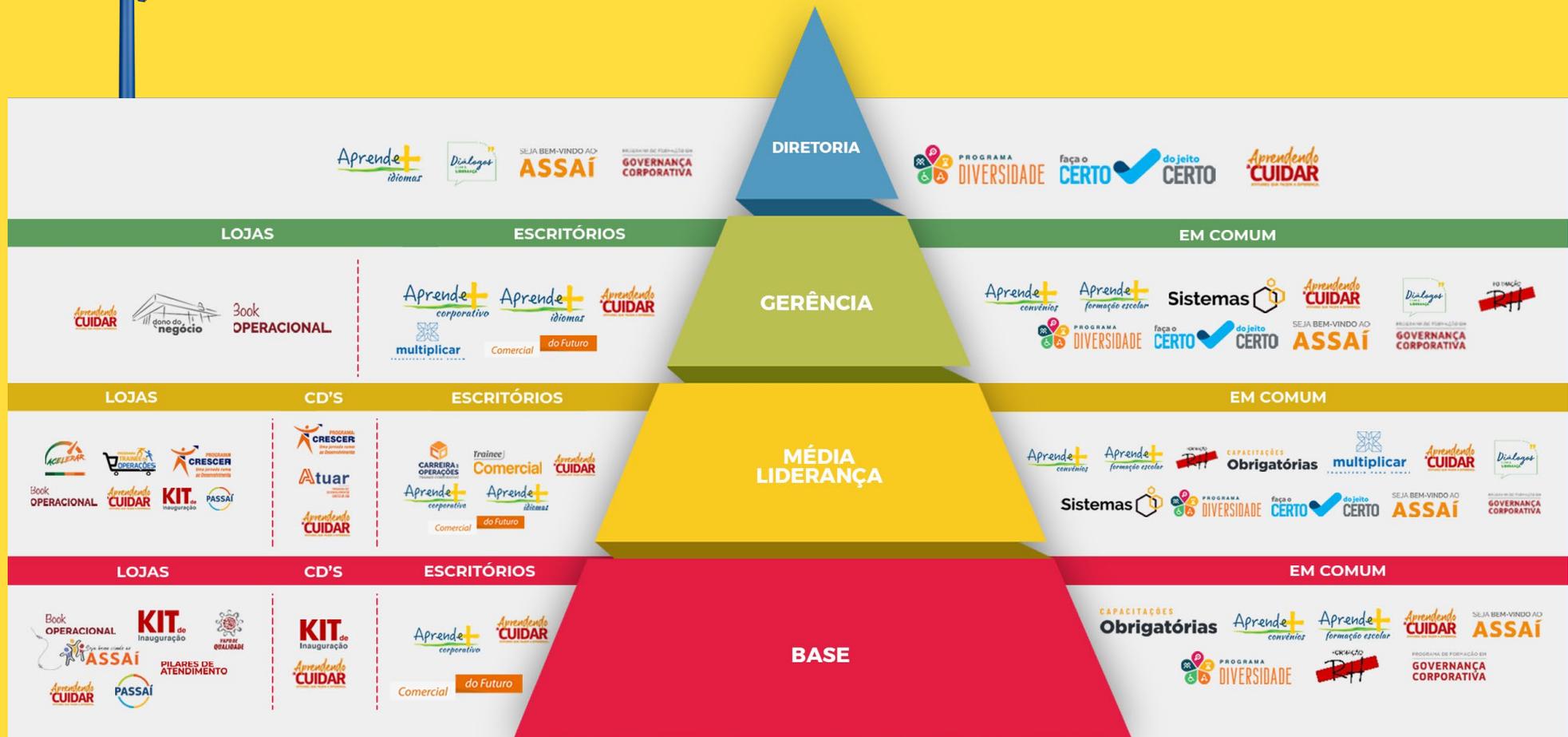
Operações – Forma e capacita nossos(as) colaboradores(as) nos principais processos operacionais de loja, de modo a garantir a padronização da operação com excelência operacional em todas as nossas unidades, em todo Brasil.

Comercial – Voltado ao time Comercial e às Centrais de Distribuição em todo o País. Além de tratar dos aspectos técnicos e comportamentais que envolvem a comercialização de produtos, também tem como foco o desenvolvimento de competências técnicas e comportamentais na gestão comercial, visando suportar nossa expansão. Contempla também a formação dos(as) colaboradores(as) do Espaço do Cliente.

Desenvolvimento técnico e comportamental – Atua por meio de cursos que visam o aperfeiçoamento de conhecimentos, habilidades e atitudes dos(as) nossos(as) colaboradores(as).



PROGRAMAS DE FORMAÇÃO E DESENVOLVIMENTO





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

Conheça algumas das frentes e iniciativas de treinamento realizadas em 2021, quando nosso principal objetivo foi **alinhar o modelo de gestão e preparar nossos líderes para a construção do novo tempo**:

Programa de Formação em Governança Corporativa: tema essencial para a clareza sobre regras e processos de Governança, ESG e uma formação totalmente alinhada à Nossa Cultura, ao novo momento pós-cisão e aos valores como Foco no Cliente, Ética e Compromisso com Resultado. Disponibilizamos cursos, vídeos, *podcasts*, damos dicas de filmes, entre outras novidades. Ao todo tivemos 2.239 participantes em 2021.

Programa de Sustentabilidade: proporcionou aos(as) nossos(as) colaboradores(as) uma visão ampla da sustentabilidade em suas diferentes dimensões. Os cursos são adaptados aos diversos públicos do Assaí, percorrendo desde a base até áreas mais técnicas, sempre com um olhar transversal e estratégico ao negócio. Destaque para o game *Mundo Sustentável Assaí*, com abordagem lúdica e interativa acerca de dos pilares de atuação de sustentabilidade do Assaí. Ainda no âmbito do Programa, tivemos *workshops* específicos, tratando de temáticas estratégicas como *Mudanças Climáticas e Cadeias de Fornecedores*, com conteúdo focado nos públicos diretamente impactados pelos temas na rotina da operação. Foram realizadas 3.855 horas de capacitação.



Assaí + Legal: voltado às nossas lideranças e equipes dos escritórios, lojas e CDs (Centros de Distribuição), o programa implementado em 2021 abordou temas como direito trabalhista, relação com clientes, fornecedores(as) e prestadores(as) de serviços, direito regulatório e criminal, conteúdos fundamentais para seguirmos atuando da maneira correta em todas as áreas e continuarmos atualizados sobre os riscos legais que podem impactar nosso negócio. Em 2022, o programa continuará com foco na capacitação da liderança, para atuarem de maneira preventiva, mitigando os riscos financeiros e reputacionais da nossa marca, além de continuar contribuindo para o nosso crescimento de forma sustentável.



LGPD É PARA TODOS NÓS

Treinamento **LGPD É para Todos(as) Nós:** disponibilizado para todos(as) os(as) colaboradores(as) dos escritórios, lideranças de lojas e CDs, orientando sobre cuidados e necessidade de alinhamento de processos internos para a Lei Geral de Proteção de Dados. Tivemos 88% (334) entre as lideranças dos CDs, 77% (8.519) lideranças de lojas e 73% de participação dos públicos elegíveis.

Campanha de segurança da informação: realizada em conjunto com a área de Comunicação Interna, apresentou ações fundamentais para que todos(as) fiquem atentos(as) e evitem os perigos e ameaças cibernéticas em nosso dia a dia. A Campanha incluiu a *Capacitação de Segurança da Informação*, orientando gestores e equipes sobre a classificação de informações em arquivos e e-mails, treinamento sobre gestão e liberação de acessos a sistemas e informações confidenciais para lideranças, dentre outros temas, por exemplo.



A UNIVERSIDADE PARA SUSTENTAR O ASSAÍ

Com o objetivo de preparar nossos líderes para nosso crescimento e expansão em 2021, oferecemos:

Programa Crescer: Capacitação e desenvolvimento profissional para média lideranças – chefes de seção, encarregados(as) dos Centros de Distribuição e nutricionistas. O programa é 100% digital e, em 2021, contou com 12.849 participações em 26.597 horas de treinamento.

Programa Acelerar: Formação para o(a) subgerente de Loja, para estimular a melhora no desempenho da função atual para acelerar sua passagem no *pipeline*. 312 participantes e 1.340 horas.

Programa Dono do Negócio: Direcionado aos(às) gerentes de loja, oferece conteúdos técnicos e de gestão operacional para aperfeiçoar os comportamentos da liderança e o autodesenvolvimento em temas essenciais. 2.147 horas de treinamento com 1.677 participações.

Ainda em 2021, realizamos seis encontros do **Diálogos com a Liderança**. Durante os eventos, pensadores, especialistas, administradores(as), médicos(as) e profissionais diversos, realizaram palestras e compartilharam conhecimento com nossos líderes corporativos provocando reflexões importantes para adequarmos nossas estratégias e nos adaptarmos ao novo momento da Companhia, além de tratarmos de temas como economia, saúde e mercado. 1.715 horas com 884 participações.

Lançamos o **Programa de Formação de gerentes Regionais**, a ser realizado em 2022 para alinhamento e desenvolvimentos dos nossos gerentes Regionais Operacionais.

Lançamos o **Programa de Letramento Digital**, permitindo que mais colaboradores(as) sejam incluídos no “mundo digital” e aprendam a criar seu *e-mail*, usar os sistemas da Companhia, pacote Microsoft Office e realizar estudos e pesquisas na internet.

Aprimoramos o **Programa de Formação Escolar Básica**, incentivando a retomada aos estudos para aqueles(as) colaboradores(as) que não concluíram o Ensino Fundamental ou Médio.

Para garantir a formação técnica dos(as) profissionais que atuam em nossas Lojas e na Escola de Operações, disponibilizamos 16 *Books* Operacionais construídos e disseminados em treinamentos para nossos chefes de Seção e equipes. Além disso, oferecemos:

Capacitação para Expansão: conjunto de treinamentos básicos, operacionais, de atendimento e obrigatórios que os(as) recém-admitidos(as) recebem para prepará-los(as) para a abertura da nova unidade. São aproximadamente de 20 a 30 dias de treinamentos intensivos para o desenvolvimento dos conhecimentos necessários sobre a nossa operação, sua seção e o que é esperado de sua função. Em 2021, foram realizadas em torno de 1,8 milhão de horas de treinamentos em expansão, contando com 15.831 participações.

Programa de Higiene e Segurança Alimentar: promove o conhecimento em boas práticas de manipulação de alimentos, controle de pragas, produtos químicos, microbiologia dos alimentos, controle e qualidade de alimentos, limpeza e higienização de equipamentos.



TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

Para conectar a Nossa Gente com o conhecimento, a Universidade Assaí criou o **ZapUA**, um canal que conta com uma Assistente Virtual de Aprendizagem, a **Maia**. Ela apoia de maneira mais próxima e humanizada nossos(as) colaboradores(as) no seu desenvolvimento e crescimento. Além disso, de forma simples, por meio de uma conversa, a Maia compartilha conteúdo sobre Diversidade e orienta com relação à prevenção e ao cuidado contra a covid-19, por meio do Programa Aprendendo a Cuidar. A assistente pode ser acionada via *WhatsApp*. Em 2021, tivemos mais de 45 mil acessos ao canal.

Totem Assaí Pensando em Você: temos também uma estrutura específica para acesso à informação, solicitação de serviços de RH e aos diversos conteúdos da Universidade Assaí implantados em todas as nossas lojas e CDs que possibilita aos nossos(as) colaboradores(as) que possuam nenhum ou pouco acesso à internet, em áreas com mínima cobertura de banda larga, tenham autonomia para buscar notícias, acessar holerite e realizar treinamentos a distância. Desde o início da implantação, em dezembro de 2020, somamos mais de 211 mil acessos aos sistemas, sendo que mais de 66 mil foram na Universidade Assaí.

Maia, assistente virtual do ZapUa



Acessos aos sistemas de RH via totem



Qualidade de vida, saúde & segurança (física, mental e psicológica)

O cuidar de Nossa Gente sempre se estendeu à saúde e segurança de todos(as) os(as) nossos(as) profissionais – inclusive antes da pandemia – pois também faz parte dos nossos valores fundamentais.

A área de SESMT (Segurança, Saúde e Medicina do Trabalho) visa a proteção integral à vida dos(as) nossos(as) colaboradores(as), prevenindo acidentes, riscos e doenças. Por meio da análise e mapeamento de possíveis riscos e trabalhando efetivamente em prevenção, zelamos pela saúde da Nossa Gente, considerando aspectos físicos, mentais e psicológicos. Contamos ainda com o envolvimento dos(as) colaboradores(as) que fazem parte da CIPA (Comissão Interna de Prevenção de Acidentes).

Nossa **Política de Saúde e Segurança** estabelece diretrizes gerais para a gestão de segurança do trabalho e saúde ocupacional com foco na prevenção, promovendo a melhoria contínua das condições e dos ambientes de trabalho, cuidando da saúde física e mental dos(as) nossos(as) colaboradores(as).



Desde 2019, transformamos a SIPAT (Semana Interna de Prevenção a Acidentes do Trabalho) no MESPAT, evento destinado à conscientização e disseminação de informações sobre saúde e segurança ocupacional. Durante esse período, conteúdos importantes e orientações sobre como reduzir os riscos de acidentes são disseminados de diferentes formas – por exemplo, em treinamentos, comunicação interna, jogos, *quizzes*, entre outros.

MESPAT 2021

(novembro a dezembro)
Ações de treinamento
e conscientização

Participação de
40 mil
COLABORADORES(AS)



Além do MESPAT, destacamos outras iniciativas importantes relativas à prevenção e gestão de riscos de Segurança Ocupacional:

- Contamos com mais de 70 mil participações dos(as) nossos(as) colaboradores(as) em mais de 273.260 horas em capacitações obrigatórias, visando capacitá-los(as) de acordo com a normas regulamentadoras, além de conscientizá-los(as) sobre os cuidados que devem ser tomados, preservando o seu bem-estar, de seus(uas) colegas e nossos(as) clientes. Também foram lançados três cursos *on-line*: Segurança na Operação de Máquinas e Equipamentos para a área de açougues; Ergonomia para todo o time das lojas, CDs e Escritórios; e Segurança no Transporte, Movimentação, Armazenagem e Manuseio de Materiais.

Abril Verde aborda a prevenção de acidentes de trabalho e tem como objetivo divulgar a conscientização da segurança do trabalho.

Com foco na prevenção, a equipe de segurança do trabalho realiza diariamente ações como o **Diálogo de Segurança Estruturado**. Unindo as equipes de operações de lojas e CDs, técnicos(as) e engenheiros(as) de Segurança do Trabalho, aborda: prevenção de acidentes, Normas Regulamentadoras de Segurança do trabalho, utilização de EPIs e demais medidas para o Gerenciamento de Riscos nos ambientes de trabalho.

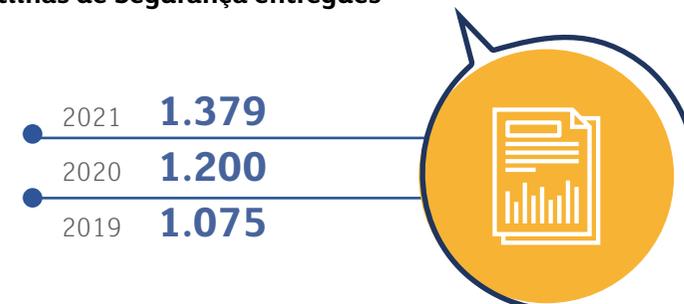
Quantidade de horas aplicadas aos Diálogos de Segurança e trabalhos em campo (Lojas e CDs)



Utilizamos as avaliações em campo para nos anteciparmos na identificação de possíveis riscos à saúde e segurança do(a) colaborador(a) e apoiar o gerenciamento dos riscos no sistema de SOC (Saúde Ocupacional). Fazemos acompanhamentos em auditorias em campo, para evidenciar as práticas de segurança no que se refere a equipamentos de prevenção e combate a incêndio. Também promovemos o PAE (Plano de Ação e Emergência), que consiste em reuniões com os brigadistas e simulados práticos em campo. Implementamos o aplicativo “**Checklist fácil**”, por meio do qual é possível realizar inspeções de campo em lojas e CDs para identificação das não conformidades e riscos nos ambientes de trabalho e propor planos de ação para mitigação dos riscos encontrados.

- Com a implementação dos **açougues** em 73 unidades do Assaí, redobramos a atenção ao mapeamento de riscos e desenvolvemos treinamento específico para orientar os(as) colaboradores(as) da área de açougue sobre manipulação segura dos produtos, uso correto dos EPIs e equipamentos de trabalho.
- Elaboramos e distribuímos a **Cartilha de Segurança**, que tem como objetivo assegurar que o(a) colaborador(a) foi treinado(a) e capacitado(a) a operar máquinas e equipamentos que auxiliam na movimentação de cargas. A Cartilha é entregue na integração de novos(as) colaboradores(as) elegíveis e promovemos a reciclagem para todo o time elegível.

Cartilhas de Segurança entregues





Em 2021, mesmo com o aumento do número de colaboradores(as), reduzimos o **IRA (Índice Relativo de Acidentes)**, indicador com base na NR4 utilizado para calcular o percentual de colaboradores(as) que sofreram acidentes de trabalho em um dado período.

Isso se deve graças às ações de segurança desenvolvidas e implementadas em nossas unidades (matriz, escritórios regionais, CDs e lojas) e ao compromisso da área em atender a todas as normas de segurança do trabalho e mitigar os principais pontos ofensores para o nosso negócio e a Nossa Gente.



Em relação à **saúde física e mental**, as atenções primárias se voltaram à **gestão dos impactos da pandemia de covid-19**, sem deixar de lado outras iniciativas relevantes para o bem-estar da Nossa Gente:

- Seguindo nossa Campanha Anual de Vacinação, disponibilizamos aos(as) colaboradores(as) de todas as nossas unidades (matriz, escritórios regionais, CDs e lojas) a aplicação da **vacina contra a gripe (H1N1)** no ambiente de trabalho. Além da praticidade, procuramos contribuir para menor exposição aos riscos de contaminação com covid-19.
- Com a continuidade da pandemia por covid-19 em 2021, as ações de prevenção seguiram também em todas as nossas unidades: continuidade





da campanha **Cuidando de Um(a), Cuidamos de Todos(as)** – por meio da comunicação constante com nossos(as) colaboradores(as), destacamos a importância de medidas preventivas e conscientização. Ampliamos nosso quadro de profissionais da Saúde (médicos e enfermeiros) para atuar em novas frentes de apoio no combate ao vírus. Para os(as) colaboradores(as) da matriz e escritórios administrativos, adotamos o modelo de *home office* nos momentos mais críticos da pandemia a fim de garantir maior segurança; adoção de medidas de distanciamento social por meio de sinalização no piso, nos refeitórios, nas entradas das lojas, Centros de Distribuição e vestiários; reforçamos as orientações sobre higienização correta das mãos. Nossa equipe de segurança do trabalho também distribuiu nas lojas/CDs óculos de proteção, *face shields*, máscaras de tecido e álcool em gel.

- Os **testes para detecção da covid-19** foram mantidos semanalmente na matriz e escritórios regionais, nos períodos de alternância ao modelo presencial. Após a realização do teste, o(a) colaborador(a) recebia por e-mail o resultado de seu exame, possibilitando o acompanhamento dos casos positivos e da gestão da testagem, garantindo que todos(as) que efetivamente estivessem na sede fossem testados(as). Para as regionais, realizamos uma parceria com clínicas da região para testagem quinzenal. Além disso, fizemos a aferição diária de temperatura na entrada dos prédios.

- Disponibilizamos atendimento via **Telemedicina** para o acompanhamento dos(as) colaboradores(as) com suspeita ou com resultado positivo para covid-19 até o momento de retorno ao trabalho. Nos ambulatórios, criamos equipes “covid”, compostas por profissionais de saúde focados no atendimento, testagem e acompanhamento de colaboradores(as) suspeitos(as) e positivos(as), além de equipe multidisciplinar específica para acompanhamento de casos críticos de colaboradores(as) internados(as) por covid-19, sete dias por semana, para identificação de novos leitos e transferências de pacientes.



As campanhas Outubro Rosa e Novembro Azul, meses de conscientização da prevenção contra o câncer de mama e colo de útero, e também contra o câncer de próstata, estiveram presentes nos canais de comunicação interna, por meio de uma estratégia de divulgação de conteúdo e humanização da campanha com histórias reais de colaboradores(as), junto à equipe de medicina, ambulatórios e segurança atuando no acompanhamento das iniciativas e incentivo a realização dos exames periódicos.





