RELATÓRIO ANUAL E DE SUSTENTABILIDADE

2016





GPA





Pão de Açúcar · extra · minuto Pão de Açúcar · mini mercado extra · ASSAÍ ATACADISTA





sumário

Abertura

4 MENSAGEM DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO
6 MENSAGEM DA DIRETORIA
8 GPA EM 2016
12 NOSSO DESEMPENHO
14 SOBRE O RELATÓRIO
16 GOVERNANÇA ESTRUTURADA

Sustentabilidade na prática

22 CONTEXTO DA SUSTENTABILIDADE NO GPA
24 VALORIZAÇÃO DA NOSSA GENTE
40 CONSUMO E OFERTA CONSCIENTE
48 TRANSFORMAÇÃO NA CADEIA DE VALOR
54 GESTÃO DO IMPACTO AMBIENTAL
62 ENGAJAMENTO COM A SOCIEDADE

69 Indicadores



Mensagem do Conselho de Administração

Em mais um ano em que comprometimento, inovação e dinamismo foram fatores determinantes para a execução do plano estratégico do GPA, apresento com satisfação as principais diretrizes que guiaram o trabalho executado ao longo de 2016, que garantiram o crescimento dos negócios e o início da retomada dos resultados do Grupo.

Sustentados pela estratégia de foco contínuo no segmento alimentar e de otimização do portfólio de lojas, priorizamos esforços e investimentos nos formatos com maior potencial de crescimento e retorno, que atendem às demandas de consumidores cada vez mais exigentes e seletivos.

O Assaí, modelo lucrativo e de alto retorno, vem, mês a mês, ganhando participação e consolidando sua posição no mercado brasileiro. Em complemento ao acelerado crescimento orgânico – 11 novas lojas no ano –, disparamos o plano de conversões de lojas Extra Hiper em Assaí, com a inauguração de duas unidades em 2016. Ao todo, a bandeira fechou o ano com 13 inaugurações e 107 unidades, com presença em 16 Estados brasileiros.

Continuamos a desenvolver formatos mais promissores, com a expansão do Minuto Pão de Açúcar, e introduzimos neste ano o inovador conceito Aliados CompreBem. Este modelo de negócios, de parceria inédita com pequenos comerciantes no mercado brasileiro, fechou o ano com 102 lojas em operação. O Pão de Açúcar segue demonstrando resiliência em seu posicionamento *premium*, com ganhos de participações de mercado há mais de dois anos.

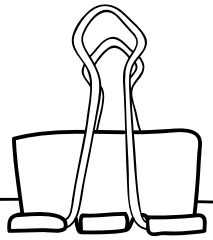
Entre os destaques do ano está a retomada do Extra, especialmente o formato de Hipermercados. Graças às novas iniciativas comerciais implementadas ao longo de 2016, a bandeira apresentou crescimento de fluxo de clientes e recuperação de volume, com ganhos de participações de mercado, por nove meses consecutivos.

Ao longo do ano, avançamos também na disseminação do conceito de desenvolvimento sustentável entre os principais públicos de relacionamento do Grupo, sendo este um eixo estratégico para o GPA, sob a perspectiva econômica, social e ambiental. E, norteada pelo propósito do Grupo, *Pelo Poder de Escolher*, a Companhia fortaleceu seu compromisso de satisfazer o cliente em todos os pontos de contato, a partir de processos simples, melhorias contínuas e impacto real na vida de milhões de brasileiros.

Em 2017, seguimos confiantes na recuperação da economia brasileira e reiteramos nossa visão estratégica e compromisso de longo prazo com o país, orientando nossos negócios à excelência do atendimento, oferta variada de produtos e serviços que possam responder, com eficiência, às necessidades e desejos dos nossos consumidores.

Com a confiança e a visão de longo prazo que sempre pautaram o compromisso do Grupo Casino com o Brasil, apoiados pelo Conselho de Administração, a diretoria executiva do GPA, ao lado de todos os colaboradores, seguirá firme com as medidas iniciadas em 2016, zelando pelo maior interesse do cliente, da sociedade, e dos públicos com quem se relaciona.