O avanço da pandemia por coronavírus provocou importantes mudanças no comportamento das pessoas, com a adoção de novos hábitos, reinvenção de serviços e criação de novas funções nas empresas. Pensando nessas questões, criamos o cargo de **Auxiliar de Qualidade**, profissional responsável por acompanhar, propor novas regras e garantir a eficácia de todos os novos processos de higienização e prevenção que estavam sendo aplicados em nossa operação por todo o Brasil.

Em 2021, um ano depois da implantação do cargo, os(as) auxiliares de qualidade têm sua importância potencializada em nossas lojas, pois além do acompanhamento das ações de prevenção contra a covid-19, são responsáveis por garantir que todos os processos da Segurança dos Alimentos sejam seguidos corretamente, entre outras funções. E mais: adotamos 270 protocolos sanitários para garantir a segurança de clientes e colaboradores(as).

Para contribuir com o suporte emocional da Nossa Gente e de seus familiares, oferecemos um **Programa de Assistência Social** para acolher e cuidar ainda mais da qualidade de vida de todos(as). Como estratégia de atuação, abarcamos duas causas: facilitar as relações humanas e promover a qualidade de vida da Nossa Gente. Por meio deste programa, disponibilizamos atendimentos com profissionais como assistentes sociais, psicólogos(as), advogados(as), consultores(as) financeiro e previdenciário a qualquer momento, 24 horas por dia em todos os dias da semana. Em 2021, o programa foi ampliado para contribuir com o enfrentamento à pandemia.



Para isso, incluímos a Consultoria de Serviço Social e nossos(as) Prestadores(as) de Saúde. Essa parceria foi fundamental para apoiarmos os(as) nossos(as) colaboradores(as) e seus familiares que foram contaminados(as) pelo covid-19, resultando em mais de 60 mil atendimentos durante o ano pelo Serviço Social:

- Facilitamos o atendimento médico dos(as) nossos(as) profissionais e seus familiares. Principalmente em cidades com falta de leitos hospitalares, atuamos diretamente com os(as) operadores(as) de saúde para agilizar as remoções e quando necessário um atendimento mais especializado.
- Prestamos o acolhimento psicológico e social aos familiares dos(as) nossos(as) colaboradores(as) internados(as), por meio da nossa equipe médica e serviço social, realizando a interface com hospital para obter informações sobre o estado de saúde do(a) paciente.
- Nos casos de falecimento de colaboradores(as), prestamos apoio psicológico às famílias, agilizando os trâmites burocráticos e o pagamento do Seguro de Vida.
- No Mês da Prevenção ao Suicídio, realizamos uma campanha para todos(as) os(as) colaboradores(as) com o objetivo de informar sobre saúde mental. Também disponibilizamos o programa de treinamento que aborda a gestão das emoções. Neste, contamos com 356 participantes, sendo 30% deles líderes e 68% mulheres.



Também contamos com uma área dedicada à gestão dos(as) profissionais afastados(as), que tem como principal objetivo acompanhar e dar suporte em todo processo junto ao INSS (Instituto Nacional do Seguro Social), durante o período de afastamento – por doença ou acidente de trabalho – garantindo o cumprimento da Legislação Previdenciária e Trabalhista vigente, bem como as Práticas e Políticas/Normas definidas pela empresa.

Em parceria com a Universidade Assaí, elaboramos um Manual e uma Revista de Recursos Humanos, com todas as informações referentes ao processo de afastamento, inserindo as diretrizes contidas na Política da Empresa, com base nas legislações trabalhistas e disponíveis na plataforma de treinamento na Universidade. Também foi elaborado o *kit* de afastamento do(a) colaborador(a), com o passo a passo e o procedimento referente às etapas do processo.



Incentivos e benefícios

Ainda com o foco na promoção na saúde e bem-estar dos(as) nossos(as) colaboradores(as), o Assaí concede às colaboradoras mães o direito de estender por mais 60 dias sua Licença Maternidade, totalizando 180 dias corridos. O benefício se estende a casais homoafetivos e às mães por adoção (considerando a idade da criança). No retorno das licenças, concedemos mensalmente um crédito até a criança completar 4 anos, 11 meses e 29 dias. Este cartão dá direito a compras de artigos de necessidade básica, como nutrição e alimentos, artigos de higiene, fralda, lenços umedecidos etc.

Pensando ainda na importância de cuidar da mente e do corpo e viabilizar melhores condições de saúde e qualidade de vida a todos(as) os(as) nossos(as) colaboradores(as) e seus(uas) dependentes, efetivamos parceria com duas empresas conceituadas no segmento de academia, Gympass e TotalPass, ambas com ampla rede credenciada em todo o país.



Diversidade & Inclusão

Nossa política de Diversidade e Direitos Humanos fundamenta compromissos, estratégias e ações da Companhia. Esta Política se alinha aos princípios internacionais dos Direitos Humanos, abrangidos pela Declaração Universal dos Direitos Humanos da ONU, que garantem os direitos de todas as pessoas, independentemente de raça, cor, orientação sexual, identidade de gênero, idioma, religião, opinião política ou de outra natureza, origem nacional ou social, condição econômica, nascimento, ou qualquer outro marco identitário. O respeito e a promoção aos Direitos Humanos são fundamentais para a sustentabilidade do Assaí e em nossa relação com *stakeholders* e toda a sociedade.

Entendemos que é responsabilidade de todos(as) assumirem seu papel como agentes nesta mudança de comportamento. Por isso, temos o compromisso de promover a Diversidade e a Inclusão em todas as suas formas. Inclusive, em 2021, desenvolvemos e implementamos a **Cláusula de Diversidade e Direitos Humanos**, que reforça nosso código de ética, política de diversidade e direitos humanos, obriga nossos(as) contratados(as) a orientarem e treinarem seus times que atuam em nossas unidades, prevê sanções e rescisão contratual em caso de descumprimento, em todos os contratos existentes de parceiros(as) prestadores(as) de serviço, além de ter sido inserida na minuta padrão para novos contratos. Esta ação reforça o posicionamento e responsabilidade do Assaí na relação com todos os seus *stakeholders* e o papel na transformação de uma sociedade mais justa e igualitária. Combatemos e não toleramos qualquer tipo de discriminação. Diversidade e Inclusão são valores, compromissos e alavancas de desempenho e inovação socioeconômica essenciais em um negócio que tem o cliente como foco.

Com o objetivo de disseminar a nossa cultura inclusiva e diversa e nos tornarmos referência para o setor, temos o apoio de toda a liderança e uma equipe dedicada à promoção da diversidade e inclusão, responsável por realizar ações de inclusão, conscientização, treinamento, combate à discriminação e promoção do respeito, considerando cinco temas prioritários: Gênero, Raça, Gerações, Pessoa com deficiência e LGBTQIA+.

COMUNICAÇÃO E INTEGRAÇÃO

A questão da diversidade está incorporada a todas as nossas diretrizes de comunicação. Buscamos utilizar linguagem inclusiva, com conteúdo livre de estereótipos e preconceitos tanto interna quanto externamente. Exemplo disso é o nosso compromisso firmado em 2019 por meio da Aliança sem Estereótipos (*Unstereotype Alliance*) da ONU Mulheres, que prevê o compromisso formal com a erradicação de estereótipos/preconceitos de gênero na publicidade.

O uso da linguagem inclusiva tem sido cada vez mais uma prática recorrente em nossas comunicações internas e externas, inclusive no processo de aculturação das nossas lideranças. Procuramos conscientizar nossos(as) colaboradores(as) e realizar um processo de letramento com foco étnico-racial, LGBTQIA+ e PcDs (Pessoas com Deficiência), entre outros. Por meio de um parceiro externo especializado, realizamos **workshop sobre comunicação inclusiva** para toda equipe de Marketing, Redes Sociais, Imprensa e de Comunicação (interna e externa). Para garantirmos a acessibilidade a Pessoas com Deficiência auditiva, implementamos a ferramenta *Handtalk* em nossos canais internos de comunicação e em todos os sites externos.

É responsabilidade de todos(as) os(as) envolvidos(as) com as ações de comunicação (interna e externa) zelar pela produção, validação e divulgação de conteúdos livres de discriminação, sem estereótipos e que cumpram os princípios abaixo:

- **Acessibilidade**
- **Representatividade**
- **Linguagem clara e sem barreiras**

Por meio da Universidade Assaí, oferecemos treinamentos às lideranças e colaboradores(as) de todas as áreas e unidades, trazendo de maneira didática e evidente pontos da nossa política para comportamentos esperados e direcionamentos de como agir.



● Programa de Diversidade

Oferece a todos(as) os(as) nossos(as) colaboradores(as) acesso a conteúdos e materiais importantes que orientam sobre os comportamentos esperados e não tolerados no Assaí. Entre as informações, estão disponíveis as diretrizes de Diversidade e Direitos Humanos, vídeos com especialistas em diversos temas, guias de relacionamento com públicos diversos, um guia intitulado ABC da Raça, biblioteca da Diversidade, guias de letramento, entre outros.



● Aprimoramento das equipes de Recursos Humanos

Apresentamos a pauta de Diversidade e Inclusão a todos(as) os(as) colaboradores(as) que atuam no RH das lojas e CDs, com a realização de seis encontros que abordaram a importância do tema da diversidade para a Nossa Gente, clientes, marca, negócio e reputação. Com essa orientação, há uma ampliação da visão de Recursos Humanos para atuar com as diferentes frentes do tema da diversidade, apoiando colaboradores(as) e gestores(as) com papéis, responsabilidades e direcionamentos claros e alinhados às diretrizes da Companhia.

Ministrados por parceiros(as) externos(as): Mais Diversidade, ID-BR, Coexistir | Participação de representantes de diferentes áreas do Assaí

Temas abordados: Diversidade e seus Vieses; Programa Aprendiz; Gestão dos Processos de Inclusão de Pessoas com Deficiência; O Papel do RH na Valorização da Diversidade e no Combate à Discriminação e Pessoas com Deficiência; Diversidade e o Impacto para Marca; e Diversidade Racial.

● Treinamentos para lideranças de lojas

Em 2021, realizamos ações exclusivas para nossas lideranças de loja, abordando o tema de Diversidade. Tratamos de liderança inclusiva, vieses inconscientes e ética. Procuramos reforçar o respeito e a valorização à diversidade e equidade ao oferecer oportunidades para os times e garantir um ambiente seguro a todos, diretrizes presentes em nosso Valor “Cuidado com a Nossa Gente” e no Código de Ética. Mais de 1.785 líderes foram impactados(as) e treinados(as).

● Semana da Diversidade

Em 2021, realizamos a 5ª edição da Semana da Diversidade, com o objetivo de promover o conhecimento, a visão e discussão dos cinco temas prioritários de diversidade (Gênero, Raça, Gerações, Pessoa com Deficiência e LGBTQIA+), considerando a interseccionalidade dos mesmos. Gerar empatia, atitudes positivas e de respeito com a Nossa Gente, nossos(as) clientes e sociedade marcaram as ações que foram realizadas em todas as Unidades do Assaí.



● Diálogos de Diversidade

Realizamos anualmente ações de conscientização por meio dos Diálogos de Diversidade, com ações de comunicação interna e externa, *lives* com especialistas e trilhas de formação em todas as datas comemorativas e representativas que abordem os temas de Diversidade e Direitos Humanos. Em 2021, foram realizadas 37 ações nos canais internos e externos.

● Grupos de Diversidade

Para discutir, aprofundar as temáticas e identificar oportunidades, desenvolvemos e implementamos o **Grupo Embaixadores da Diversidade**, composto por colaboradores(as) de lojas.



A formação do grupo amplia a representatividade de pessoas aliadas e permite o fortalecimento, entendimento e a prática da inclusão. O grupo iniciou como projeto piloto em duas regionais, com possibilidade de ampliação em 2022. Todos(as) os(as) embaixadores(as) participaram do *workshop* de formação e de um treinamento *on-line* para que pudessem aprofundar o conhecimento no tema. Em novembro, ocorreu o primeiro encontro do grupo, para engajamento das ações do Mês da Consciência Negra.

Contamos também com outro grupo de diversidade, composto por líderes de todas as diretorias, com o qual realizamos cinco encontros bimestrais durante 2021 para discutir e alavancar ações de melhorias nos cinco aspectos de Diversidade e que gerou mais de 20 propostas de ações.



Stefanny de Oliveira Trindade,
operadora de Loja -
Itaquera (SP),
Embaixadora de
Diversidade

“

Ser uma Embaixadora da Diversidade em minha unidade é necessário, pois temos pessoas totalmente diferentes no Assaí e todas precisam de informação, mesmo sobre temas como raça, sexualidade, credo etc. Somente agora estamos tendo a oportunidade de falar sobre esses assuntos com mais liberdade. Estou sempre disposta a responder dúvidas e esclarecer pré-conceitos existentes entre as pessoas que trabalham comigo, mostrando que mesmo eu sendo mulher, negra e homossexual eu sou igual a elas, nunca na intenção de julgar, mas sim de instruí-las a ver com outros olhos.

”



Valdério Matias da Silva,
diretor de Contabilidade
(Matriz/SP) - Grupo de
Diversidade Líderes

“

Fazer parte do Grupo de Diversidade é transformador para cada um dos membros(as), pois quebramos vieses negativos e que eram inconscientes para nós. Poder contribuir para a melhoria das ações para a equidade de oportunidades para LGBTQIA+, Gênero, Gerações, Pessoa com Deficiência e Raça está sendo um crescimento pessoal e profissional para cada um dos membros(as) e a troca de experiências é altamente construtiva para colocarmos o Assaí em destaque como um agente transformador para desenvolvimento de uma sociedade inclusiva e responsável. Aqui no Assaí podemos apoiar nossos colaboradores(as) e incentivá-los(as) a serem autênticos(as) e verdadeiros(as), sem vieses ou pré-conceitos!

”



PRINCIPAIS INICIATIVAS EM D&I

Apresentamos abaixo algumas de nossas principais iniciativas de Diversidade e Inclusão junto aos(as) nossos(as) colaboradores(as) durante o ano de 2021. Porém, estamos cientes de que as ações de inclusão, conscientização e combate à discriminação e intolerância são um caminho de longo prazo, continuamente aprimorada no dia a dia. Assim, seguimos orientados(as) por nossos valores e estabelecendo compromissos que possam nos inspirar nesta jornada. Estabelecemos ações afirmativas, estamos abertos(as) ao aprendizado, gerenciamos canais de proteção para recebimento de denúncias, e procuramos ser justos(as) e isentos(as) no encaminhamento a todas as questões apontadas pelos canais.

Gênero

Equidade de Gênero também é um tema de grande importância para nós e está sempre presente nas discussões da liderança. Atualmente, a Companhia conta com 26% de mulheres em cargos de liderança (gerente e acima), sendo que quatro delas compõem nossa diretoria executiva. Além disso, temos uma mulher como membro do nosso Conselho de Administração. O indicador de mulheres na liderança é parte da remuneração variável de todos os cargos elegíveis, conforme descrito página 50.

Em março de 2021, mês em que é comemorado o Dia Internacional da Mulher, reforçamos publicamente nosso posicionamento e compromisso com a Diversidade, Inclusão e Direitos Humanos ao aderir aos

7 Princípios de Empoderamento das Mulheres (WEP's – sigla em inglês), uma plataforma da Organização das Nações Unidas - ONU Mulheres e do Pacto Global, da ONU, que conta com diretrizes para a igualdade de gênero nos negócios e está alinhada à meta #5 da Agenda de Desenvolvimento Sustentável 2030 do Pacto Global. A assinatura reforça o nosso compromisso como agente transformador da sociedade e visa fomentar ainda mais o desenvolvimento de políticas e de iniciativas que promovam a equidade e a inclusão feminina nas organizações.



Também realizamos, pelo terceiro ano consecutivo, a **Semana da Mulher**, com o objetivo de homenagear o Dia Internacional da Mulher e promover conhecimento e engajamento para que mulheres e homens possam estar juntos na busca pela equidade de gênero, no combate à violência e à discriminação. Lançamos a Jornada à Equidade com conteúdo para mulheres e homens de toda a Companhia, incluindo líderes, com temas de Parentalidade, Desenvolvimento Feminino e Masculinidade Responsável.

Durante o mês de novembro, realizamos a **Adesão à Coalização Empresarial de Combate à Violência contra Mulher**, promovendo uma *Live* com um especialista que trabalha a questão de homens que cometeram violência, reforçando nosso papel em atuar em esferas para além do ambiente corporativo.



Gerações

Destacamos também a abordagem do **Programa de Aprendizes**, processo interno de recrutamento e seleção que busca incluir e desenvolver jovens em início de carreira – ao aprimorar seu conhecimento para contribuir com sua adaptação e com a melhora das tomadas de decisões no negócio. O Programa acontece nas lojas, Centros de Distribuição, Matriz e Escritórios, e conta com 1.964 jovens.

Ainda com o propósito de trazer a experiência e diversidade geracional dos profissionais para nossas lojas, desenvolvemos e implementamos um programa com foco na inclusão de pessoas com mais de 55 anos, focado em áreas como o açougue e o setor de frutas, verduras e legumes. Em 2021, o programa ultrapassou 250 contratações.



LGBTQIA+

Em julho, realizamos a 5ª Semana da Diversidade e anunciamos a nossa adesão ao Fórum de Empresas e Direitos LGBT, além da **parceria com a TransEmpregos**, projeto de empregabilidade de pessoas trans do Brasil, que promove e auxilia nas contratações, fornecendo treinamentos para as empresas parceiras durante o processo de inclusão. A empresa nos apoiou na construção de uma cartilha, cujo objetivo é gerar conhecimento sobre pessoas trans, suas dificuldades e singularidades, para que na condução do processo seletivo profissionais de RH seja garantida a equidade e a inclusão.



COLABORADORES(AS)
UTILIZAM NOME
SOCIAL FORMALIZADO
NO SISTEMA DE REGISTRO
DO(A) COLABORADOR(A)





**Pedro Henrique
Vale Sad,**
empacotador na
Loja Macaé (RJ)

“

Embora não possua os documentos atualizados aqui no Assaí, meus(inhas) colegas de trabalho e chefes me respeitam, chamam pelo meu nome social e utilizam o pronome correto, conforme minha identidade de gênero. Meu crachá apresenta o meu nome social, o que facilita e permite que os(as) clientes também me identifiquem.

”

Pessoas com deficiência

Estabelecemos compromissos e desenvolvemos ações para a inclusão de pessoas com deficiência. Promovemos a diversidade e a inclusão de maneira ampla, desde a interação externa – com comunicações e processos de recrutamento e seleção inclusivos – até a incorporação desses profissionais no dia a dia da Companhia, por meio da integração, treinamentos e ações de engajamento, com igualdade de oportunidade de desenvolvimento e crescimento. Nos engajamos no combate ao preconceito que leva ao capacitismo (preconceito em relação à pessoa com deficiência).

Em 2021, intensificamos nossas parcerias com consultorias externas especializadas e instituições, buscando ampliar e fortalecer nossas ações. É o caso, por exemplo, da *Specilisterne*, uma consultoria contratada para acompanhamento e orientação de lideranças e colaboradores(as) com espectro autista, despertando o diálogo e o respeito às singularidades. Esse ano também reforçamos na nossa **Semana da Diversidade**, que contou com palestras retratando a importância de se eliminar barreiras (física, arquitetônica, tecnológica e atitudinal) para que as Pessoas com Deficiência possam exercer suas atividades e desenvolverem a sua carreira da melhor forma possível.





Em agosto de 2021, realizamos uma pesquisa *on-line* junto aos(as) colaboradores(as) – lideranças e a equipe de recursos humanos – para identificação e análise de melhores práticas e uma melhor compreensão do nosso cenário interno. Assim, tivemos um diagnóstico que está sendo utilizado como base para o fortalecimento das ações focadas para este público, no nosso **Programa de Inclusão de Pessoas com Deficiência**.

Também elaboramos uma **Instrução Normativa** para o direcionamento referente à contratação, inclusão e desligamento da pessoas com deficiência. A Instrução é um documento interno elaborado com o objetivo de normatizar e orientar os processos necessários que devem ser realizados para a contratação e inclusão da pessoa com deficiência na empresa. Em conformidade com o cumprimento da legislação (Lei 8.213/91 – Lei de Cotas) e alinhados à Política de Diversidade e Direitos Humanos, Código de Ética e Valores da Cultura Ser Assaí é Assim, o documento possibilita que as áreas, liderança, RH e todos(as) os(as) colaboradores(as) – com e sem deficiência – entendam suas responsabilidades frente à inclusão, desde o momento da contratação e integração até o desenvolvimento e evolução na carreira.

A consolidação das nossas ações para inclusão das pessoas com deficiência permite com que, desde 2017, tenhamos em nosso quadro de colaboradores(as) uma quantidade **superior** ao exigido por Lei: 5,4% (dez/21).

Em um ano, **aumentamos** em mais de 600 o número de pessoas com deficiência, chegando a 3,2 mil colaboradores(as) deste grupo em 2021, o que reforça o nosso compromisso com a inclusão, desenvolvimento e igualdade de oportunidade para todos(as).

Raça

Durante a **Semana de Diversidade**, distribuímos para todos(as) os(as) nossos(as) colaboradores(as) - em formato *on-line* e impresso – **o Manual Antirracista do Assaí**, com o objetivo de ampliar consciência e o conhecimento a respeito da temática étnico/racial e os diferentes tipos de racismo, promover letramento racial e gerar atitudes e comportamentos antirracistas entre a Nossa Gente. O Manual é leitura obrigatória para todos(as) os(as) novos(as) colaboradores(as) no **Programa de Integração Seja Bem-Vindo(a)**.

Em novembro, promovemos o **Mês da Consciência Negra**, com o objetivo de fortalecer o tema racial entre a Nossa Gente, refletindo a nossa cultura de equidade e inclusão e gerando conhecimento, engajamento e transformação no ambiente de trabalho. Realizamos *lives* com a participação de especialistas no tema e com pessoas reconhecidas na sociedade pelo seu posicionamento frente ao combate à discriminação racial, representatividade, branquitude e colorismo e violência contra mulher negra. Durante todo o mês, disseminamos conteúdos sobre letramento racial, combate à discriminação e valorização da raça negra. Na Universidade Assaí, dedicamos uma página exclusiva ao tema, com treinamentos, guias, dicas de livros e filmes. Além disso, lançamos o curso *on-line* Barreiras Invisíveis: Vieses inconscientes para toda a Nossa Gente.





Em 2021, desenvolvemos a nossa **Política de Equidade Étnico Racial**, com o objetivo de dar transparência ao posicionamento do Assaí e oferecer diretrizes de atuação diante do tema étnico racial a todos(as) os(as) nossos(as) colaboradores(as), prestadores(as) de serviços, fornecedores(as), ou qualquer outro público de relacionamento, presentes em nossas unidades de negócios. A Política apresenta também definições e orientações de papéis e responsabilidades de líderes e não líderes, além de diretrizes de comportamentos esperados e comportamentos não tolerados.

Em 2021, **treinamos** lideranças, equipe de prevenção de perdas, serviços e atendimento ao Cliente em vieses inconscientes, letramento racial, combate a discriminação, protocolos de atendimento e como evitar abordagens indevidas junto aos clientes. Mais de 23 mil horas de treinamento com 11 mil participações.

Realizamos o terceiro **workshop para fornecedores(as)** que nos prestam serviço de apoio (segurança, limpeza, estacionamento, vigilância, refeitório) e tratam diretamente com nossos(as) colaboradores(as), clientes e demais fornecedores(as), para alinhar as nossas políticas e práticas referentes à Diversidade – com um olhar direcionado para a pauta racial. O encontro teve participação de líderes das principais áreas corporativas que suportam o tema como Sustentabilidade, Ouvidoria, Jurídico, Prevenção de Perdas, Central de Compras, Auditoria Interna, Diversidade e também contamos com a participação de consultores do ID_BR (Instituto de Identidades do Brasil) abordando vieses inconscientes e letramento racial, e de representante da Universidade Zumbi dos Palmares tratando do racismo e protocolos seguros de atendimento e abordagem aos(às) clientes.



SIM À IGUALDADE RACIAL

Aderimos, em 2021, ao selo “Sim à Igualdade Racial” – nível Compromisso, do **Instituto Identidades do Brasil – ID_BR**. Uma importante iniciativa para fortalecer o compromisso e posicionamento do Assaí como uma empresa que combate a discriminação, respeita os direitos humanos e valoriza a Diversidade Racial, e continuar avançando para que a Nossa Gente sempre tenha orgulho de ser quem é em nossas lojas, CDs e escritórios, e para que nossos(as) clientes possam se sentir respeitados(as) em nossas unidades.



Wellington Rodrigues Mendes (Tom Mendes)
diretor Administrativo e Financeiro do ID_BR

“

O Assaí hoje é uma das principais empresas aderentes ao Selo “Sim à Igualdade Racial”, que basicamente é o reconhecimento público atrelado ao planejamento estratégico para uma jornada antirracista. O time do Assaí tem feito um trabalho incrível e muito forte nas lojas, sendo a companhia que mais ofereceu treinamentos internos entre as empresas que acompanhamos. O Assaí é um parceiro que tem se engajado continuamente na causa e sabemos o quanto isso influencia internamente e toda a sua cadeia de valor. Estamos juntos dando passos grandes, porém, a caminhada é longa e de muito trabalho. É um prazer ter uma marca transformadora e empregadora ao nosso lado nessa jornada e é perceptível o comprometimento do Assaí na pauta de Diversidade & Inclusão. Certamente estaremos cada vez mais juntos na transformação do Brasil que queremos e precisamos.

”

OUTROS PROJETOS RELEVANTES

A diversidade Cultural e Religiosa também foi debatida em 2021, por meio do lançamento de um **Guia** em formato digital na plataforma da Universidade Assaí. O guia aborda a importância do respeito a todas as culturas, religiões e crenças, com orientações de relacionamento e comportamento, para que todos(as) possam estar alinhados(as) ao que esperamos em relação à Cultura, Crença e Religião. O lançamento ocorreu na Semana do dia Internacional da Tolerância, quando também divulgamos a *Websérie* de Diversidade e Inclusão, que trata do tema, entre outros debates sobre a diversidade.





Engajamento da Nossa Gente

Acompanhamos atentamente as questões relativas ao clima organizacional e manutenção do alto engajamento entre os(as) colaboradores(as), parte relevante para o bem-estar emocional e saúde mental de nossos(as) colaboradores(as).

É realizado o acompanhamento de diversas temáticas e satisfação dos(as) colaboradores(as) a partir da pesquisa de engajamento **Fale na Boa** – com periodicidade bienal, mensura engajamento e clima organizacional, questões com a liderança, satisfação com relação aos benefícios, além de uma visão do(a) colaborador(a) sobre oportunidades e carreira.



EVOLUÇÃO DO NÍVEL DE ENGAJAMENTO DOS(AS) COLABORADORES(AS) NOS ÚLTIMOS ANOS



Nossa metodologia considera o formato de censo, em que é realizada uma amostragem populacional para aplicação da pesquisa. Em 2020, devido à pandemia da covid-19, a pesquisa foi aplicada a 50% dos(as) colaboradores(as) e consideramos o escopo de lojas e CDs, todos(as) os líderes e todos(as) os colaboradores(as) da área corporativa.

Dos pontos avaliados durante a pesquisa, três deles receberam maior pontuação: Carreira, Valorização e Reconhecimento/Benefícios, resultado alinhado às nossas ações para a valorização dos(as) colaboradores(as)

Em 2020 e 2021, nossos esforços foram voltados para o bem-estar e segurança dos(as) colaboradores(as). Além de investirmos mais de R\$ 3,9 milhões em itens de segurança para as equipes, como álcool em gel para funcionários, máscaras de proteção, luvas, óculos de segurança, materiais de limpeza e termômetros digitais, ativamos nossos canais de comunicação e promovemos *lives* com médicos para orientação de prevenção ao vírus.

Demais campanhas internas, que visam contribuir para o engajamento da Nossa Gente e são veiculadas nos canais de comunicação interna, como o Mural, TV e *E-mail* corporativo:

- **Construindo um Novo**

Tempo: Trata-se de um conceito institucional criado para orientar e informar sobre o momento pós-cisão do GPA, que permeou por diversas ações durante o ano e capacitou os(as) colaboradores(as) aos novos termos e processos do Assaí. Criamos uma página exclusiva na Intranet, com atualização constante e cerca de 8.500 acessos. A ação teve como objetivo incorporar o “sentimento de dono do Assaí” aos(às) colaboradores(as), que já se sentem orgulhosos(as) em fazer parte deste momento tão importante para a nossa Companhia e permeou por todas as ações de reconhecimento ao longo do ano, como o Dia das Mães e o Dia dos Pais.

Construindo
UM NOVO
tempo

#SomosTodosAssaí



● **Esse é o Nosso Assaí:** Campanha de engajamento e incentivo exclusivamente para o time das lojas e CDs. Por meio de ações como concurso de paródia e compartilhamento de histórias de colaboradores(as) que cresceram junto com o Assaí, reforçamos a “Paixão por que fazemos”, valor da cultura organizacional. Também foi divulgado e realizado o acompanhamento do atingimento de metas de vendas, reforçando o “Compromisso por resultado”, outro valor da cultura. Assim, ao fim da campanha foram distribuídas premiações para as unidades que atingiram metas e se superaram.

● **Programa Assaí Pensando em Você:** Programa que engloba iniciativas de reconhecimento de colaboradores, por meio de celebração de datas comemorativas e marcos de momentos fundamentais na carreira do colaborador.

Em 2021, para celebrar e reconhecer os(as) colaboradores(as) que são pais e mães no Assaí, os(as) presenteamos com mais de 30 mil itens, que estimularam a interação entre pais/mães e filhos(as). Também realizamos uma ação de Dia das Crianças, quando distribuimos mais de 30 mil brinquedos/presentes para os(as) filhos(as) de até 12 anos.

Além disso, o programa ainda sustenta ações como o Destaque do Mês, que elege mensalmente os(as) colaboradores(as) por seus comportamentos e atitudes alinhadas à cultura. Em 2021, foram quase 7 mil reconhecidos por todo Brasil.



● Campanha **#JuntosPelaExpansão:** O tema de crescimento e expansão já é abordado anualmente no Assaí e, em um ano que atingimos o marco de mais de 200 lojas, não seria diferente. Buscamos mostrar o quanto todas as áreas suportam a expansão, por meio de conteúdos que aproximam todos(as) os(as) colaboradores(as) ao tema e evidenciam que o crescimento do Assaí é o crescimento da Nossa Gente. Ao longo do ano, foram trabalhados e desenvolvidos conteúdos exclusivos em texto, imagem e vídeo na data das inaugurações, além de compartilhamento de depoimentos e ações valorização das lideranças das novas unidades e outras, exclusivas para o time dos escritórios. Tivemos 100% de transmissões ao vivo das inaugurações, aproximando o time do corporativo da realidade da operação.





Liberdade de expressão e associação

Procuramos sempre manter uma boa relação com os sindicatos de todas as regiões, por meio de negociações saudáveis – para a empresa e para os nossos(as) colaboradores(as) – buscando a aprovação e efetivação dos melhores benefícios e visando a qualidade de vida de toda a Nossa Gente.

Além disso, abrimos o diálogo para a manutenção e negociação dos acordos de benefícios, e da assinatura do acordo do **Programa de Participação nos Resultados**, para que nossos benefícios sejam sempre equiparados aos oferecidos pelo setor.

Nesse período de expansão, procuramos estabelecer o diálogo antecipadamente com as entidades sindicais em cidades que ainda não possuíam lojas Assaí. Atualmente, todos os(as) nossos(as) colaboradores(as) estão cobertos por um acordo coletivo ou uma convenção sindical.





3 UM NOVO TEMPO SE CONSTRÓI JUNTO DA SOCIEDADE



MEIO AMBIENTE

GRI 102-29

Nosso compromisso:
Combater as mudanças climáticas, inovando e aperfeiçoando a gestão ambiental de nossos negócios.



Queremos contribuir para construção de uma sociedade mais responsável e inclusiva com aperfeiçoamentos e inovações em nosso modelo de negócios. Este é o princípio de nossa estratégia de sustentabilidade. Como grande empresa do setor de comércio de alimentos, somos responsáveis pelo direcionamento de nossas atividades para garantir o desenvolvimento sustentável num cenário de aumento da demanda por recursos naturais e agravamento da crise ambiental.

**Assaí Goiânia
Independência (GO)**

Nossa operação é complexa e envolve grande quantidade de fornecedores(as) para garantir o melhor abastecimento de nossas lojas e atender às necessidades dos nossos(as) consumidores(as). Tendo a sustentabilidade como parte estratégica do nosso negócio, buscamos identificar, monitorar e diminuir vulnerabilidades e impactos ambientais na operação. Com isso, objetivamos criar estratégias para diminuir esses riscos e tornar as atividades mais responsáveis e adequadas ao enfrentamento da emergência climática, evoluindo em conscientização dos nossos públicos, incluindo práticas e processos que reforçam o nosso compromisso para além do cumprimento das legislações vigentes.





Nos comprometemos para além dos marcos normativos e regulatórios vigentes, como a Política Nacional do Meio Ambiente, Resoluções do CONAMA (Conselho Nacional do Meio Ambiente) ou das Secretarias de Meio Ambiente, além de acordos internacionais dos quais o Brasil faz parte.

Para enfrentar o grande desafio imposto pelas mudanças climáticas e alcançarmos as metas estabelecidas no Acordo de Paris, investimos fortemente na redução das emissões de GEE (Gases de Efeito Estufa). Procuramos ainda trabalhar conjuntamente com outros setores na busca por melhores práticas e processos, além de atuar em fóruns, iniciativas e compromissos voluntários e reconhecidos, como ETHOS, CDP, Pacto Global, entre outros.

No processo de gestão ambiental, procuramos identificar riscos e oportunidades da transição do clima, promovendo adaptações necessárias. Os riscos relacionados ao clima são monitorados pelo Comitê de Sustentabilidade – entre eles, mudanças climáticas, emissões de carbono oriundas de vazamento dos sistemas de refrigeração, impactos ambientais na cadeia de valor e desperdício de alimentos.

Entendemos que a implementação da Política de Gestão Ambiental é uma responsabilidade de cada um(a) dos(as) nossos(as) colaboradores(as), fornecedores(as), prestadores(as) de serviços, clientes e parceiros(as), independentemente de sua área de atuação ou nível hierárquico. Por isso, capacitamos e preparamos todos(as) para estabelecerem conosco um compromisso e para a adoção das práticas, compromissos e responsabilidades apresentados pela Política.

Estabelecemos quatro compromissos principais que orientam nossas ações. Eles se desdobram em planos de ação com metas, monitorados e aprimorados constantemente:

- 1** a redução das emissões de GEE (Gases de Efeito Estufa)
- 2** a redução da geração de resíduos
- 3** a garantia do uso sustentável dos recursos naturais
- 4** o respeito à biodiversidade





Mudanças climáticas

O combate às mudanças climáticas é o centro dessa estratégia, que exige aprimoramento contínuo de nossas práticas de gestão ambiental. A modernização dos nossos equipamentos, a busca por fontes de energia mais limpas e o aumento da eficiência energética são alguns de nossos compromissos transformados em ação.

Buscamos fazer a transição para um modelo de baixo carbono. Assim, estabelecemos a **meta de redução das emissões de carbono (escopos 1 e 2) da nossa operação em 30% até 2025 e 38% até 2030** (ano-base: 2015). A meta está atrelada à remuneração variável da média e alta liderança, que inclui CEO e diretores, além dos cargos de consultores, coordenadores e gerentes, de lojas, Centrais de Distribuição e matriz.

Trata-se de uma iniciativa para promover o engajamento e o comprometimento de todos(as) os(as) colaboradores(as) nos desafios da agenda ESG, que são transversais a todas as áreas. Além disso, estamos alinhados às políticas ambientais do Grupo Casino e aos objetivos globais definidos para 2030 e 2050, conforme as recomendações estabelecidas na COP21 e pelo IPCC (Painel Intergovernamental de Mudanças Climáticas).

Compromissos de longo prazo:

Para a tomada de decisões estratégicas, levamos em conta as externalidades geradas pelas emissões de GEE. Buscamos reduzir as nossas emissões de carbono por meio da adoção de boas práticas. Queremos reduzir em termos absolutos as emissões diretas e indiretas. Gerenciamos riscos e oportunidades relativos aos aspectos físicos e de transição da mudança do clima.

NOSSOS COMPROMISSOS

- Reduzir, em termos absolutos, nossas emissões diretas e indiretas de GEE (escopos 1 e 2) meta de 30% até 2025 e 38% até 2030 tendo como ano-base 2015.
- Reduzir, em termos absolutos, nossas emissões fugitivas provenientes de gases refrigerantes, em linha com a Emenda de Kigali ao Protocolo de Montreal.
- Identificar e gerenciar os riscos e as oportunidades provenientes dos aspectos físicos e de transição da mudança do clima, atuando nas nossas vulnerabilidades, nos adaptando às mudanças do clima.
- Quantificar, auditar e considerar em nosso processo decisório as externalidades geradas pelas emissões de GEE da empresa.
- Aperfeiçoar a logística e o transporte visando a redução da poluição atmosférica e do uso de combustíveis fósseis, reduzindo as nossas emissões de GEE.
- Promover e incentivar a inovação tecnológica, especialmente em Marcas Exclusivas para a redução resíduos e embalagens.
- Promover e incentivar a concepção de novos produtos, serviços e/ou modelos de negócio que possibilitem a redução nas emissões de GEE.



EMISSÕES FUGITIVAS

Consideramos como risco relevante a predominância do uso de R-22 em parte significativa do parque de lojas do Assaí nos sistemas de refrigeração. Pensando nisso, em 2021, **investimos na realização de um diagnóstico profundo da utilização dos fluidos refrigerantes em nossa operação, considerando contexto regulatório, o seu impacto ambiental e projeção de expansão de novas lojas**, culminando em recomendações estratégicas e um *roadmap* de transição de tecnologias. Este plano foi apresentado e aprovado em 2021 pelo Comitê de Governança Corporativa e Sustentabilidade, vinculado ao Conselho de Administração, e a implementação – que tem um plano de longo prazo – já se encontra em curso. Em 2021, por exemplo, avançamos na substituição do fluido R-22 por gases menos agressivos. É o caso da substituição (*retrofit*) de sistemas antigos de refrigeração por *chillers* que não operam com o R-22, em 10 lojas do parque atual. Essa troca nos permitirá utilizar gases de menor impacto ambiental e também resultará em redução de energia devido à contenção térmica, melhoria na exposição de mercadorias, além de menor custo para manutenções.

Também temos implementado em parte das novas lojas os sistemas transcíticos e subcríticos, que já somam 22 lojas no Assaí, e utilizam gases naturais, – opções que, além de substituir os gases refrigerantes artificiais por um fluido natural, também proporciona uma otimização energética das lojas. Além disso, contamos com uma equipe especializada em ações preventivas de “caça-vazamentos” nas casas de máquinas, balcões e câmaras das lojas.

A equipe visita as lojas periodicamente, detectando possíveis vazamentos e realizando a manutenção adequada. As ações realizadas em 2021 já resultam em uma sinalização de redução das emissões fugitivas provenientes dos gases refrigerantes no Assaí, com uma diminuição de 15% em comparação a 2020 (janeiro a dezembro).



Jean Carlos Marques,
coordenador de
Manutenção -
Operações no Assaí

“

O Assaí tem investido em tecnologias de ponta no sistema de refrigeração que utilizam gases refrigerantes naturais, tal como o CO₂, aliado à automação moderna e de melhor eficiência energética. A Companhia também tem investido em equipamentos remotos e ilhas com gases menos agressivos. Além disso, a manutenção do Assaí promove constantes ações de combate a vazamentos no seu parque mais antigo de lojas, conseguindo, com isso, a diminuição cada vez mais eficiente da emissão de gases.

”



EFICIÊNCIA ENERGÉTICA E HÍDRICA

O uso responsável de recursos, como água e energia, é fundamental para a gestão de impactos negativos do negócio. Por isso, procuramos aprimorar a eficiência hídrica e energética de nossas operações e em nossa cadeia de fornecimento, estimular e aumentar a utilização de energia de fontes renováveis e autogeração, adotar critérios de sustentabilidade na concepção física de novas lojas, buscando a eficiência no uso de energia, consumo consciente de água e utilização responsável dos materiais nas instalações.

Nossas novas lojas já são construídas considerando impacto ambiental e ecoeficiência. Nesses pontos, a iluminação é 100% LED, as ilhas de congelados e refrigerados dispõem de portas e as fachadas são feitas de vidros e telhas translúcidas, que aproveitam de modo mais eficiente a luz natural, contribuindo para a diminuição do consumo de energia.

Nas lojas mais antigas, a alteração para iluminação LED já está sendo realizada juntamente com a automatização dos sistemas de ar condicionado com implementação de sensores que permitem regulagem e desligamento automáticos do sistema nos casos em que a temperatura está adequada. Em 2021, 27 lojas tiveram sistemas de climatização automatizados instalados, totalizando 117 unidades, o que permite a redução do consumo de energia e a redução da emissão de gases no Escopo 2.

Também iniciamos um projeto piloto de eficiência hídrica em 16 lojas, que prevê a avaliação das instalações e substituição de equipamentos para evitar vazamentos e redução de vazão. Sistemas de telemetria foram instalados para identificar em tempo real o nível de consumo, identificação de vazamentos e correção do problema.