Jean-Charles Naouri
Presidente do Conselho de Administração



Mensagem da Diretoria

O ano de 2016, assim como o de 2015, caracterizou-se por um período de desafios, no qual o cenário macroeconômico se manteve recessivo, com o(a) consumidor(a) mais seletivo(a), após uma década de expansão acelerada do varejo brasileiro.

A resposta do GPA a essa transformação das condições do mercado começou com uma revisão profunda dos fundamentos básicos do varejo, como o sortimento das lojas, a maneira como gerimos o mix de produtos e nossa capacidade de fazer as melhores compras e oferecer ao (à) cliente as promoções e condições mais atraentes.

Fazer o essencial com mais eficiência, prezando pela agilidade e pela simplicidade, foi uma de nossas diretrizes. Esse esforço alcançou a estrutura corporativa do GPA e se estendeu ainda às práticas de governança corporativa: simplificamos nossas estruturas internas e tornamos mais robusto e efetivo o relacionamento entre nossos comitês executivos e o Conselho de Administração.

Em relação aos negócios, avançamos numa análise estratégica do nosso portfólio, o que permitirá um crescimento mais equilibrado, principalmente em formatos de maior retorno. Assim, priorizamos a abertura de novas lojas nos modelos mais aderentes ao seu entorno – o atacado de autosserviço Assaí, as lojas de Proximidade do Minuto Pão de Açúcar e o Pão de Açúcar –, além do fechamento de unidades não rentáveis.

Iniciamos, ainda, um processo de mudança de bandeiras de ativos já existentes, convertendo duas unidades de Extra Hiper em Assaí, cujos resultados iniciais têm superado as nossas expectativas. Para 2017, vamos acelerar esse cronograma, com a inauguração de aproximadamente 15 unidades de Assaí convertidas. Ao lado de lojas novas a ser inauguradas, entre 6 e 8 unidades, as conversões terão o efeito de acelerar a expansão da bandeira de "atacarejo" do GPA para mais cidades e Estados brasileiros.

Nossos resultados em 2016 revelam que estamos no caminho certo. O segmento alimentar do GPA registrou crescimento de 11,4% das receitas líquidas sobre o ano anterior – o que é ainda mais notável quando se leva em conta o cenário recessivo. No resultado geral, sobressaem os números da bandeira Assaí, com crescimento de 38,6% nas vendas no ano. Tal evolução é reflexo da assertividade da expansão realizada em 2016, com 13 novas lojas, e demonstra que o nosso posicionamento está alinhado ao atual contexto econômico.

No segmento de Proximidade, tivemos a alegria de ver nossas lojas do Minuto Pão de Açúcar escolhidas pelo site canadense Canadian Grocer como um dos 25 supermercados que devem ser conhecidos no mundo todo. Além disso, lançamos o projeto Aliados CompreBem – formato de parceria entre o GPA e pequenos(as) e médios(as) comerciantes –, que chegou ao patamar de 102 lojas em operação.

No Multivarejo, ajustamos as dinâmicas comerciais e a operação da bandeira Extra para estarmos em sintonia com a tendência de



consumo dos(as) clientes, cada vez mais sensíveis às promoções e desejando manter o seu poder de compra. As novas dinâmicas, lançadas ao longo de 2016, começam a surtir resultados, com aumento de volume de vendas e uma tendência consistente de ganho de *market share*.

Tomamos uma importante decisão estratégica ainda em 2016: concentrar o foco do GPA no segmento alimentar – nosso *core business* –, o que nos levou a anunciar, no final do ano, o início do processo de venda da Via Varejo. Os recursos a ser levantados na operação, que deve se concretizar em 2017, serão investidos em ações para consolidar e ampliar as participações de mercado do GPA no segmento alimentar, considerando a oportunidade de investimentos futuros e perspectivas de crescimento e retorno do consumo no varejo de alimentos nos próximos anos.

Com relação à sustentabilidade, também demos passos importantes em 2016: incluímos indicadores de diversidade e de eficiência energética no cálculo da remuneração variável. Além disso, trabalhamos mais fortemente na promoção da diversidade, com foco nos públicos estratégicos para a Companhia. Tivemos, também, avanços na redução do impacto socioambiental das nossas atividades. A nova Política de Compra de Carne Bovina do Grupo, lançada neste ano, nos permite controlar 98% da carne bovina que comercializamos, garantindo a conformidade socioambiental da origem direta dos produtos. Todos os projetos desenvolvidos sempre estão alinhados aos princípios do Pacto Global da Organização das Nações Unidas (ONU).