Sobre o engajamento e conscientização de nossos públicos internos com relação ao tema de consumo de energia elétrica com responsabilidade, em 2021 reforçamos as diretrizes através da campanha Consumo Consciente de Energia e Água. Lançada em maio de 2021, a campanha tem por objetivo incentivar as lojas a adotarem boas práticas de consumo de energia e água. A metodologia implantada no projeto busca renovar constantemente a cultura de consumo consciente junto aos(as) colaboradores(as), o que contribui para a redução de consumo e custos com eletricidade, além de reduzir as emissões relativas ao escopo 2. O objetivo é manter as ações de orientação, engajamento e monitoramento de forma contínua no dia a dia dos(as) colaboradores(as).

**Nossas novas lojas
são construídas
considerando impacto
ambiental e ecoeficiência**





Entre as iniciativas previstas para o alcance da meta de mudanças climáticas, além de aprimorar as tecnologias implementadas referentes a gases refrigerantes, promovemos a **migração de todo o nosso parque de lojas para o Mercado Livre de Energia (ou Ambiente Livre de Contratação - ACL)**². Diferentemente do modelo convencional de aquisição, onde o abastecimento é feito pelo Sistema Interligado Nacional (ou Grid), o Mercado Livre de Energia dispõe de um ambiente competitivo de negociação que possibilita ao(à) cliente tratar de forma mais personalizada as condições de aquisição da energia.

Além da economia financeira, há também o benefício ambiental pela contratação de energia incentivada, como solar, eólica, pequenas centrais hidrelétricas e biomassa. O Assaí iniciou a migração de suas lojas para o Mercado Livre em 2019. Somente em 2020, 116 lojas foram migradas para este modelo de contrato e, em dezembro de 2021, chegamos a 194 lojas migradas, 92% do total de lojas de 2021 (212 lojas).

Além disso, a iniciativa de migração ao Mercado Livre também está atrelada à redução de consumo de óleo diesel, uma vez que este combustível é utilizado nos geradores de energia, que são geralmente acionados nas unidades em horários de ponta (períodos do dia em que existe maior demanda de consumo). Ao migrar para o ambiente livre de contratação, retira-se a necessidade de acionar os geradores, resultando em menor consumo de diesel e, conseqüentemente, menor nível de emissões de GEE, escopo 1. Em 2021, observamos uma redução de cerca de 50% nas emissões totais relativas a diesel, em comparação ao mesmo período do ano anterior.

2. A energia elétrica adquirida pelo Assaí, enquanto consumidor especial (igual ou superior a 500kW) dentro do Ambiente Livre de Contratação (Mercado Livre de Energia), está enquadrada na categoria de energia incentivada, com desconto de 50% na fatura (favorecida para fontes de energia verde, como solar, eólica ou de biomassa), nos termos das regras de comercialização da ANEEL (Agência Nacional de Energia Elétrica) para consumidor especial. Referências: § 5º do art. 26 da Lei nº 9.427, de 26 de dezembro de 1996; REN ANEEL 745 de 22.11.2016.

Investimos na instalação de usinas solares na cobertura das lojas, iniciativa que promove o aproveitamento de áreas inutilizadas e aumenta a independência do fornecimento da distribuidora local.

Destacamos também a nossa nova usina solar fotovoltaica, implantada na loja de Rio Verde (GO) – totalizando sete usinas em operação. São 2.160 painéis solares, com uma capacidade de autogeração de 1,1 GWh por ano. Além da redução do custo com aquisição de energia elétrica e o resguardo a possíveis crises de escassez hídrica/energética, o projeto contribui na redução nos custos da energia e na diminuição das emissões de gases de efeito estufa atreladas ao escopo 2.

**Nova usina solar -
Assaí Rio Verde (GO):
2.160 painéis solares
instalados**





Thales Russo,
Analista de Projetos
de Contas Públicas e
Eficiência Energética
no Assaí

“

O acompanhamento dos indicadores de redução de consumo de água e energia, aliado à campanha de consumo consciente nas lojas, possibilita elaborarmos padrões mais assertivos de ação. Nos ajuda, por exemplo, a ter uma previsão de custos relacionados a cada tema e um planejamento futuro para a aquisição otimizada de energia e redução de emissão de carbono. A cultura disseminada entre os(as) colaboradores(as), também poderá refletir na casa de cada um(a), pois boa parte dos métodos compartilhados podem ser aplicados também em suas residências. Esse movimento em massa poderá contribuir ainda mais com o meio ambiente, já que o consumo consciente reflete em toda a sociedade.

”

OTIMIZAÇÃO DA FROTA TERCEIRIZADA

O projeto otimização da frota e das rotas logísticas prevê a substituição de automóveis convencionais por veículos de maior capacidade de carga. Parte dos *trucks*, que antes carregavam 16 *pallets*, passam a transportar 18 *pallets*. As carretas também, que antes tinham suporte de 24 *pallets* estão sendo alteradas para uma carga de 30 *pallets*. Os rodotrens (biarticulados) também são uma alternativa mais eficiente e vêm sendo considerados para compor a frota otimizada. Com essas iniciativas, conseguimos evitar aproximadamente 70 mil quilômetros rodados por caminhões em 2021, e uma redução de 30 mil litros de combustível, o que representa cerca de 80 tCO₂ e evitados na atmosfera. Além disso, os veículos que fazem o abastecimento do Centro de Distribuição para as lojas também são escalados para coletar produtos nos(as) fornecedores(as) e abastecer as centrais, contribuindo para maior eficiência no fluxo de entregas e também ambiental.





GESTÃO DE RESÍDUOS

Compromissos de longo prazo:

- Reduzir nossa geração de resíduos por meio de boas práticas operacionais e princípios de economia circular,
- Engajar nossa cadeia de fornecimento para reduzir a geração de resíduos, bem como o descarte e a destinação de resíduos de suas operações para aterros.
- Reduzir o uso de embalagens e/ou de matérias-primas não recicláveis na fabricação das nossas embalagens e substituir, sempre que possível, por materiais recicláveis, compostáveis ou biodegradáveis.
- Fomentar atitudes mais sustentáveis de nossos(as) colaboradores(as), clientes e fornecedores, incentivando o consumo de produtos mais sustentáveis e a correta destinação de resíduos.
- Adotar práticas de incentivo à coleta seletiva em nossas operações e revisão das políticas de embalagens de nossas marcas exclusivas.
- Incentivar o desenvolvimento de inovações que fomentem a economia circular na cadeia de valor.
- Trabalhar setorialmente e em conjunto com o poder público, para fortalecer legislações e práticas de redução de resíduos e aprimoramento da cadeia de reciclagem.

Nossa Política de Gestão Ambiental apresenta os princípios, compromissos e diretrizes que orientam nossa atuação e a conduta de nossos(as) colaboradores(as) e prestadores(as) de serviço quanto à sustentabilidade e gestão ambiental, incluindo o gerenciamento adequado dos resíduos gerados na operação. Além do cumprimento das exigências legais em todas as regiões, **buscamos continuamente reduzir o volume de resíduos gerados e garantir a correta separação, manuseio, acondicionamento e destinação final ambientalmente adequada**, que inclui os processos de reciclagem, compostagem e disposição final.

Todas as novas lojas já iniciaram sua operação com um processo de reciclagem implementado e, hoje,

100%
DE NOSSAS LOJAS

destinam seus resíduos recicláveis de maior volume - plástico e papelão - para a indústria de reciclagem





Uma forma de mensurar a efetividade da gestão de nossos resíduos é por meio da taxa de valorização de resíduos, que representa o volume de materiais gerados na operação que são desviados do aterro sanitário. O Assaí finalizou 2021 com a taxa de valorização de resíduos em 40%. Além disso, em termos de redução da geração total de resíduos, passamos a produzir uma média mensal de 12,35 kg por m² de loja, comparado aos 13,54 kg/m² de 2020. Essa diminuição equivale à redução de 8,8% de volume entre os períodos, o que demonstra eficiência operacional positiva na gestão de descarte de materiais, avarias e demais perdas.



Reduzimos a geração de resíduos com princípios de economia circular





LOGÍSTICA REVERSA

Sobre resíduos que não fazem parte da nossa operação, formamos parceria com empresas e/ou cooperativas que possibilitam a operacionalização das nossas Estações de Reciclagem, responsáveis por fomentar a reciclagem através da logística reversa e estimular práticas mais conscientes junto aos(às) nossos(as) clientes. Nelas, o(a) cliente pode depositar seus materiais recicláveis (como papelão, plástico, vidro, metal e resíduos eletrônicos) em pontos de coleta específicos, que contam com parcerias de diversas entidades gestoras de determinadas classes de resíduos, inclusive os perigosos (pilhas, baterias e lâmpadas), que são altamente contaminantes do solo e da água. Como forma de estimular clientes à prática da reciclagem, também realizamos parcerias junto a concessionárias de energia, revertendo o volume de resíduos coletado em descontos na fatura de energia residencial. Em 2021, chegamos a 38 lojas do Assaí com a presença de uma Estação de Reciclagem (seis a mais que em 2020), atingindo 12 Estados do país.





Fomentamos a logística reversa a partir de iniciativas de reciclagem junto a parceiros(as).



Em 2021, devido a decretos locais, algumas Estações ainda tiveram suas atividades paralisadas em parte do ano – o que impactou, de certa forma, no ritmo de coletas e engajamento do público participante. Parte das Estações paralisadas foram reestabelecidas ainda em 2021, porém a continuidade da pandemia continua impactando o projeto em algumas regiões.



PROGRAMA CONTRA O DESPERDÍCIO DE ALIMENTOS: DESTINO CERTO

Como principal ação de combate ao desperdício de alimentos – com impacto social e ambiental – mapeamos e estabelecemos parcerias com instituições sociais de bancos de alimentos, para receberem doação de FLV (Frutas, Legumes e Verduras) que não estão esteticamente atraentes para venda, mas que estão totalmente adequados para o consumo. O aproveitamento desses alimentos ajuda a diminuir o impacto ambiental (evitando a destinação de novos volumes para o aterro sanitário), e também está alinhado à nossa agenda de responsabilidade social (contribuindo como complemento alimentar e nutricional de parte da população em situação de grave insegurança alimentar). Em 2021, como forma de expandir e fortalecer as ações nesse projeto, estabelecemos parceria com a *Connecting Food*, empresa que nos auxiliará a conectar os alimentos de FLV das lojas às outras instituições que procuram e necessitam desses recursos. Além disso, foram realizadas ações de engajamento para a retomada das doações em lojas que tiveram a logística e a operação do projeto impactadas pela pandemia. Com essas ações, já observamos uma **evolução nos resultados, com aumento de 10% no volume total doado em 2021, em comparação ao mesmo período do ano anterior.**



Alcione Silva,
CEO da
Connecting Food



Hoje, é desperdiçado mais de um terço dos alimentos produzidos no mundo. A Connecting Food, empresa de impacto social, conecta alimentos ótimos para consumo, antes desperdiçados, às organizações da sociedade civil que atendem pessoas em vulnerabilidade social. Iniciamos a gestão inteligente de doações de alimentos em 38 lojas do Assaí, com a intenção de ampliar, consolidando o programa Destino Certo como um dos protagonistas na redistribuição de alimentos do varejo brasileiro. O Assaí, que tem a redução do desperdício como um de seus pilares estratégicos de sustentabilidade, nos inspira a aprimorar e fazer nosso trabalho cada vez melhor.





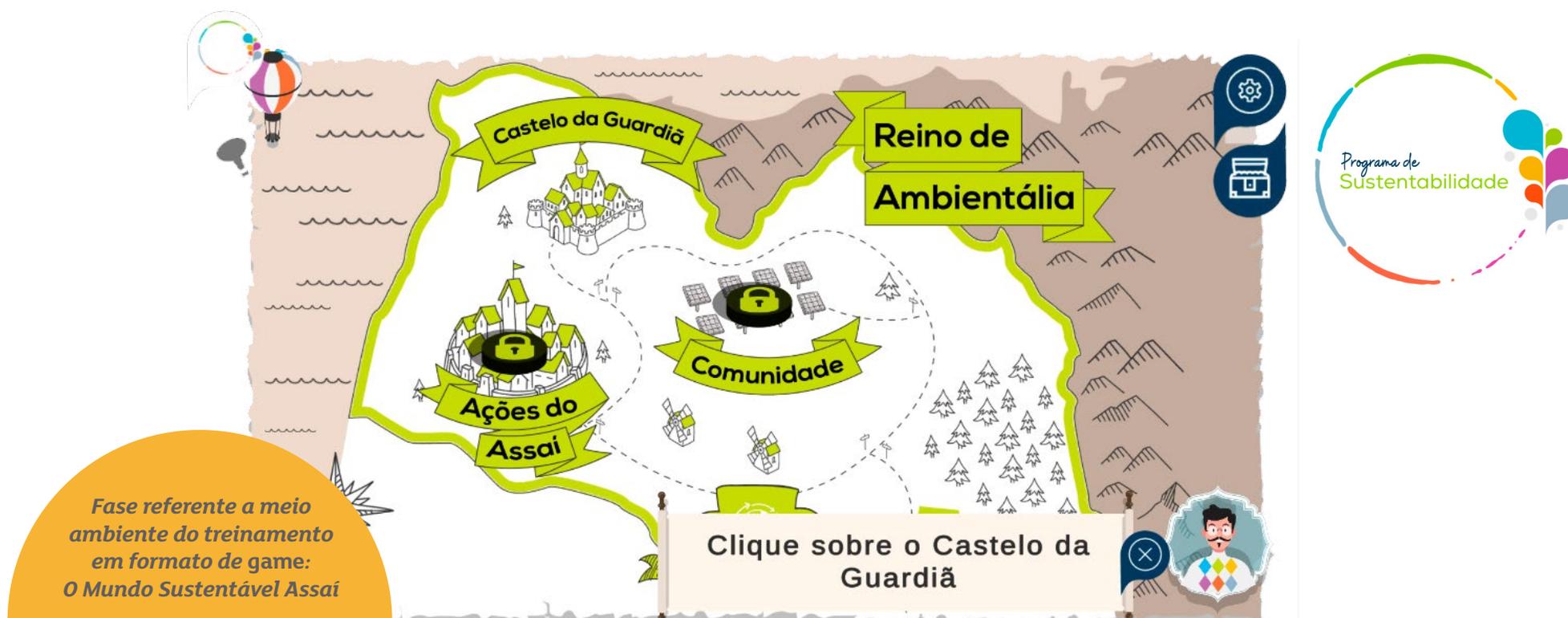
Educação ambiental

Informamos, sensibilizamos e engajamos nossos(as) colaboradores(as) e clientes através da comunicação em nossos canais internos e externos, com conteúdos que conscientizam e reforçam sobre o compromisso da Companhia sobre os temas ambientais, com referências a boas práticas e exemplos de ações e iniciativas que podem ser refletidas no dia a dia de todos(as).

Em 2021, por meio do Programa de Sustentabilidade, disponibilizado pela Universidade Assaí, capacitamos os(as) colaboradores(as) sobre nossas

principais ações que permeiam o pilar ambiental, com um *game* interativo voltado para o público geral. Nesse treinamento são abordados temas como consumo consciente, reciclagem, combate ao desperdício de alimentos, entre outros.

Para o tema de Mudanças Climáticas, realizamos um treinamento específico conduzido por consultoria externa especializada, com conteúdos mais técnicos, para tratar dos princípios do aquecimento global, refletir sobre os impactos causados pelo ser humano, entender a relação com a operação da Companhia, o que Nossa Gente já tem feito para reduzir estes impactos, e os principais desafios e oportunidades para o Assaí.





CADEIA DE VALOR

Nosso compromisso:
Coconstruir cadeias de valor comprometidas com o meio ambiente e as pessoas.



Atuamos em uma cadeia de valor rica e complexa, formada por inúmeros(as) fornecedores(as), dentre produtores(as), indústrias, empresas de distribuição e de serviços. Buscamos conhecer profundamente todos os elos da cadeia, aumentando a rastreabilidade e o processo de monitoramento e assim identificar e mitigar eventuais riscos socioambientais nas etapas de extração de matérias-primas e de produção, além de também contribuir para potencializar o impacto positivo. Nossos esforços são pela escolha de produtos que contribuam para uma oferta e consumo mais conscientes.

Nosso relacionamento com os(as) fornecedores(as) é guiado por padrões a serem seguidos em temas como: promoção dos direitos humanos, saúde e segurança do trabalho, segurança alimentar, práticas anticorrupção, proteção da biodiversidade e meio ambiente, que constam em nossa Carta de Ética para Fornecedores(as), Código de Ética, Política de Diversidade e Direitos Humanos, Política de Gestão Ambiental, Política Socioambiental de Compras de Carne Bovina. As Políticas e Compromissos dos Assaí estão [disponíveis aqui](#). 

Marcas exclusivas

Além deste trabalho realizado junto à nossa cadeia, temos um foco estratégico nos(as) nossos(as) fornecedores(as) de produtos de Marcas Exclusivas. Com processos, procedimentos e normas aprofundadas e rigorosas, buscamos identificar e mitigar os riscos socioambientais, e ainda reconhecer e estabelecer relações comerciais com fornecedores(as) de excelência, com as melhores práticas.





Valorização e reconhecimento

Em 2021, lançamos o **Prêmio Log Assaí**, que objetiva valorizar a eficiência logística dos nossos(as) fornecedores(as). Desta forma, aprimoramos a gestão mensal de indicadores e reconhecemos a prestação dos serviços com a qualidade, agilidade e excelência. A primeira edição do prêmio contou com a participação de 25 fornecedores(as) que foram avaliados(as) pelos critérios:

No show: cumprimento dos agendamentos de entregas

In Full: entrega de itens agendados e nas quantidades previstas

Fill Rate: entrega de 100% do que foi comprado

Os premiados, divulgados em 2022, foram:



Desenvolvimento sustentável

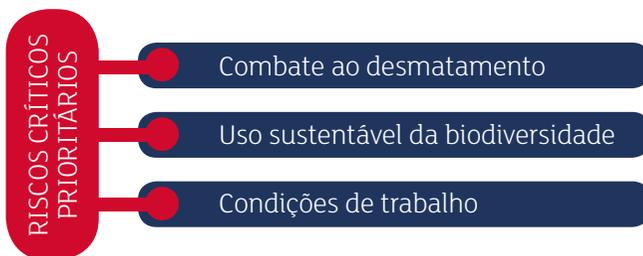
GRI 102-16, 102-17

GESTÃO DE RISCO DE CADEIAS CRÍTICAS

O Assaí, ciente de seu papel no mercado brasileiro, busca ser um agente transformador da sociedade. Em linha com nosso propósito de tornar as cadeias de fornecimento mais responsáveis e sustentáveis, buscamos colaborar com a mitigação de riscos sociais e ambientais e construir uma relação de confiança com nossos(as) clientes e partes interessadas, buscando conhecimento e desenvolvimento em todos os elos e com todos os atores.

Em 2021, atualizamos o estudo de cadeias críticas, que tem como objetivo identificar uma matriz de risco socioambiental da cadeia de valor, relacionando matérias-primas e riscos (como condições de trabalho, bem-estar animal, desmatamento e biodiversidade). Foram mapeadas 28 cadeias mais críticas a partir de riscos socioambientais nas etapas de cultivo, produção ou transformação dos produtos que vendemos em nossas lojas. A partir de uma priorização, foram contempladas 14 cadeias adicionais em comparação às cadeias do primeiro estudo, realizado em 2018. Contemplamos também questões de biodiversidade, com abordagem de impactos em extração sustentável e extinção de espécies. Ao fim, foram priorizadas 13 cadeias/categorias de produtos.

Para alcançar esse resultado, a revisão passou por uma análise de dados internos e externos (fontes públicas e documentos) das cadeias primárias que permitiu cruzar os níveis de riscos sociais e ambientais com relevância desses produtos/categorias em relação ao volume e origem de compras de produtos associados a essas cadeias, categorizando-as em baixo, médio e alto.



O desdobramento dessa matriz se dá a partir do direcionamento, estratégia e plano de ação para cada uma das cadeias identificadas e priorizadas. São definidas ações, diretrizes e ações de aprofundamento do diagnóstico sobre a situação e oportunidades de cada uma delas – sempre em conjunto com nossos times internos, especialistas e fornecedores(as). A partir das ações, buscamos processos mais robustos de desenvolvimento, homologação, rastreabilidade e monitoramento. Todas essas ações e iniciativas são executadas a partir do estabelecimento de metas, KPIs, acompanhados por grupos internos, especialistas e pelo Comitê de Sustentabilidade do Assaí.

Nosso compromisso é promover a proteção e o respeito ao meio ambiente e à biodiversidade, respeito às pessoas e a garantia da promoção aos direitos humanos em toda cadeia de valor. **Focamos em três aspectos prioritários: Condições de trabalho adequadas, Combate ao desmatamento e Uso responsável da biodiversidade.** Por meio da [Carta de Ética](#) para Fornecedores(as), parte integrante dos contratos de fornecimento, procuramos garantir que nossos(as) clientes adquiram produtos provenientes de condições de trabalho dignas e justas, e de locais que não tragam impactos ao meio ambiente. O documento formaliza regras e diretrizes sobre respeito aos direitos humanos, jornada de trabalho, saúde e segurança, práticas anticorrupção e meio ambiente. Com ela, buscamos assegurar que os produtos comercializados em nossas lojas sejam oriundos de fornecedores que cumprem a legislação em geral, princípios, regulamentações e normas específicas, além dos compromissos do Assaí.

Queremos ser um agente transformador na cadeia de valor, conscientizando fornecedores(as) e parceiros(as) a respeito de nossas responsabilidades conjuntas, compartilhando conhecimento e orientando-os(as) por meio de nossas políticas para o combate ao desmatamento, uso responsável da biodiversidade e condições de trabalho adequadas.

Para isso, em 2021 realizamos um *workshop* envolvendo 60 fornecedores(as). Juntos, discutimos temas referentes à Diversidade e Direitos Humanos, como vieses inconscientes, equidade de gênero, igualdade racial, gerações e pessoas com deficiência, além de apresentar cases com as tendências e melhores práticas do mercado.



Combate ao desmatamento

As florestas e a vegetação nativa fornecem serviços ecossistêmicos importantes para equilibrar o impacto das atividades humanas, assim como para promover a regulação climática do planeta e garantir o acesso à água (distribuição de chuvas que alimentam os rios). O desmatamento ou a conversão de vegetação nativa aumentam as emissões de gases de efeito de estufa, que contribuem para desencadear eventos climáticos extremos, que desestabilizam os ecossistemas e ameaçam a sobrevivência da humanidade, em especial de povos indígenas, populações tradicionais e mais vulneráveis, além de impactar as atividades econômicas.

O Assaí tem como compromissos combater o desmatamento e a conversão de vegetação nativa nas suas cadeias de abastecimento, promover a proteção dos biomas nativos e do patrimônio cultural brasileiro, e impulsionar o respeito à Declaração Internacional dos Direitos Humanos e dos direitos e do modo de vida dos povos indígenas, comunidades tradicionais e trabalhadores.

Identificamos como um dos temas prioritários para a gestão da sustentabilidade do nosso negócio o desenvolvimento das cadeias de fornecimento da carne bovina e do óleo de palma, pela representatividade que essas têm sobre os produtos que comercializamos. Há mais de dez anos, o Assaí vem evoluindo continuamente no desenvolvimento de políticas e processos de homologação e monitoramento de seus(as) 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 organizada na implementação e evolução de melhores práticas socioambientais para essas cadeias.

CARNE BOVINA

A cadeia de fornecimento de carne bovina é composta por um conjunto complexo de atores, que estão envolvidos em diferentes etapas da produção de gado. O nosso principal objetivo é contribuir para a construção de uma cadeia livre de desmatamento por meio de políticas internas para abastecimento, processos estruturados e engajamento de todos os elos.

A categoria de carne bovina é relevante na nossa cadeia de valor. As lojas do Assaí comercializam carnes provenientes de fornecedores(as) de marcas nacionais, não havendo para a categoria qualquer marca própria da Companhia – 100% dos produtos de carne bovina oferecidos são de marcas de processadores e frigoríficos.

Desde 2016, o Assaí segue uma Política Socioambiental de Compra de Carne Bovina e um processo específico para homologar fornecedores, além de promover o monitoramento constante para garantir que os critérios definidos na política estão sendo cumpridos pelos(as) fornecedores(as).





A Política Socioambiental de Compra de Carne Bovina do Assaí visa garantir a transparência da cadeia produtiva e de fornecimento, abrangendo detalhes de percurso e origem desde a fazenda até o abate, para checagem de que o gado não tenha sido criado em áreas de desmatamento ou conversão de vegetação nativa.

Desde 2020, para que possam estabelecer relações comerciais com o Assaí, todos os frigoríficos são obrigados a adotar os critérios do protocolo unificado Boi na Linha (bioma Amazônia) e a demonstrar que estão em acordo com as legislações vigentes.

Todos estão comprometidos de que o processo de sua cadeia é:

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

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



Lisandro Inakake de Souza
Imaflora



O Assaí tem atuado, junto a frigoríficos e varejistas, como um dos codesenvolvedores da ferramenta e das soluções do Programa Boi na Linha, coordenado pelo Imaflora desde 2019, e realizado em parceria com o MPF. Desde 2020, a empresa tem sido parceira na discussão sobre os desafios da implementação do Protocolo de Monitoramento de Fornecedores de Gado da Amazônia pelos frigoríficos fornecedores.

Em 2021, participou da elaboração do Protocolo de Monitoramento de Fornecedores de Gado do Cerrado e do Guia de Elaboração da Política de Compras de Carne Bovina do Varejo, tendo sido um dos painelistas dos *webinars* de lançamentos em setembro e outubro, respectivamente.

Ainda, é uma das empresas que têm apoiado nas discussões do Protocolo de Monitoramento de Fornecedores de Carne do Varejo com as principais partes interessadas, documento a ser lançado no primeiro semestre de 2022. O Assaí tem contribuído fortemente com a agenda no setor, demonstrando a transparência nos avanços e desafios para atingir uma cadeia responsável.





Etapas da Política Socioambiental de Compras de Carne Bovina

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

Essa etapa é válida para todos os produtos de carne bovina revendidos por nós, sejam fornecedores de marca nacional ou marca própria. Ambos devem se tornar obrigatoriamente usuários dos Protocolos do Projeto Boi na Linha e garantir que as fazendas diretas estejam cumprindo os 12 critérios requeridos no seu processo de compras de gado (veja mais na página 102). Durante o processo de homologação, os(as) fornecedores(as) precisam confirmar conhecimento e concordância com a nossa Política de Compra. Todo(a) o(a) fornecedor(a) de carne bovina de origem brasileira, *in natura* ou processada, resfriada ou congelada, deve:

- 1) Assinar a nossa Política Socioambiental de Compra de Carne Bovina (alinhada ao Protocolo Boi na Linha) e se comprometer com o seu cumprimento.
- 2) Comprovar ter ou contratar sistema exclusivo de rastreabilidade e de geomonitoramento via satélite e se comprometer a realizar análises socioambientais das fazendas com as quais tem interesse em estabelecer a compra dos animais para abate.

3) Cumprir as legislações e regulamentações vigentes, conhecer os valores e respeitar os princípios éticos estabelecidos no Código de Ética do Assaí, na Política de Diversidade, Inclusão e Direitos Humanos, e na Política de Direitos Humanos na Cadeia de Valor da Companhia.

4) Comprometer-se a passar as informações de origem de todas as fazendas, por lote enviado ao Assaí, por meio do nosso sistema de rastreabilidade.

5) Dar ciência e concordância de que as fazendas serão reanalisadas pelo Assaí (por sistema de geomonitoramento da Companhia). Em caso de suspeita de irregularidade, os frigoríficos precisam evidenciar o falso-positivo ou bloquear as fazendas.

6) Apresentar o Termo de Ajustamento de Conduta (TAC) com o Ministério Público Federal nos estados onde são aplicáveis.

7) Assegurar a qualidade de produtos de origem animal por meio do Serviço de Inspeção Federal (SIF).





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

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

Monitoramento da compra de boi pelo frigorífico – Os(as) fornecedores(as) de carne com abatedouro que fornecem ao Assaí, seja de marca própria ou de marca nacional, devem, desde 2017, ter um sistema próprio de geomonitoramento via satélite, que permite a verificação dos riscos socioambientais a partir da localização das fazendas e com o cruzamento de dados públicos.

Todos(as) os(as) fornecedores(as) que possuem atividade de abate devem utilizar essa ferramenta de geomonitoramento, independentemente da localização geográfica de sua(s) unidades(s). Devem também verificar se todos os lotes de gado comprados estão em aderência aos critérios da Política do Assaí. A escolha da ferramenta utilizada é do(a) fornecedor(a), mas deve garantir que o sistema aplique os mesmos critérios descritos na Política do Assaí e no protocolo Boi na Linha (veja mais na página 103).

Fica sob responsabilidade do(a) fornecedor(a), a gestão, o controle da origem e as análises socioambientais das fazendas, além da transmissão desses dados ao Assaí.

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



**Política
socioambiental de compra
de carne bovina garante a
qualidade do produto**



Rastreabilidade e transparência das informações de compra dos(as)

fornecedores(as) – A cada lote de compra do Assaí, os(as) fornecedores(as) devem inserir na ferramenta de rastreabilidade as informações sobre a origem direta do gado (dados da fazenda de origem, números dos lotes e frigorífico do abate). Além das informações socioambientais, também são coletadas informações de segurança e qualidade alimentar (padrão de corte, integridade da embalagem, rotulagem e data de produção).

Rechecagem da Análise socioambiental – Geomonitoramento Assaí

Para avaliar a aderência e a curacidade do processo de monitoramento realizado pelos(as) fornecedores(as) frigoríficos, o Assaí reanalisa os lotes de compra das fazendas originárias, verificando se estão em conformidade com os critérios estabelecidos com a Política e o protocolo Boi na Linha.

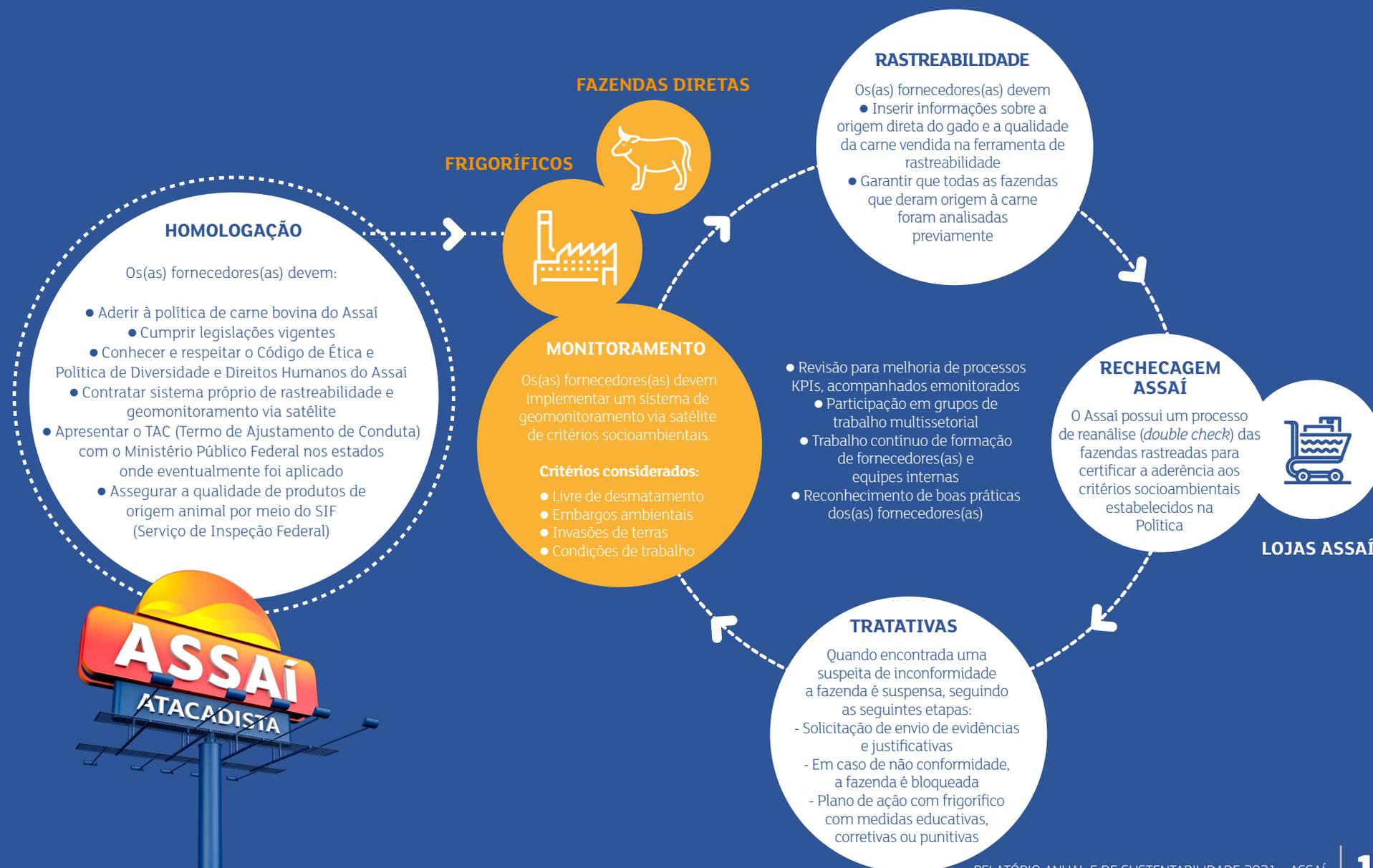
Esse processo de rechecagem (*double check*) verifica os mesmos critérios, sob a ótica do protocolo utilizado para todos os frigoríficos. Quando há suspeitas de não conformidade, a fazenda é suspensa e é solicitado ao (à) fornecedor(a) o envio de evidência de falso-positivo, para que as justificativas avaliadas pelo Assaí. Em caso de confirmação da não-conformidade, a fazenda é bloqueada e é feito um plano de ação com o frigorífico com medidas educativas, corretivas e/ou punitivas.

Tratativas – Todos os frigoríficos e processadores(as) devem atender integralmente à Política Socioambiental de Compras de Carne Bovina para se manterem como fornecedores(as) do Assaí. Aqueles(as) que se negarem a cumprir os requisitos de implementação e/ou de monitoramento são passíveis de medidas de consequência, estando sujeitos(as) inclusive ao bloqueio e não fornecimento a nenhuma unidade de negócio da Companhia até a adequação. Desde 2017, 30 fornecedores(as) nacionais apresentaram não conformidades e foram bloqueados(as); desses, 4 atenderam aos planos de adequação e 26 continuam bloqueados(as) (*status* de 31 de dezembro de 2021).

Paralelamente a esse processo, fóruns internos com as diversas áreas envolvidas acompanham todos os indicadores de cada uma das etapas. A partir desses resultados, definimos os planos de ações de melhoria contínua que envolvem a realização de trabalho com fornecedores. A instância máxima de governança e monitoramento da política socioambiental de carne bovina é o Comitê de Sustentabilidade e Governança, órgão que assessoria o Conselho de Administração.



ETAPAS DA POLÍTICA SOCIOAMBIENTAL DE COMPRAS DE CARNE BOVINA





COLABORAÇÃO

Participamos também ativamente de grupos de trabalho na busca por soluções que envolvem os elos da cadeia de bovinos. Baseamos nossas ações e nossos 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
- Grupo de Trabalho dos Fornecedores Indiretos (GTFI)
- Grupo de Trabalho da Pecuária Sustentável (GTPS)
- Grupo de Trabalho da Carne na Coalizão Floresta Positiva do *Consumer Goods Forum* (CGF)
- *World Wildlife Fund* (WWF-BRASIL) - Plataforma para fornecedores de carne livres de desmatamento em suas cadeias de suprimento

O detalhamento pode ser encontrado na página 30.

Em 2021, participamos do desenvolvimento do “Guia de Elaboração da Política de Compra de Carne Bovina do Varejo”. O objetivo é auxiliar os(as) demais varejistas nesse monitoramento e, assim, garantir a uniformidade do mercado. O guia foi elaborado pela Imaflora, com o apoio do Ministério Público Federal, com a contribuição de aprendizados e políticas do Assaí.

No ano, finalizamos nossa participação, em parceria com a Colaboração para Florestas e Agricultura (CFA), no *Hub* de Desenvolvimento de Cadeias Livres de Desmatamento, que visou engajar nossos(as) fornecedores(as) de carne bovina na adoção de práticas mais sustentáveis. O objetivo foi promover a cooperação para preservar as florestas e incentivar a cadeia da carne livre de desmatamento. O *Hub* realizou trabalho de diagnósticos com quatro frigoríficos parceiros do Assaí, para a elaboração, com cada um deles, de um plano de implementação de melhorias para uma cadeia livre de desmatamento e conversão de vegetação.

Grupo de Trabalho de Carne da Coalizão Floresta Positiva do *Consumer Goods Forum*

Dada a complexidade da cadeia produtiva da carne bovina e a quantidade de atores envolvidos, o Grupo Casino e o Assaí acreditam que soluções colaborativas são necessárias para uma atuação mais efetiva. Assim, o Grupo Casino co-lidera o Grupo de Trabalho da Carne Bovina criado pela Coalizão Floresta Positiva do *Consumer Goods Forum*, que 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(as) em seus fornecedores(as) brasileiros.

Em 2021, o Casino participou e co-organizou mais de dez reuniões do Grupo. 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 bioma da Amazônia e Cerrado. No início de 2022, o objetivo é publicar 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.

Além disso, o Grupo de Trabalho implementou uma série de webinars intitulados “Jornadas de Aprendizado” para conscientizar os(as) membros(as) da Coalizão e seus(uas) fornecedores(as) de carne sobre os principais desafios e soluções para melhorar os processos de monitoramento das fazendas e apoiá-los(as) nas melhores práticas. Os *webinars* foram desenvolvidos em parceria com o Programa *Beef Toolkit*, financiado pelo *Global Environment Facility* (GEF).



RESULTADOS

- 22** fornecedores ativos em 31/dez/2021
- 10.133** fazendas diretas foram reanalisadas (*double-check*) de acordo com os critérios socioambientais do Assaí (Sistema de Geomonitoramento)
- 100%** dos fornecedores diretos de carne bovina em conformidade com a Política Socioambiental de Compra de Carne Bovina do Assaí
- 100%** dos frigoríficos com sistema exclusivo de geomonitoramento e rastreabilidade
- 30** fornecedores de carne apresentaram não conformidades e foram bloqueados (de 2017 até 31/dez/2021)
- 4** fornecedores que foram bloqueados, mas apresentaram planos de ação retomaram a fornecer ao Assaí (de 2017 até 31/dez/2021)
- 26** fornecedores permanecem bloqueados (de 2017 até 31/dez/2021)

COMPROMISSOS

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

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



Sergio Schuler,
presidente do GTPS

“

O Assaí participa de maneira ativa do Grupo de Trabalho da Pecuária Sustentável (GTPS), da Mesa Brasileira da Pecuária Sustentável. Em 2021, esteve presente nas discussões relacionadas à rastreabilidade, ao monitoramento e aos demais assuntos relevantes para a cadeia de produção da carne bovina, e também passou a integrar nosso Conselho Diretor. Como destaque especial no período, o Assaí assinou o Compromisso Público, comprometendo-se com o desenvolvimento da sustentabilidade na pecuária brasileira. Seguimos em 2022 com essa relevante parceria, juntos(as), em busca de uma pecuária cada vez mais sustentável!

”



Direitos humanos: condições de trabalho

👉 Nossa **Política de Diversidade e Direitos Humanos** busca criar condições para a formação de uma cultura livre de discriminação e de valorização do respeito e da igualdade de oportunidades. Nos pautamos nos princípios internacionais de direitos humanos, conforme a Declaração Universal das Nações Unidas, convenções da OIT (Organização Internacional do Trabalho), os ODS (Objetivos de Desenvolvimento Sustentável) e a Convenção Internacional sobre Direitos da Criança, entre outros. Desta forma, procuramos garantir os direitos de todos os seres humanos independentemente de sua origem, condição social, raça, religião, sexo, e nos comprometemos a respeitá-los também em nossa cadeia de valor.

Nossa política considera o cumprimento de parâmetros de direitos humanos nas relações de trabalho – tanto em nossas unidades quanto em nossa cadeia de valor. Consideramos temas como proibição do trabalho infantil e proteção dos direitos da criança e do adolescente, proibição de trabalho forçado ou análogo à escravidão, medidas disciplinares em caso de assédio e abuso, liberdade de associação sindical, negociação coletiva e mecanismos para reclamação, respeito às horas trabalhadas, aos salários e benefícios, garantia de local de trabalho seguro e saudável e segurança no local de trabalho.

Para fornecedores localizados em países de maior risco e de produtos de marca exclusiva, realizamos processo de auditoria de conformidade social dos fornecedores(as) por meio da ICS (*Initiative for Compliance and Sustainability*), para avaliar as condições de trabalho nas fábricas. De acordo com os resultados, estruturamos planos de ação específicos para cada fornecedor(a). Avaliados os resultados de conformidade, caso necessário, aplicamos a penalização adequada, que vai desde a solicitação de ajustes de conduta até a suspensão das relações comerciais. Em 2022 além das fábricas, vamos iniciar esse mesmo processo de auditoria no campo, priorizando as cadeias consideradas de maior risco.