Entramos em 2017 enfrentando ainda um panorama econômico tão desafiador quanto o que atravessamos em 2016, porém estamos com uma empresa mais preparada e estruturada. Seguimos cautelosos, mas confiantes de que esse cenário vá evoluir de forma positiva ao longo do ano e de que chegaremos ao segundo semestre com uma perspectiva mais animadora.

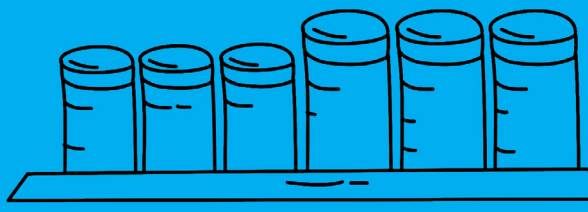
Seguiremos com o mesmo rigor e disciplina nas ações e nos investimentos, de forma a assegurar os interesses dos(as) acionistas, o crescimento sustentável da Companhia e, ao mesmo tempo, concretizar a missão a que nos propusemos – crescer de maneira sustentável, com o foco no(a) cliente, simplificando a operação de acordo com as melhores práticas de gestão, em todas as nossas atividades.

Ronaldo Iabrudi
Diretor-Presidente

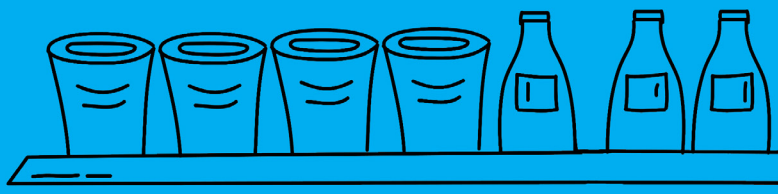
GPA em 2016



MARCADO POR DESAFIOS, O ANO DE 2016 FOI UM PERÍODO EM QUE BUSCAMOS FAZER MAIS COM MAIS EFICIÊNCIA, PREZANDO PELA AGILIDADE E PELA SIMPLICIDADE. NAS PRÓXIMAS PÁGINAS VOCÊ CONFERE OS PRINCIPAIS NÚMEROS DO GPA*.



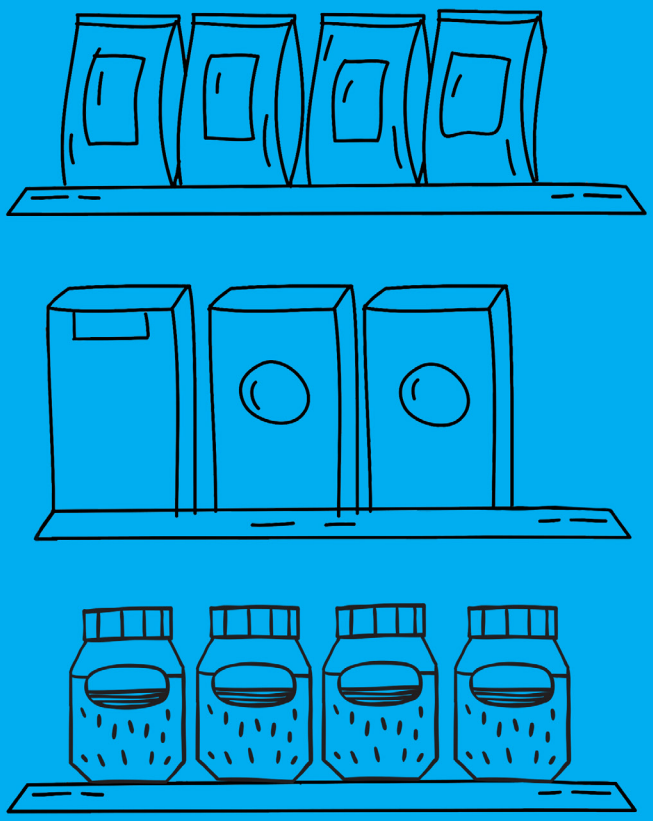
100.605 COLABORADORES(AS)