HOMOLOGAÇÃO

Para garantir a aderência às diretrizes do Assaí, antes do início da relação comercial, os(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 Políticas Públicas e Trabalho) e de embargos do Ibama (Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis). A presença nessas bases de dados significa a reprovação automática, não sendo permitido o fornecimento ou prestação de serviço ao Assaí.

Além disso, todo(a) fornecedor(a) compromete-se a fornecer apenas produtos ou serviços em conformidade com a **Carta de Ética para Fornecedores(as)**, as Políticas e as normas internas da Companhia, assim como as leis e regulamentos locais aplicados ao exercício de sua atividade e as regras internacionais, quando cabível.





AUDITORIA DE HOMOLOGAÇÃO

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

Initiative for Compliance And Sustainability (ICS)

Somos associados à *Initiative for Compliance and Sustainability (ICS)* para a verificação das condições de trabalho. A metodologia prevê visitas às fábricas e análises de documentos, além da realização de entrevistas anônimas com colaboradores(as), com a abordagem dos seguintes temas: trabalho forçado; tráfico de pessoas e trabalhadores(as) imigrantes; trabalho infantil; liberdade de associação; direito à negociação coletiva; discriminação; saúde e segurança do trabalho; abuso e assédio; remuneração e benefícios; horas trabalhadas e extras.

Cada auditoria ICS emite um relatório com os pontos obtidos pelo(a) fornecedor(a) na avaliação. Essa pontuação determina se o fornecedor está apto a estabelecer a relação comercial com o Grupo, sendo da maior para a menor performance):

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



FLUXO DA AUDITORIA ICS

O PROCESSO DE AUDITORIA SEGUE AS SEGUINTE ETAPAS:





Certificação ABVTEX

Para a indústria têxtil, adotamos o mesmo procedimento, seguindo as normas da Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX). A entidade reúne representantes de redes nacionais e internacionais e é reconhecida por suas iniciativas em defesa do fornecimento responsável, o uso do trabalho digno e o combate à informalidade, entre outras frentes de atuação.

Juntos, a favor dos direitos humanos e da diversidade

Em 2021, por meio da Universidade Assaí, lançamos um treinamento específico sobre cadeias de valor sustentáveis, direcionado ao time

comercial. Desta forma, compartilhamos conhecimento e disseminamos nossas diretrizes e procedimentos. Entre os temas abordados estão os riscos relacionados aos direitos trabalhistas na cadeia de valor. Também realizamos campanhas de esclarecimento e conscientização sobre questões de gênero e raciais. Os(as) parceiros(as) de revenda passam por auditorias regulares em temas que se relacionam à diversidade, inclusão e direitos humanos.

Temos o compromisso de engajar outras empresas para a realização de ações afirmativas e treinamentos, de modo a combater a violência motivada por discriminação. Por isso, nos dispomos a promover uma agenda pela diversidade, inclusão e direitos humanos em particular no que se refere à não violência no setor de atacado.





COMUNIDADES

Nosso compromisso:
Ser um(a) agente mobilizador(a) para a promoção de oportunidades mais inclusivas e justas.



A nossa estratégia de atuação é construída para gerar impacto social positivo na sociedade, e por isso reforçamos **nosso propósito de promover oportunidades e caminhos de prosperidade para pessoas e comunidades.**

Isso só é possível a partir do fortalecimento da nossa relação com clientes, fornecedores(as), colaboradores(as) e organizações sociais do entorno de nossas lojas para uma atuação conjunta, como verdadeiros agentes de transformação.



Gestão de impactos (covid-19)

O ano de 2021 foi marcado por muitos desafios em relação ao cenário da pandemia causada pela covid-19, com o índice de incidência ainda alto no país, persistindo por todo o ano. Mantivemos todos os esforços para continuar a cumprir o nosso papel de comercialização de produtos essenciais para a alimentação e o bem-estar da população, apoiando clientes, colaboradores(as) e comunidades do nosso entorno e contribuindo para a segurança diante dos riscos ainda eminentes do vírus.

Preocupados com a segurança de colaboradores(as) e clientes, mantivemos ações e operações como: instalação de proteções de acrílico nos caixas e balcões; atendimento rigoroso aos protocolos de segurança nas lojas – como uso obrigatório de máscara, disponibilização de álcool em gel em diversos pontos da loja e medição de temperatura na entrada; sinalização para distanciamento de segurança nas filas dos caixas e balcões de atendimento; cuidados com a limpeza e a higiene – intensificamos a higienização em todas as áreas, sanitização de nossas unidades e higienização dos produtos. Também mantivemos uma comunicação ativa (em nossas lojas, sites, aplicativos e redes sociais) sobre

procedimentos para a hora da compra, a fim de garantir a segurança de todos(as); iniciamos uma parceria com a *Comershop by Uber* (para a realização das compras de forma virtual no aplicativo), em um movimento inédito de digitalização da experiência de compra para clientes de mais de 25 cidades.



Apoio às comunidades locais

Em 2021, continuamos reforçando nosso apoio às pessoas que mais foram impactadas na pandemia, por meio de doação de mais de 147 mil cestas básicas a instituições parceiras. Todo esse movimento só foi possível com importantes parcerias, que aumentaram ainda mais nossa capilaridade de ações. Apoiamos mais de cem instituições, de atuação nacional e regional. O movimento Tem Gente Com Fome, por exemplo, que teve grande destaque na mídia e mobilização, teve o apoio do Assaí através da parceria com a UNEAFRO (organização de apoio a causas sociais relacionadas à diversidade e ao combate a todos os tipos de discriminação e preconceito, em especial a luta antirracista), para a qual doamos mais de 20 mil cestas básicas, impactando famílias em 23 estados brasileiros.



Wellington Aparecido Santos Lopes,
UNEafro Brasil

“

Quando a fome assola as periferias, os dois últimos recursos são a solidariedade e radicalidade contra a miséria – fazemos isso em busca de justiça social e contra o racismo. Por isso as doações são tão fundamentais, porque têm colocado, através do trabalho colaborado, o básico na mesa de quem vive em um país segregado pela fome.

”



Outro importante apoio é realizado por meio das doações em parceria com a CUFA (Central Única das Favelas) – organização formada por uma rede em defesa da população da favela que contribui para o desenvolvimento de ações integradas nas comunidades), por meio da qual beneficiamos mais de 26 mil famílias. Com essas e outras ações, doamos mais de 1,3 mil toneladas de alimentos no ano, beneficiando mais de 147 mil famílias no Brasil.



DOAMOS

+1,3 mil

TONELADAS DE ALIMENTOS

POR MEIO DE

+100

INSTITUIÇÕES



Preto Zezé,
Presidente Nacional
da CUFA

“

É muito importante contar com o apoio de uma empresa gigante como o Assaí nessa nossa empreitada. A sociedade e as empresas precisam entender que existe uma função social e temos que abraçar e apoiar as pessoas que passam por um mau momento, causado por alguma tragédia, seja uma pandemia ou uma forte chuva.

”



Campanhas sociais

Em 2021, a agenda de responsabilidade social esteve presente também em nossas ações de marketing, como a **Campanha de Aniversário de 47 anos do Assaí**, realizada entre setembro e outubro. Por meio da ação “Acreditar e ajudar faz bem”, procuramos atender pessoas em situação de vulnerabilidade social em todas as regiões do Brasil, com doação de alimentos para a rede Ação da Cidadania – rede de lideranças comunitárias, que possui participação em diversos setores sociais, com ações regulares nas áreas da saúde, educação, cultura e geração de emprego e renda, beneficiando grupos de idosos, mulheres, crianças e jovens das comunidades.

Na ação, foram doadas mais de 200 toneladas de produtos, nas cinco regiões do país, o que equivale a mais de 400 mil refeições. Além disso, nas nossas campanhas de marketing vinculadas a patrocínios esportivos, promovemos doações na Copa Nordeste – campeonato local de futebol. A ação foi realizada também em parceria com a *Ação da Cidadania* e a iniciativa fez parte das ações do **Nordeste Cuida**, marca solidária da Copa de Futebol do Nordeste. Ao fim da campanha, foram distribuídas 56 toneladas de alimentos – de forma igualitária – entre os estados de Alagoas, Bahia, Ceará, Maranhão, Paraíba, Piauí, Rio Grande do Norte e Sergipe.

No segundo semestre, realizamos campanhas solidárias durante o principal campeonato de futebol do país, o **Brasileirão**. Mensalmente, jornalistas e treinadores votam em quem acreditam ser o melhor jogador do mês no campeonato. O jogador vencedor pode escolher uma instituição em seu estado natal, entre as já cadastradas no Assaí, para direcionar a doação de dez toneladas de alimentos. A campanha teve a periodicidade de agosto a dezembro, totalizando 50 toneladas e o apoio para mais de cinco mil famílias em situação de vulnerabilidade social.

Continuamos engajando nossos(as) clientes, através de campanhas de mobilização para arrecadação de produtos, como a Campanha da Solidariedade, o Natal da Solidariedade, além de campanhas emergenciais pontuais.

Juntas, as campanhas somaram apoio a cerca de **70 mil famílias**, por meio de mais de **700 toneladas** de alimentos arrecadados no ano. Ao fim do ano, durante o período intenso de chuvas na Bahia, o Assaí iniciou forte apoio às famílias impactadas através de doações que somaram, em 2021, **mais de 100 toneladas** em alimentos, além de arrecadações junto aos(às) clientes em 18 lojas do Estado.





**Rodrigo “Kiko”
Afonso,**
diretor Executivo da
Ação da Cidadania

“

Durante todo o período da covid-19, o Assaí tem sido um parceiro de extrema relevância na atuação da nossa entidade, ajudando-nos a arrefecer os impactos causados pela crise social e econômica que estamos vivendo. Hoje temos certeza da preocupação genuína da Companhia com o tema segurança alimentar e estamos confiantes de que a nossa parceria é de longo prazo.

”



**Elaine Correia
Cerigato,**
vencedora da
Campanha de
Aniversário de
47 anos do Assaí

“

Fui surpreendida com uma ligação da diretoria do Assaí informando sobre o prêmio que ganhei e, quando fui recebê-lo, houve festa por toda a loja. Não só pelo valor acrescido, mas também ao saber que o Assaí desenvolve campanhas sociais na doação de alimentos para famílias necessitadas. Obrigada, Assaí, pelo prêmio e pelas boas ações. Com certeza fez a diferença na minha vida e de muitas famílias.

”



Fomento ao Empreendedorismo

Em nossa estratégia de apoio à sociedade na geração de trabalho e renda, destacamos a **Academia Assaí Bons Negócios**, um programa de investimento social que, desde 2017 apoia micro e pequenos(as) empreendedores(as) da área de alimentação com cursos, compartilhamento de informações, eventos e apoios diversos.

Oferecemos aos(às) participantes da Academia Assaí Bons Negócios conteúdos gratuitos de qualidade, com linguagem clara, acessibilidade e informações personalizadas para diferentes tipos de negócio da área de alimentos. Em 2021, por conta das medidas de isolamento social, não foram realizados cursos presenciais, mas os acessos à plataforma chegaram a mais de 2,5 milhões, um crescimento de 59% em relação ao mesmo período do ano anterior. Durante o ano, mais de 8 mil pessoas foram certificadas, tendo como um dos destaques a nova trilha de aprendizagem “Vencendo na Crise”.



Noeli Angelita Fernandes,
proprietária da Abeille Gourmet
Confeitaria Artesanal



Jéssica Santiago Santos,
proprietária da
Delícias das Maria



Também em 2021, firmamos parcerias com organizações especializadas em capacitação de gestão e finanças para pequenos negócios, como é o caso do SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), principal entidade de apoio a empreendimentos de micro e pequenas empresas no Brasil. Também apoiamos o **Parceiros em Ação**, uma iniciativa do Banco Santander em parceria com a Accenture, que tem como objetivo o fortalecimento de pequenos negócios, oferecendo apoio especializado com capacitação em gestão e educação financeira. Por meio dessas parcerias, realizamos cursos – *on-line* e gratuitos – no portal da Academia Assaí Bons Negócios para o desenvolvimento de competências específicas para o setor de alimentos e personalizados para o público de micro e pequenos(as) empreendedores(as).

ACADEMIA ASSAÍ BONS NEGÓCIOS

	2021	2020	2019
Empreendedores(as) cadastrados(as)	27.295	28.931	26.739
Acessos plataformas <i>on-line</i>	110.630	83.335	54.404
Total de empreendedores(as) cadastrados(as)	2.541.856	1.598.497	1.726.009
Acessos <i>podcast</i>	2.223	2.746	-
Certificados emitidos	9.107	2.161	2.537
Premiados (Prêmio Academia Assaí)	1.500	150	15



Leandro José Tenório,
proprietário do Café e
Sabores Delicatessen
e da Vitamina G
Charcutaria Artesanal



Reconhecimento de boas práticas e premiação a empreendedores(as)

Desde 2018, valorizamos empreendedores(as) com *cases* inspiradores no **Prêmio Academia Assaí Bons Negócios**.

Em 2021, aconteceu a 4ª edição do Prêmio Academia Assaí Bons Negócios, que ocorreu entre os meses de julho e setembro. A ação teve como foco auxiliar financeiramente e oferecer ferramentas para apoiar os empreendedores(as) que foram impactados(as) pela pandemia da covid-19 na reorganização de seus negócios. O prêmio foi destinado a profissionais do ramo alimentício de todas as regiões do Brasil que já tinham, ou já haviam tido, o seu próprio negócio (formalizado ou não) e que se encaixassem em uma das três categorias: “Ponto de venda fixo”, “Vendedor(a) ambulante” ou “Vendas por encomendas”.

Devido ao contexto desafiador da pandemia, a **premição – que nos primeiros anos contemplava 15 empreendedores(as) – passou a beneficiar 150 em 2020, aumentando novamente em 2021, dessa vez para 1.500 selecionados que receberam apoio financeiro para investir em seu próprio negócio. Os prêmios foram de até quatro mil reais, além de uma semana exclusiva de capacitação e assessorias individuais para os(as) participantes aprimorarem seus negócios.**

O processo de seleção para a premiação também contempla a equidade de gênero, e tem como premissas foco em níveis socioeconômicos de maior vulnerabilidade. **Foram mais de 16 mil inscrições, um aumento de 28% em relação ao ano anterior – sendo que, do total de pessoas selecionadas, 79% são mulheres e 80% se autodeclararam como pretas ou pardas.**



Karla Ribeiro da Silva,
proprietária da
Delicias di mãe e filhos



José Ari Linhares da Silva,
proprietário do Sabor do
Churrasco



Andrey de Castro Correa,
proprietário do Frango do Negão



Josiane Silva Nascimento,
vencedora do Prêmio Academia Assaí Bons Negócios na Categoria Venda por Encomenda

“

Sou mãe de um filho especial e criei a Boloterapia como uma oportunidade de trabalhar e, ao mesmo tempo, cuidar dele. Com a crise, duvidei se daria certo e só precisava que alguém me dissesse que sim. Minha experiência com a Academia Assaí foi o pontapé inicial para deixar de ser apenas a mulher que faz bolos e me tornar uma empresária.

”



Lina Maria Useche Jaramillo Kempf,
diretora de Relações Institucionais da Aliança Empreendedora

“

Em 2021, completamos quatro anos de parceria com o Prêmio Academia Assaí Bons Negócios e ficamos extremamente felizes em fazer parte e contribuir com uma iniciativa que impacta tão profundamente tantos microempreendedores(as), que somente no ano teve mais de 7 mil certificados emitidos. Tem sido uma grande honra desenvolver conteúdo pensado exclusivamente para microempreendedores(as) da área da alimentação e poder dedicar tempo e energia para conhecer mais profundamente seus desafios, seus sonhos e suas potências! Seguimos juntos(as) e comprometidos(as) em apoiar cada vez mais esse grupo que foi tão afetado pela pandemia, mas que tem um potencial incrível de impacto na economia brasileira.

”



FEIRA PRETA

Pelo 4º ano consecutivo, patrocinamos a Feira Preta – maior evento de cultura e empreendedorismo negro da América Latina.

Na edição de 2021 o evento celebrou 20 anos de história, buscando fortalecer a tecnologia, a inovação e a criatividade preta e periférica em mais uma versão 100% *on-line*. A Academia Assaí Bons Negócios, parceira de conteúdo da Feira, desenvolveu uma página exclusiva com diferentes **matérias e conteúdos** sobre empreendedorismo e gastronomia. Como parte das ações na Feira Preta, realizamos capacitações e atividades diversas de aprendizagem (*workshops*, imersões criativas e *networking*) em parceria com a Afrolab, para agregar os aspectos técnicos fundamentais para criação e gerenciamento de negócios.

APOIO FINANCEIRO

Desde 2018, apoiamos financeiramente – de forma individual e separada da atuação da Academia Assaí Bons Negócios – diversas iniciativas de instituições e organizações sociais que atuam com o fomento e a capacitação de micro e pequenos(as) empreendedores(as) em todo o Brasil. Esse fomento é realizado a partir do repasse de valor monetário proveniente da venda de sacolas plásticas em nossas lojas. Em 2021, foram nove instituições apoiadas nessa temática, com projetos nos Estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Amazonas, Bahia e Minas Gerais.



O INSTITUTO ASSAÍ

No histórico de atuação em responsabilidade social, o Assaí sempre contou com o apoio do Instituto GPA – organização sem fins lucrativos que promove a estratégia e a gestão dos investimentos sociais do Grupo Pão de Açúcar. Após a cisão de nossas operações do GPA, houve também uma reorganização para atuação social, que culminou em 2021 com a estruturação de um instituto corporativo próprio.

O novo braço social da Companhia, o Instituto Assaí, será lançado em 2022 e nasce para ampliar as oportunidades para que pessoas e comunidades se desenvolvam a partir das três frentes prioritárias: empreendedorismo, alimentação e esporte.

Alguns dos projetos de empreendedorismo apoiados pelo investimento social do Assaí

Vale do Dendê





4

ANEXOS



GESTÃO DE IMPACTOS

	TEMAS MATERIAIS	COMPROMISSO	Prazo
VALORIZAÇÃO DA NOSSA gente	Diversidade, inclusão e combate à discriminação	100% dos(as) fornecedores(as) prestadores(as) de serviços treinados(as) em Diversidade	anual
ENGAJAMENTO com a sociedade	Fortalecimento de Pequenos(as) Empreendedores(as)	Ter 50.000 empreendedores(as) certificados(as)	2025
		Atingir 4.000.000 usuários(as) únicos(as) na plataforma	2025
GESTÃO INTEGRADA e transparência	Governança, ética, transparência e combate a corrupção	100% dos(as) colaboradores(as) treinados(as) em ética e integridade	anual
		Manter 100% de <i>due diligence</i> para prestadores(as) de serviço	anual
COMBATE ÀS mudanças climáticas	Combate às mudanças climáticas	Redução de 38% das emissões de Escopo 1 e 2 (ano-base 2015) considerando 30% de redução até 2025	2030
		Manter 100% de lojas migradas para o Mercado Livre de Energia	anual
	Combate ao desperdício de alimentos	100% de lojas destinando FLV para Bancos de Alimentos	2025
TRANSFORMAÇÃO na cadeia de valor	Desenvolvimento de práticas sustentáveis na cadeia de fornecimento, garantindo respeito ao meio ambiente e às pessoas	100% dos frigoríficos aderentes à Política Socioambiental de Compra de Carne Bovina	anual
		100% dos(as) fornecedores(as) internacionais auditados(as) em aspectos de condições de trabalho	anual
		100% de fornecedores(as) de marcas exclusivas auditados(as) em aspectos de condições de trabalho	2022
		100% dos(as) nossos(as) fornecedores(as) têxteis com a certificação ABVTEX	anual
		100% do óleo de palma com origem identificada nos produtos de Marcas Exclusivas	2022



SUMÁRIO DE CONTEÚDO GRI

DIVULGAÇÕES	DISCLOSURES GERAIS	PÁGINA
102	PERFIL ORGANIZACIONAL	
102-1	Nome da organização	Capa
102-2	Atividades, marcas, produtos e serviços	15
102-3	Localização da sede	15
102-4	Local das operações	15
102-6	Mercados atendidos	15
102-7	Porte da organização	15
102-10	Mudanças significativas na organização e em sua cadeia de fornecedores	7, 15, 36
102	ESTRATÉGIA	
102-14	Declaração do mais alto executivo	7
102-15	Principais impactos, riscos e oportunidades	7
102	ÉTICA E INTEGRIDADE	
102-16	Valores, princípios, normas e códigos de comportamento	32, 38, 41, 95
102-17	Mecanismos para orientações e preocupações referentes a ética	38, 41, 95
102	GOVERNANÇA	
102-18	Estrutura de governança	36
DIVULGAÇÕES	DISCLOSURES GERAIS	PÁGINA



102-19	Delegação de autoridade	36
102-20	Responsabilidade de cargos e funções de nível executivo por tópicos econômicos, ambientais e sociais	36
102-21	Consulta às partes interessadas sobre tópicos econômicos, ambientais e sociais	10
102-22	Composição do mais alto órgão de governança e dos seus comitês	36
102-23	Avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança	36
102-29	Identificação e gestão dos impactos econômicos, ambientais e sociais	81
102-30	Eficácia dos processos de gestão de risco	38, 42
102-33	Comunicação de preocupações cruciais	42
102	ENGAJAMENTO DE STAKEHOLDERS	
102-40	Lista de grupos de partes interessadas	10
102-43	Abordagem para o engajamento das partes interessadas	10
102	PRÁTICAS DE REPORTE	
102-46	Definição do conteúdo do relatório e limites dos tópicos	10
102	GOVERNANÇA	
102-49	Alterações no relatório	10
102-50	Período coberto pelo relatório	10
102-51	Data do relatório mais recente	10
102-53	Contato para perguntas sobre o relatório	10
102-54	Declarações de relato em conformidade com as Normas GRI	10
102-56	Asseguração externa	10



INDICADORES DE DESEMPENHO

Estes indicadores seguem as premissas da metodologia Casino.

Indicador	Indicador Auditado	Unidade	2019	2020	2021
Área de venda das unidades próprias abertas 12 meses ⁽¹⁾	✓	M²	546.658	643.234	759.920
Valorização da Nossa Gente					
<i>Headcounts, turnover e contratações</i>	Indicador Auditado	Unidade	2019	2020	2021
Headcounts inscritos em 31/12/N	✓	Número	43.391	48.885	60.120
Headcounts do sexo feminino em 31/12/N	✓	Número	20.607	23.417	29.018
Headcounts do sexo masculino em 31/12/N	✓	Número	22.784	25.468	31.102
Headcounts < 30 anos em 31/12/N		%	47	47	47
Headcounts com idade entre 30 e 50 anos em 31/12/N		%	47	48	47
Headcounts com idade > 50 anos em 31/12/N		%	6	5	6
Headcounts < 30 anos em 31/12/N		Número	20.509	22.953	27.987
Headcounts com idade entre 30 e 50 anos em 31/12/N		Número	20.413	23.456	28.376
Headcounts com idade > 50 anos em 31/12/N		Número	2.469	2.476	3.757
Headcounts por raça – Negros + Negras	✓	Número	14.670	27.031	39.365
Headcounts por raça – Brancos + Brancas	✓	Número	5.313	11.605	16.189
Headcounts por raça – Outras raças	✓	Número	23.408	10.249	4.566
Headcounts por raça – Negros + Negras	✓	%	34	55	65
Headcounts por raça – Brancos + Brancas	✓	%	12	24	27
Headcounts por raça – Outras raças	✓	%	54	21	8
Turnover		%	-	-	27,5
Headcounts em cargos de gerência e acima em 31/12/N	✓	Número	306	343	416
Sendo negros e negras	✓	%	36	41	45
Sendo mulheres	✓	%	21	23	26
Sendo mulheres negras	✓	%	5	7	9



Indicador	Indicador Auditado	Unidade	2019	2020	2021
Valorização da Nossa Gente					
<i>Headcounts, turnover e contratações</i>					
	Indicador Auditado	Unidade	2019	2020	2021
Headcounts na alta administração em 31/12/N		Número	23	24	35
Sendo negros e negras		%	9	8	11
Sendo mulheres		%	30	29	26
Sendo mulheres negras		%	0	0	0
Número de pessoas com deficiência na empresa em 31/12/N	✓	Número	2.308	2.574	3.206
Pessoas com deficiência em 31/12/N ⁽⁹⁾	✓	%	5,3	5,3	5,3
Alunos(as) em alternância (ensino profissionalizante) e aprendizes em 31/12/N	✓	Número	1.356	1.500	1.964
Headcounts de tempo integral em 31/12/N	✓	%	96	96	95
Saúde e segurança ocupacional					
	Indicador Auditado	Unidade	2019	2020	2021
Acidentes de trabalho com licença de 1 dia pelo menos	✓	Número	574	459	607
Dias de licença decorrentes de acidente de trabalho	✓	Dias	14.504	28.943	20.356
Número total de horas ausentes devido a acidente de trabalho, doença ordinária e doenças profissionais	✓	Horas	2.463.807	6.883.681	8.504.434
Taxa de frequência de acidentes de trabalho com uma interrupção de pelo menos 1 dia - com base no total de horas reais trabalhadas	✓	%	5,6	4,0	4,6
Índice de absenteísmo por acidente de trabalho e doença, com base no total de horas trabalhadas	✓	%	2,4	5,7	6,1
Número de acidentes fatais ocorridos no ano		Número	-	-	0



Indicador	Indicador Auditado	Unidade	2019	2020	2021
Valorização da Nossa Gente					
Treinamentos	Indicador Auditado	Unidade	2019	2020	2021
Número total de horas de treinamento de colaboradores(as)	✓	Horas	2.070.713	1.487.395	2.359.293
Número de horas de treinamento por colaborador(a)	✓	Horas	54	32	45
Número de colaboradores(as) que realizaram treinamento de diversidade	✓	Número	-	-	47.881
Número de horas de treinamentos de diversidade	✓	Horas	-	-	44.480
Número de colaboradores(as) treinados(as) em <i>compliance</i>	✓	Número	-	-	51.292
Número de colaboradores(as) treinados(as) em LGPD	✓	Número	-	-	37.268
Valor total investido pela empresa em treinamentos		BRL	17.167.625	17.953.139	24.740.450
Valor médio gasto em treinamentos por colaborador(a) Equivalente a Período Integral		BRL	401	372	418
Transformação da Cadeia de Valor					
Produtos/Portfólio comercializados	Indicador Auditado	Unidade	2019	2020	2021
Número de produtos alternativos a proteína animal e laticínios	✓	Número	-	-	1.624
% do faturamento obtido com a venda de ovos livres de gaiolas, caipira e orgânicos de marcas nacionais (em relação à venda total de ovos)	✓	%	-	-	2,67
Produtos Alimentícios de Marca Exclusiva	✓	Número	-	-	25
Produtos de DPH de Marca Exclusiva	✓	Número	-	-	12
Produtos de marca exclusiva - Não Alimentos	✓	Número	-	-	21
Produtos Orgânicos Alimentícios de Outras Marcas	✓	Número	-	-	177
Auditorias sociais	Indicador Auditado	Unidade	2019	2020	2021
Auditorias sociais em fábricas de fornecedores(as) localizadas em países de risco	✓	Número	-	-	4
Número de auditorias de condições de trabalho em fábricas de fornecedores de marca própria	✓	Número	-	-	4



Indicador	Indicador Auditado	Unidade	2019	2020	2021
Combate às Mudanças Climáticas⁽⁹⁾					
Água	Indicador Auditado	Unidade	2019	2020	2021
Consumo de água nas lojas	✓	m ³	770.112	912.036	1.320.091
Consumo de água por m ² de lojas	✓	m ³ /m ²	2,3	2,2	1,7
Consumo de energia	Indicador Auditado	Unidade	2019	2020	2021
Total da energia consumida	✓	MWh	332.946	392.160	488.044
Consumo de eletricidade por m ² /Loja	✓	KWh/m ²	627	610	640
Consumo de energia de outras fontes renováveis (Mercado livre e autogeração) ⁽⁴⁾	✓	MWh	37.614	111.428	417.750
Proporção de outras fontes renováveis (Mercado Livre e autogeração)	✓	%	11	28	86
Sítios com autoconsumo de energia produzida (usinas solares fotovoltaicas)		Número	-	-	7
Consumo de gás natural	✓	MWh PCI	328	364	424
Consumo de Gás Liquefeito de Petróleo (GLP)	✓	MWh PCI	14.617	16.455	19.266
Consumo de óleo diesel	✓	Litros (L)	6.737.788	6.944.551	2.804.559
Consumo de fluidos refrigerantes - ar-condicionado	Indicador Auditado	Unidade	2019	2020	2021
R404A	✓	kg	255	55	356
R134A	✓	kg	258	476	506
R22	✓	kg	435	722	1.310
R410A	✓	kg	1236	804	843
Outros fluidos para ar-condicionado	✓	kg	193	198	188
Consumo de fluidos refrigerantes - frio alimentar	Indicador Auditado	Unidade	2019	2020	2021
R404A (refrigerante)	✓	kg	3216	3191	5.038
R134A	✓	kg	2015	3123	1.886
R22	✓	kg	36829	35454	28.006
R410A	✓	kg	907	295	521
Outros fluidos refrigerantes	✓	kg	122	119	1.261



Indicador	Indicador Auditado	Unidade	2019	2020	2021
Combate às Mudanças Climáticas⁽⁵⁾					
Resíduos da operação	Indicador Auditado	Unidade	2019	2020	2021
Papelão	✓	ton	24.551	32.907	36.125
Plástico	✓	ton	4.127	4.865	5.996
Resíduos orgânicos (Compostagem e outras formas de aproveitamento)	✓	ton	900	1.102	1.250
Sucatas e metais	✓	ton	151	567	1.887
Outros resíduos separados		ton	0	375	248
Rejeitos (aterro)	✓	ton	53.905	62.245	70.479
Taxa de recuperação de resíduos (Resíduos reciclados e /ou compostados)		%	36	39	40
Resíduos perigosos da operação	Indicador Auditado	Unidade	2019	2020	2021
Total de resíduos perigosos da operação			-	-	-
Resíduos de clientes	Indicador Auditado	Unidade	2019	2020	2021
Resíduos de clientes (coletados nos pontos de entrega voluntária nas lojas)		ton	871	462	328
Combate ao desperdício de alimentos	Indicador Auditado	Unidade	2019	2020	2021
Doações de alimentos (Programa Destino Certo)	✓	ton	1.402	2.150	1.226
Lojas que realizaram doação de alimentos ao menos 1x no ano		Número	100	100	102
Alimentos e resíduos FLV (Frutas, Legumes e Verduras) desviados do descarte		%	-	-	10
Emissões por escopo⁽⁵⁾	Indicador Auditado	Unidade	2019	2020	2021
Emissões em carbono - Escopo 1		ton CO ₂ e	119.083	110.274	88.972
Emissões em carbono - Escopo 2		ton CO ₂ e	30.289	30.869	68.148
Emissões em carbono - Escopo 3		ton CO ₂ e	52.935	60.622	62.867



Indicador	Indicador Auditado	Unidade	2019	2020	2021
Investimento social	Indicador Auditado	Unidade	2019	2020	2021
Volume de alimentos doados em toneladas (doações diretas)	✓	ton	-	-	1.374
Número de beneficiários das ações das fundações ou das parcerias solidárias		Número	1.695	176	1.278
Investimento por meio das leis de incentivo		BRL	-	-	0
Academia Assaí Bons Negócios	Indicador Auditado	Unidade	2019	2020	2021
Academia: Número de pessoas certificadas	✓	Número	-	-	8.014
Outros indicadores sociais	Indicador Auditado	Unidade	2019	2020	2021
Patrocínios		BRL	-	-	22.597.805
Contribuições a Associações de Classe		BRL	-	-	119.724
Maior contribuição a Associação de Classe (Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social)		BRL	-	-	51.000
<i>Net Promoter Score</i>		Índice NPS	-	-	53

NOTAS:

1. As áreas de venda se referem a unidades próprias (detidas e sob controle operacional) que exerceram alguma atividade entre 1º de outubro de um ano e 30 de setembro do ano seguinte (por exemplo: período entre 01/10/20 e 30/09/2021). Estão excluídos todos os estabelecimentos adquiridos, abertos ou fechados durante o período.
2. A porcentagem de Pessoas com Deficiência diverge da apresentada na página 50 porque considera, para esta tabela, a metodologia de headcount do Grupo Casino, enquanto o Assaí considera a legislação brasileira.
3. Todos os indicadores ambientais, exceto os de emissões de GEE, estão contemplados na metodologia própria do Grupo Casino, considerando as mesmas premissas indicadas na nota número 2 (áreas de vendas). O escritório administrativo é contemplado quando aplicável.
4. A energia elétrica adquirida pelo Assaí, enquanto consumidor especial (igual ou superior a 500kW) dentro do Ambiente Livre de Contratação (Mercado Livre de Energia), está enquadrada na categoria de energia incentivada, com desconto de 50% na fatura (favorecida para fontes de energia verde, como solar, eólica ou de biomassa), nos termos das regras de comercialização da ANEEL (Agência Nacional de Energia Elétrica) para consumidor especial. Referências: § 5º do art. 26 da Lei nº 9.427, de 26 de dezembro de 1996; REN ANEEL 745 de 22.11.2016.
5. Inclusão dos gases R744 e R407C em 2021.
6. Os dados de emissões anos-base 2020 passaram por reformulação após a divulgação do último relatório anual devido a ajustes solicitados por auditoria de terceira parte. Os dados de emissões anos-base 2021 estão sujeitos a mudança após conclusão do processo de verificação de terceira parte.



RELATÓRIO DE ASSEGURAÇÃO LIMITADA DOS AUDITORES INDEPENDENTES

Ao Conselho de Administração e Acionistas
Sendas Distribuidora S.A.
Rio de Janeiro – RJ

Introdução

Fomos contratados pela Sendas Distribuidora S.A. (“Sendas” ou “Companhia”) com o objetivo de aplicar procedimentos de asseguarção limitada sobre as informações de sustentabilidade divulgadas no Relatório Anual e de Sustentabilidade do Assaí 2021 (“Relatório”) acompanhadas a esse relatório, relativas ao exercício findo em 31 de dezembro de 2021.

Responsabilidades da administração da Sendas

A administração da Sendas é responsável pela elaboração e apresentação de forma adequada das informações de sustentabilidade divulgadas no Relatório Anual e de Sustentabilidade do Assaí 2021 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 divulgadas no Relatório, com base nos trabalhos de asseguarção limitada conduzidos de acordo com o Comunicado Técnico (CT) 07/2012, aprovado pelo Conselho Federal de Contabilidade e elaborado tomando por base a NBC TO 3000 (Trabalhos de Asseguarção Diferente de Auditoria e Revisão), emitida pelo Conselho Federal de Contabilidade - CFC, que é equivalente à norma internacional ISAE 3000, emitida pela Federação Internacional de Contadores, aplicáveis às informações não financeiras históricas. Essas normas requerem o cumprimento de exigências éticas, incluindo requisitos de independência e que o trabalho seja executado com o objetivo de obter segurança limitada de que as informações divulgadas no Relatório, tomadas em conjunto, estão livres de distorções relevantes.

A KPMG Auditores Independentes (“KPMG”) aplica as normas brasileira e internacional sobre controle de qualidade, e consequentemente, mantém um sistema abrangente de controle de qualidade incluindo políticas e procedimentos documentados relativos ao cumprimento de normas éticas e profissionais, além dos requisitos legais e regulatórios aplicáveis. Cumprimos com o código de ética abrangente incluindo requerimentos detalhados de independência, estabelecidos com base nos princípios éticos de integridade, objetividade, competência e zelo profissional, confidencialidade e o comportamento profissional.

Um trabalho de asseguarção limitada conduzido de acordo com a NBC TO 3000 (ISAE 3000) consiste principalmente de indagações à administração da Sendas e outros profissionais da Companhia que estão envolvidos na elaboração das informações constantes no Relatório, assim como pela aplicação de procedimentos analíticos para obter evidências que nos possibilitem concluir na forma de asseguarção limitada sobre as informações de sustentabilidade tomadas em conjunto. Um trabalho de asseguarção 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, materialidade e apresentação das informações constantes no Relatório e de outras circunstâncias do trabalho e da nossa consideração sobre áreas e sobre os processos associados às informações materiais de sustentabilidade divulgadas no Relatório, em que distorções relevantes poderiam existir. Os procedimentos compreenderam:

a. planejamento dos trabalhos: consideração da materialidade dos aspectos para as atividades da Sendas, da relevância das informações divulgadas, do volume de informações quantitativas e qualitativas e dos sistemas operacionais e de controles internos que serviram de base para a elaboração do Relatório do Assaí. Esta análise definiu os indicadores a serem testados em detalhe;

b. análise dos processos para a elaboração das informações constantes no Relatório e da sua estrutura e conteúdo, com base nos critérios definidos pela Sendas;

c. avaliação dos seguintes indicadores amostrados:

- Área de venda das unidades próprias abertas 12 meses;
- Headcounts inscritos em 31/12/N;
- Headcounts do sexo feminino em 31/12/N;
- Headcounts do sexo masculino em 31/12/N;
- Headcounts por raça/etnia Negros + Negras;
- Headcounts por raça/etnia Brancos + Brancas;
- Headcounts por raça/etnia Outras etnias;
- Headcounts por raça/etnia Negros + Negras (%);
- Headcounts por raça/etnia Brancos + Brancas (%);
- Headcounts por raça/etnia Outras etnias (%);
- Headcounts em cargos de gerência e acima em 31/12/N;
- Taxa de Headcounts em cargos de gerência e acima em 31/12/N - Sendo negros e negras;
- Taxa de Headcounts em cargos de gerência e acima em 31/12/N – Sendo mulheres;
- Taxa de Headcounts em cargos de gerência e acima em 31/12/N – Sendo mulheres negras;
- Número de pessoas com deficiência na empresa em 31/12/N;
- Taxa de pessoas com deficiência em 31/12/N (%);
- Alunos(as) em alternância (ensino profissionalizante) e aprendizes em 31/12/N;
- Headcounts de tempo integral em 31/12/N;
- Acidentes de trabalho com licença de 1 dia pelo menos;
- Dias de licença decorrentes de acidente de trabalho;
- Número total de horas ausentes devido a acidente de trabalho, doença ordinária e doenças profissionais;
- Taxa de frequência de acidentes de trabalho com uma interrupção de pelo menos 1 dia – com base no total de horas reais trabalhadas;



- Índice de absenteísmo por acidente de trabalho e doença, com base no total de horas trabalhadas;
- Número total de horas de treinamento de colaboradores(as);
- Número de horas de treinamento por colaborador(a);
- Número de colaboradores(as) que realizaram treinamento de diversidade;
- Número de horas de treinamentos de diversidade;
- Número de colaboradores(as) treinados(as) em compliance;
- Número de colaboradores(as) treinados(as) em LGPD;
- Número de colaboradores treinados em Ética;
- Número de colaboradores treinados em Temas Regulatórios;
- Número de colaboradores treinados em Combate à Corrupção;
- Fornecedores(as) de carne bovina ativos(as);
- Fazendas diretas reanalisadas (double-check) de acordo com os critérios socioambientais do Assaí (Sistema de Geomonitoramento);
- Fornecedores(as) diretos(as) de carne bovina em aderência com a Política Socioambiental de Compras de Carne Bovina e com rastreabilidade ativa;
- Fornecedores(as) diretos(as) de carne bovina com sistema de geomonitoramento próprio e com rastreabilidade ativa;
- Número de fornecedores (Frigorífica e Processadores) Bloqueados;
- Número de fornecedores (Frigoríficos e Processadores) que atenderam aos planos de adequação;
- Número de produtos alternativos a proteína animal e laticínios;
- % do faturamento obtido com a venda de ovos livres de gaiolas, caipira e orgânicos de marcas nacionais (em relação à venda total de ovos);
- Produtos Alimentícios de Marca Exclusiva;
- Produtos de DPH de Marca Exclusiva;
- Produtos de marca exclusiva - Não Alimentos;
- Produtos Orgânicos Alimentícios de Outras Marcas;
- Auditorias sociais em fábricas de fornecedores(as) localizadas em países de risco;
- Número de auditorias de condições de trabalho em fábricas de fornecedores de marca própria;
- Consumo de água nas lojas;
- Consumo de água por m² de lojas;
- Total da energia consumida;
- Consumo de eletricidade por m²/Loja;
- Consumo de energia de outras fontes renováveis (Mercado livre e autogeração);
- Proporção de outras fontes renováveis (Mercado Livre e autogeração);
- Consumo de gás natural;
- Consumo de Gás Liquefeito de Petróleo (GLP);
- Consumo de óleo diesel;
- Consumo de fluidos refrigerantes - ar-condicionado (R404A, R134A, R22, R410A, outros fluidos para ar condicionado);
- Consumo de fluidos refrigerantes - frio alimentar (R404A - refrigerante, R134A, R22, R410A, outros fluidos refrigerantes);
- Resíduos da operação: papelão, plástico, sucatas e metais;
- Resíduos orgânicos (Compostagem e outras formas de aproveitamento);
- Rejeitos (aterro);

- Doações de alimentos;
- Volume de alimentos doados em toneladas (doações diretas);
- Academia: Número de pessoas certificadas.

d. entendimento da metodologia de cálculos e dos procedimentos para a compilação dos indicadores por meio de entrevistas com os gestores responsáveis pela elaboração das informações;

e. aplicação de procedimentos analíticos sobre as informações quantitativas e indagações sobre as informações qualitativas e sua correlação com os indicadores divulgados no Relatório;

f. análise de evidências que suportam as informações divulgadas;

Acreditamos que as informações, as evidências e os resultados obtidos em nosso trabalho são suficientes e apropriados para fundamentar nossa conclusão na forma limitada.