R$ 45 bilhões
DE RECEITA BRUTA ALIMENTAR

1.135 PONTOS DE VENDA

23 CENTROS DE DISTRIBUIÇÃO E ENTREPOSTOS



30 novas lojas

inauguradas, das quais:

- **13** > Assaí
  (duas convertidas a partir de lojas Extra Hiper)
- **14** > Minuto Pão de Açúcar
  (uma convertida a partir de Minimercado Extra)
- **2** > Pão de Açúcar
- **1** > Minimercado Extra

**Dados em 31/12/2016.*

GPA em 2016*

extra

Bandeira do GPA pensada para atender o (a) cliente em diversas ocasiões e necessidades, com os formatos de **hipermercado, supermercado, drogarias e postos de combustível.** Oferece alimentos, eletroeletrônicos, roupas e produtos para casa e carro.

328 lojas**

Pão de Açúcar

Rede de supermercados *premium* do GPA, oferece desde produtos básicos até serviços como consultoria de vinhos e atendimento especializado em queijos. **É referência em inovação** no varejo e na promoção de conceitos de vida saudável e sustentabilidade.

185 lojas

ASSAÍ ATACADISTA

Atacado de autosserviço (*cash and carry*) voltado para clientes de micro e pequenas empresas e consumidores(as) finais que buscam compras em volume a preços competitivos. Oferece mais de 7 mil itens de mercearia, alimentos, perecíveis, bebidas, bazar, embalagens, higiene e limpeza.

107 lojas

minuto Pão de Açúcar

Marca de Proximidade *premium*, cujas lojas de vizinhança, de 300 m² em média, oferecem sortimento diferenciado em ambiente prático e acolhedor. **Prioriza a conveniência do(a) cliente**, com atendimento e serviços personalizados e iniciativas de sustentabilidade.

77 lojas

mini mercado extra

Marca de Proximidade voltada para as necessidades do dia a dia, em especial produtos básicos e perecíveis frescos, em lojas de cerca de 300 m². Seus diferenciais são os **preços competitivos e a proximidade com os (as) consumidores(as)** da vizinhança.

207 lojas

ALIADOS CompreBem

O GPA trabalha com **pequenos(as) e médios(as) comerciantes localizados(as) nos bairros** onde estão as bandeiras da Companhia. Participam da iniciativa pequenas lojas de supermercados independentes.