Alcance e limitações

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

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, para a avaliação da adequação das suas políticas, práticas e desempenho em sustentabilidade, nem em relação a projeções futuras.

Conclusão

Com base nos procedimentos realizados, descritos neste relatório, nada chegou ao nosso conhecimento que nos leve a acreditar que as informações constantes no Relatório Anual e de Sustentabilidade 2021 do Assaí, não foram compiladas, 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, 01 de Abril de 2022

KPMG Auditores Independentes Ltda.
CRC 2SP014428/O-6

Sebastian Yoshizato Soares
Contador CRC 1SP257710/O-4



INDICADORES MODELO SASB

TÓPICO	CÓDIGO	MÉTRICA	UNIDADE DE MEDIDA	RESPOSTAS		
				2019	2020	2021
Gerenciamento de energia no Varejo e Distribuição	CG-MR-130a.1	Energia total consumida	Gigajoules (GJ)	1.592.760	2.035.744	2.118.448
		Porcentagem da energia consumida do grid	Porcentagem (%)	69%	48%	9%
		Porcentagem de energia de fonte renovável	Porcentagem (%)	9%	37%	83%
Segurança de dados	CG-MR-230a.1	Descrição da abordagem para identificar os riscos de segurança de dados	n/a	-	-	Pág. 42
		Número de violações de dados	Número	0	0	0
		CG-MR-230a.2	Porcentagem envolvendo informações de identificação pessoal (PII)	Porcentagem (%)	0	0
Práticas trabalhistas	CG-MR-310a.2	Número de clientes afetados	Número	0	0	0
		Taxa de rotatividade voluntária para colaboradores(as) na loja	Taxa (%)	12,8%	12,3%	15,9%
		Taxa de rotatividade involuntária para colaboradores(as) na loja	Taxa (%)	12,2%	11,7%	8,3%
Diversidade e inclusão	CG-MR-310a.3	Valor total de perdas monetárias como resultado de processos judiciais associados a violações da lei trabalhista	Valor monetário	-	Formulário de Referência: seção 4.6. Processos judiciais, administrativos ou arbitrais repetitivos ou conexos, não sigilosos e relevantes em conjunto	Formulário de Referência 2021 (atualização em andamento)
		CG-MR-330a.1	Porcentagem de gênero e grupo racial/étnico representação para: Gestão e outros colaboradores(as)	Porcentagem (%)	Pág.121	Pág.121
Abastecimento de produtos, marketing e embalagens	CG-MR-410a.3	Discussão de estratégias associadas a redução do impacto ambiental proveniente do uso de embalagens	n/a	-	-	Em 2021, iniciamos diagnóstico de impacto ambiental de nossas embalagens de marca própria pós-consumo, para desenvolver, a partir dos resultados, estratégias para tornar esses produtos cada vez mais eficientes. O objetivo de médio prazo é garantir que 100% das embalagens de marca própria sejam recicláveis, compostáveis ou reutilizáveis. Quantificamos o volume de embalagens gerado e o avaliamos levando em consideração: componentes (ex.: frasco, tampa e rótulo), performance na cadeia de reciclagem (cooperativas, recicladores(as) e indústria de embalagens) e entendimento sobre regulamentações referentes ao tema. Constatamos o percentual dos produtos que possuem alta, média ou baixa performance em relação à cadeia de reciclagem pós-consumo e identificamos as oportunidades de troca de componentes por materiais com maior índice de reciclabilidade, de otimização do uso de matéria-prima, de redução do uso de plástico e do aumento do uso de materiais com alto potencial de biodegração. Também verificamos a possibilidade de adotar novos modelos de negócio, como a granel.
Métricas de atividades*	CG-MR-000.A	Número de locais de varejo	Número	133	153	175
		Número de centros de distribuição	Número	7	7	8
	CG-MR-000.B	Área total de espaço de varejo	Metros quadrados	546.658	643.234	759.920
		Área total de centros de distribuição	Metros quadrados	150.229	150.229	157.339

***NOTA:**

Os indicadores da seção CG-MR-00 estão reportadas em metodologia própria do Grupo Casino, considerando unidades próprias (detidas e sob controle operacional) que exerceram alguma atividade entre 01/out de um ano e 30/set do ano seguinte (por exemplo: período entre 01/10/20 e 30/09/2021). Estão excluídos todos os estabelecimentos adquiridos, abertos ou fechados durante o período.



ESTRUTURA TCFD

RECOMENDAÇÕES TCFD	RESPOSTA	REFERÊNCIA CDP
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	<p>Nossa estratégia de sustentabilidade integra os temas prioritários para o planejamento e o desenvolvimento estratégico do negócio. Temas estes, que são avaliados e priorizados com stakeholders durante a revisão da materialidade (Realizada no fim de 2020) e anualmente na análise de riscos. A consulta de materialidade baseou-se em entrevistas qualitativas e pesquisas quantitativas com a participação de mais de 4 mil <i>stakeholders</i>. Para cada tema material foi estabelecida uma estratégia de atuação, assim como compromissos públicos de curto e médio prazos, validados pelo Comitê de Governança Corporativa e Sustentabilidade.</p> <p>Além disso, por meio de seis eixos de atuação conectados ao <i>CSR Program</i>, programa de responsabilidade social corporativa do Grupo Casino (controlador do Assaí) que avalia, acompanha e traz diretrizes para mitigação de riscos socioambientais, direcionamos e potencializamos a criação de valor positivo aos nossos stakeholders. Os riscos, responsáveis e planos de ações avaliados no <i>CSR Program</i> são apresentados ao comitê de Governança e Sustentabilidade, ao Comitê de Auditoria e aprovados pelo Conselho de Administração anualmente.</p> <p>O acompanhamento da estratégia de sustentabilidade é realizado pelo Comitê de Governança Corporativa e Sustentabilidade para todos os temas ESG. Esse Comitê é responsável por orientar e assegurar a adoção de melhores práticas de sustentabilidade pelo Assaí, promovendo discussões sobre novas agendas socioambientais, compromissos, políticas e iniciativas de desenvolvimento sustentável ao nível da Liderança executiva e do Conselho de Administração, acompanhando indicadores ESG chave (incluindo redução de emissões de GEE) e avaliando e monitorando riscos, políticas, práticas e resultados de temas críticos de alto impacto.</p> <p>O Combate às mudanças climáticas é um dos eixos prioritários do Assaí, o que o torna um dos temas base para a construção da estratégia da Companhia e do Comitê de Governança Corporativa e Sustentabilidade. Por meio de reuniões trimestrais pré-agendadas, o Comitê de Governança Corporativa e Sustentabilidade questiona, provoca, recomenda e orienta as estratégias e posicionamentos e compromissos de longo, médio e curto prazos. Além disso, instiga a evolução das práticas e dos processos adotados pela companhia de modo a reduzir as emissões de GEE e orienta o posicionamento institucional frente às mudanças climáticas. A partir da aprovação da estratégia, o Comitê tem como responsabilidade monitorar o progresso dos impactos por meio de metas e compromissos assumidos.</p>	CDP C1.1b, C1.2, C1.2a
b) Descreva o papel do Conselho na avaliação e gestão de riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas	<p>Em 2020 foi estabelecida uma meta de redução de GEE de 38% até 2030, considerando os escopos 1 e 2 (sendo que 30% até 2025, ano-base 2015), e esta meta (com objetivos anuais) passou a ser um dos indicadores atrelados à remuneração variável dos cargos elegíveis a partir de 2021.</p> <p>Em conjunto com o Comitê de Auditoria e Comitê de Riscos, o Comitê de Governança Corporativa e Sustentabilidade discute como os riscos climáticos e socioambientais poderão impactar a estratégia da companhia. Juntos, avaliam, monitoram e sensibilizam o Conselho de Administração.</p>	
ESTRATÉGIA		
Divulgar os impactos reais e potenciais de riscos e oportunidade relacionados às mudanças climáticas sobre os negócios, a estratégia e o planejamento financeiro da organização, sempre que tais informações forem relevantes.		
a) Descreva os riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas que a organização identificou no curto, médio e longo prazos.	<p>O processo de mapeamento de riscos e oportunidades segue os protocolos e metodologias estabelecidos pelo Grupo Casino, cujas práticas adotadas são aderentes às normas internacionais e incluem o aprimoramento frequente dos mecanismos de controles internos e de suas ações de prevenção e mitigação de impactos.</p> <p>O Assaí tem incluído os riscos e oportunidades socioambientais no processo de planejamento estratégico e financeiro da companhia. Os riscos e oportunidades mapeados serviram de base para a revisão da Política Ambiental da Companhia em 2020, bem como auxiliaram na definição de metas e compromissos. A partir do mapeamento, são definidas ações para redução do risco, assim como indicadores para acompanhamento da performance, essas iniciativas são acompanhadas pelo Comitê de Sustentabilidade e Governança, pelo Comitê de Auditoria e reportadas ao Conselho de Administração.</p> <p>Os horizontes de tempo no varejo e atacado são bastante curtos, e mesmo os longos costumam ser mais curtos que outros setores. 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. Seguem, nas próximas páginas, alguns exemplos de riscos e oportunidades e as medidas adotadas para mitigar os riscos e explorar as oportunidades.</p>	CDP C2.1a, C2.3, C2.3a, C2.4, C.2.4a



RECOMENDAÇÕES TCFD	RESPOSTA	REFERÊNCIA CDP
<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>	<p>Risco de Transição Regulatório O <i>phase out</i> do Programa Brasileiro de Eliminação dos HCFCs representa um risco para a Companhia. O Programa prevê a eliminação do consumo desses gases até 2040. A adequação dos sistemas de refrigeração e substituição dos gases afetará diretamente nossas operações devido ao alto custo envolvido, eficiência destes gases comparados aos mais sustentáveis e pela grande quantidade de uso desses fluidos em geladeiras e equipamentos de ar condicionado em nossas lojas. Em nosso processo de gestão de risco estamos monitorando os processos de manutenção preventiva e periódica, o acompanhando o consumo dos gases refrigerantes nos vazamentos e realizando estudos viáveis para redução e/ou troca de fluidos, visando a redução das emissões de GEE. 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. Por isso o Assaí monitora o setor regulatório a fim de entender o cenário político que será desenhado para esse tema.</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. O risco de escassez hídrica pode aumentar a tarifa de energia do Brasil. Nos últimos 20 anos houve um aumento de aproximadamente 50% acima da inflação, o que gera um impacto significativo em nossas operações, pois dependemos desse recurso para operar. O Assaí, juntamente com GPA, instituiu o ISD (Índice de Sustentabilidade e Diversidade), composto por três indicadores e metas, entre eles, o de redução de consumo de energia, que é uma parte da remuneração variável dos(as) funcionários(as) elegíveis – coordenadores(as) até a alta direção. O indicador de energia vigorou até o fim de 2020, sendo substituído pelo indicador atrelado à redução absoluta de carbono (escopos 1 + 2, ano-base 2015). Há também uma estratégia ambiental e financeira, para migrar a compra de energia para o Mercado Livre de Energia, no qual é possível adquirir energia incentivada, proveniente de fontes limpas de geração. Além disso, tais eventos têm um potencial de impactar na oferta de alguns produtos, especialmente os de origem agrícola, que são fortemente impactados pela estiagem. Em 2022, a empresa realizará um estudo com o objetivo de avaliar o impacto desse risco e estruturar ações de mitigação e adaptação.</p>	<p>CDP C1.1b, C1.2, C1.2a</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>Inundações O aumento de temperatura associado à ação humana tem gerado uma maior ocorrência de tempestades. Com um volume expressivo de água em um curto período de tempo, as cidades têm sofrido com inundações, podendo ter impactos em processos logísticos, realizada majoritariamente pelo modal rodoviário, dos produtos vendidos pelo Assaí. O não escoamento dos produtos impacta diretamente a venda ao consumidor. Em 2022 a empresa realizará estudo de risco climático que contará com análise de impacto provenientes de inundações, escassez hídrica, entre outros, com o objetivo de estruturar ações de mitigação e adaptação.</p> <p>Oportunidade Fonte de Energia O aproveitamento das coberturas de nossas lojas para a instalação de painéis solares representa uma oportunidade para a companhia. Antes inutilizadas, o uso dessas áreas aumenta a independência da companhia na compra de energia elétrica e auxilia na mitigação do risco provocado pela escassez hídrica. A companhia já iniciou a instalação dos painéis solares, ao todo são seis unidades de usinas solares em operação. A unidade da loja de Ayrton Senna, no Rio de Janeiro, considerada a maior usina solar da companhia, possui mais de 3 mil painéis fotovoltaicos instalados na cobertura da loja, ocupando uma área de aproximadamente 6 mil m². Entre janeiro e dezembro de 2021, as usinas geraram mais de 4,2 mil MWh. Além da redução do custo com aquisição de energia elétrica, evita-se a emissão de gases de efeito estufa atrelados ao escopo 2.</p>	<p>CDP C3.2, C3.2a</p>
GESTÃO DE RISCO		
<p>Divulgar como a organização identifica, avalia e gerencia os riscos relacionados às mudanças climáticas</p>		
<p>a) Descreva os processos utilizados pela organização para identificar e avaliar os riscos relacionados às mudanças climáticas</p>	<p>As diretrizes e a estrutura da gestão de riscos do Assaí 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 colaboradores. Dentro do processo de identificação dos riscos e exposições que possam comprometer a estratégia da Companhia, são realizadas entrevistas anuais com todos(as) executivos(as). Consideramos que um risco tem um impacto estratégico ou financeiro substantivo em nossos negócios se impactar uma unidade de negócios globalmente (se uma parte importante das operações for afetada pelo risco) ou se uma parcela significativa da receita for perdida devido a esse risco. Para definir um impacto substancial, utilizamos uma régua balizadora que relaciona os impactos financeiros em 3 escalas: 1) Baixa: que possa comprometer até 0,5% da receita bruta; 2) Média: que possa comprometer entre 0,5% a 1% da receita bruta; 3) Alta: que comprometa acima de 1% da receita bruta.” Esta avaliação é conduzida anualmente e apresentada no Comitê de Riscos e Comitê de Governança Corporativa e Sustentabilidade, com posterior aprovação junto ao Conselho de Administração. A matriz é composta por riscos de alta, média e baixa criticidade, dos quais elegemos dez de alta criticidade que integram a matriz <i>Casino Risk Solution</i> (CRS). Fazemos o monitoramento com base nos riscos altos e médios para cada negócio do Grupo, definidos junto aos(as) executivos(as)-chave e baseados nas quantificações dos Top 10 Main Risks, a serem acompanhados com os(as) <i>C-Levels</i>, seus(as) diretos(as) e pelo Comitê de Auditoria e o Conselho de Administração.</p>	<p>CDP C2.1, C2.1a, C2.1b, C2.2</p>



RECOMENDAÇÕES TCFD

RESPOSTA

REFERÊNCIA CDP

Gestão de Risco

Divulgar como a organização identifica, avalia e gerencia os riscos relacionados às mudanças climáticas

b) Descreva os processos utilizados pela organização para gerenciar os riscos relacionados às mudanças climáticas

Além do processo de gestão de riscos operacionais, como parte do processo de melhoria contínua adotado pelo Assaí, desde 2018 incorporamos uma matriz específica de riscos para os temas sociambientais, composta por cinco temas prioritários, 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.

CDP C2.1, C2.1a, C2.1b, C2.2

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

Realizamos ainda um amplo processo de mapeamento e priorização de categorias de produtos vendidos em nossas lojas associados às cadeias produtivas identificadas, a fim de estabelecer um plano de ação com horizonte de médio prazo para a abordagem proativa deles. Trabalhamos a partir de 3 riscos prioritários da companhia: Condições de trabalho, Combate ao Desmatamento e Biodiversidade. Esse processo identificou 28 cadeias produtivas a partir dos quatro riscos prioritários definidos em 2017. A análise e a priorização desse levantamento consideraram aspectos como a representatividade no faturamento, a existência e a relevância de Marcas Exclusivas em cada grupo e o percentual de matéria-prima presente no produto final. A partir desse estudo, direcionamos as ações e diretrizes, realizando diagnósticos sobre a situação de cada uma dessas cadeias, trabalhando com nossos times internos e fornecedores(as) para sensibilização e construção de uma atuação mais responsável, garantindo que os produtos vendidos em nossas lojas sejam produzidos de forma a respeitar o meio ambiente e os direitos humanos.

CDP C2.1, C2.1a, C2.1b, C2.2

MÉTRICAS E METAS

Divulgar as métricas e as metas utilizadas para avaliar e gerir riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas sempre que tais informações forem relevantes

a) Informe as métricas utilizadas pela organização para avaliar os riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas de acordo com sua estratégia e seu processo de gestão de riscos

O Assaí, em conjunto com o GPA, elaborou seu inventário de gases de efeito estufa seguindo a metodologia do GHG Protocol 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 *GHG Protocol*. A partir de 2021, o Assaí passará a reportar separadamente suas emissões, conforme cisão ocorrida em 2021.

CDP C4.2, C4.2a, C4.2b

Em 2021, as emissões da empresa totalizaram 88.972 tCO₂e no escopo 1, 68.148 tCO₂e no escopo 2 e 62.867 tCO₂e no escopo 3. O progresso do desempenho de compromissos e metas assumidos pela companhia é reportado periodicamente em nosso Relatório Anual de Sustentabilidade.

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

O Assaí reforçou seu compromisso com as mudanças climáticas e divulgamos a meta de reduzir em 38% as emissões absolutas de escopos 1 e 2 até 2030 (e 30% até 2025), com base no total emitido no ano de 2015. A estimativa é que, em 2025, o número de lojas seja três vezes maior do que em 2015. A meta está atrelada a remuneração variável da média e alta liderança, que inclui CEO e diretores, além dos cargos de consultores, coordenadores e gerentes e diretores desde lojas, Centrais de Distribuição e matriz.

CDP C6.1, C6.3, C6.5

c) Descreva as metas utilizadas pela organização para gerenciar os riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas, e o desempenho com relação às metas

Para isso, além de aprimorar as tecnologias implementadas referente a gases refrigerantes, entre as iniciativas previstas para o alcance da meta de mudanças climáticas está a migração de 100% do nosso parque de lojas de 2020 – 184 unidades - para o mercado livre de energia até dezembro de 2021, investindo em uma matriz 100% renovável de baixo impacto, proveniente de fontes eólica, solar, biomassa e pequenas hidrelétricas. Já para a redução de emissões vinculadas a gases refrigerantes (escopo 1), realizamos um diagnóstico profundo da utilização dos fluidos em nossa operação, considerando contexto regulatório e projeção de expansão de novas lojas, culminando em recomendações estratégicas e um roadmap de transição de tecnologias, apresentados e aprovados pelo Comitê de Governança Corporativa e Sustentabilidade, vinculado ao Conselho de Administração, cuja implementação do plano já está em andamento.

CDP C4.1, C4.1a, C4.1b, C4.2, C4.2a, C4.2b

Em 2022, com o intuito de aderirmos a iniciativa *Science Based Targets* (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.

***NOTA:**

Os dados de emissões anos-base 2020 passaram por reformulação após a divulgação do último relatório anual devido a ajustes solicitados por auditoria de terceira parte. Os dados de emissões ano-base 2021 estão sujeitos a mudança após conclusão do processo de verificação de terceira parte.



Créditos

Coordenação do projeto ASSAÍ

Diretoria de Gestão de Gente e Sustentabilidade

Diretoria de Relações com Investidores

Imprensa e Comunicação

Consultoria, Gestão do Projeto, Curadoria de Conteúdo, Redação

Global Conteúdo Estratégico

Projeto gráfico e diagramação

Fábio Francisco

Fotografia

Acervo Assaí

Filipe Fotos

Em caso de dúvidas, comentários ou sugestões sobre o Relatório Anual e de Sustentabilidade 2021 do Assaí: ri.assaí@assaí.com.br

assaí.com.br

ri.assaí.com.br

Ouvidoria:

Telefone: 0800 777 3377

E-mail: ouvidoria@assaí.com.br

Imprensa:

E-mail: imprensa@assaí.com.br

Espaço do Cliente

Telefone: 0800 773 2322 (telefone e *WhatsApp*)

assaí.com.br/espaco-do-cliente