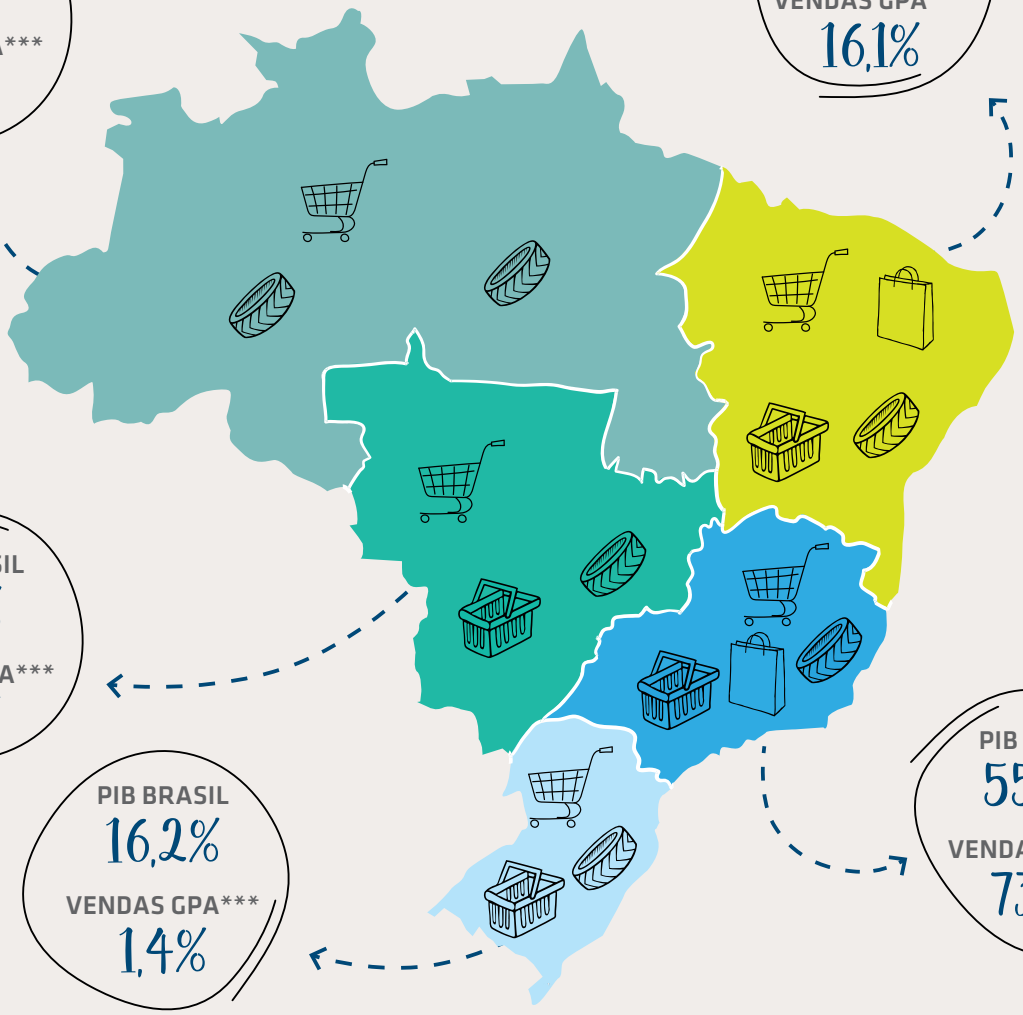
102 parceiros

ACIONISTAS	ON	PN	TOTAL	%
Grupo Éxito	49,8	0,0	49,8	18,7%
Grupo Casino	49,8	10,9	60,7	22,8%
Diretores(as) e Conselheiros(as)	-	0,2	0,2	0,1%
Ações em Tesouraria	-	0,2	0,2	0,1%
Free-float	0,1	155,1	155,1	58,3%
TOTAL	**99,7**	**166,4**	**266,1**	**100,0%**

**Ao final de 2016.*
***Não inclui 76 postos e 155 drogarias.*

PIB BRASIL
5,4%
VENDAS GPA***
1,1%

PIB BRASIL
13,4%
VENDAS GPA***
16,1%



PIB BRASIL
9,6%
VENDAS GPA***
8,5%

PIB BRASIL
16,2%
VENDAS GPA***
1,4%

PIB BRASIL
55,4%
VENDAS GPA***
73,3%

Região	Super	Hiper	Atacado de autosserviço	Proximidade	Total
Norte	-	1	2	-	3
Nordeste	36	19	26	7	88
Centro-Oeste	16	15	11	-	42
Sudeste	323	97	66	277	763
Sul	4	2	2	-	8



****Participação nas vendas brutas do GPA no 4T16.*



Nosso desempenho*

Alimentar

› O segmento alimentar do GPA faturou **R$ 45 bilhões** em 2016, representando um crescimento de **11,7%** sobre o ano anterior.

› O Ebitda ajustado[1] atingiu **R$ 2,2 bilhões** em 2016, mesmo em um cenário econômico adverso para o consumo.

› Para a Unidade de Negócios Multivarejo (Pão de Açúcar, Extra, Proximidade e GPA Malls), o Ebitda ajustado[1] foi de R$ 1,5 bilhão, com margem de **5,6%**.

› Para a bandeira Assaí, o Ebitda ajustado[1] aumentou **54,5%**; a margem alcançou 4,7%, com expansão de **0,5 ponto percentual**.

› Redução do nível de alavancagem: relação dívida líquida[2]/Ebitda de 0,3x e melhora de R$ 357 milhões na dívida líquida[2].

› Os investimentos somaram R$ 1,2 bilhão em 2016.

Extra

› Faturamento de **R$ 18,3 bilhões**.

› Implementação da nova estratégia comercial para reforçar a imagem de preço competitivo, oferecendo uma **economia na compra completa do(a) cliente**, através das seguintes dinâmicas: "1,2,3 Passos da Economia", "Hiper-Feira" e "O Mais Barato".

› Aceleração sequencial das vendas da bandeira ao longo do ano, com destaque para a recuperação das **vendas do Hipermercado**, que foi o formato mais impactado pela migração de canais diante da recessão da economia.

› **Extra Hiper:**

- Ganho de *market share* em volume nas dez últimas medições de 2016, segundo Nilsen.
- Recuperação do volume em cerca de 9 pontos percentuais desde o 1T16.
- O fluxo de clientes melhorou 7,5 pontos percentuais desde o início das novas dinâmicas comerciais.

(1) Ebitda ajustado pela linha "Outras despesas e receitas operacionais", eliminando, dessa forma, receitas e despesas extraordinárias.
(2) Inclui R$ 241 milhões de recebíveis de cartão de crédito não descontados no 4T16 e R$ 136 milhões no 4T15.

Pão de Açúcar

- Faturamento de **R$ 7,3 bilhões**.
- A bandeira *premium* do GPA encerrou o ano de 2016 com **elevado patamar de rentabilidade**, o mais alto entre as bandeiras do GPA Alimentar.
- O foco no monitoramento, na melhoria do nível de serviço, no atendimento diferenciado e no sortimento permitiu a manutenção do *market share* da bandeira por mais de dois anos.
- Clientes do programa Mais já representam **mais de 70%** das vendas da bandeira.

Proximidade

- Faturamento de **R$ 1,2 bilhão** e crescimento sustentável das vendas mesmas lojas, acima da inflação e com ganhos de *market share*.
- Em 2016, a rentabilidade do negócio foi **2,5 pontos percentuais** superior a 2015, decorrente da melhoria dos processos e do aumento de escala.
- A maior seletividade do plano de crescimento prioriza o Minuto Pão de Açúcar, que demonstra um **melhor retorno de maneira consistente**.
- O projeto Aliados Compre Bem chegou a **102 lojas** em operação.

Assaí

- O faturamento da bandeira atingiu **R$ 15,7 bilhões** em 2016; o avanço sobre o ano anterior foi de **39,2%**.
- As vendas aumentaram **18,6%** no conceito (mesmas lojas); o fluxo de clientes teve crescimento de **dois dígitos**.
- O Assaí passou a responder em 2016 por **35% do faturamento** do segmento alimentar, ante 28% em 2015.
- O ganho de *market share* do atacado de autosserviço foi de **cerca de 4 pontos percentuais** no ano, em um setor de forte crescimento.
- Assertividade da expansão: **13 novas lojas** nos últimos 12 meses, sendo 2 conversões. Entrada em **3 novos Estados** em 2016 e presença em todas as regiões do País.



AS LOJAS CONVERTIDAS DE EXTRA PARA ASSAÍ SUPERARAM AS EXPECTATIVAS COM CRESCIMENTO DE VENDAS **SUPERIOR A 2,5 VEZES** E COM MELHORA DA RENTABILIDADE.

O Conselho de Administração do GPA, em prosseguimento ao processo de avaliação de alternativas estratégicas envolvendo o investimento da Companhia na Via Varejo, autorizou a Diretoria a iniciar um processo de alienação da participação no capital da Via Varejo, o que foi tornado público por meio de fato relevante divulgado em novembro de 2016. Como consequência desse processo, as atividades da Via Varejo passaram a ser tratadas pela Companhia em uma única linha no resultado como "operações descontinuadas", e também em uma única linha nos ativos e passivos como mantidos para venda, conforme IFRS 5, razão pela qual os dados relativos às atividades da Via Varejo não estão reportados neste relatório. Para acesso e informações acerca do Relatório Anual e de Sustentabilidade da Via Varejo,* ***clique aqui**.*

Sobre o Relatório*

O Relatório Anual e de Sustentabilidade 2016 do GPA apresenta informações e realizações relativas ao período de 10 de janeiro a 31 de dezembro de 2016.

O relato obedece à metodologia utilizada internacionalmente pelo Grupo Casino para indicadores de sustentabilidade, considerando o período de 10 de outubro de 2015 a 30 de setembro de 2016. Os temas e tópicos priorizados neste relatório estão de acordo com um estudo de materialidade realizado em 2014 para as operações do GPA no Brasil, um conjunto de compromissos de sustentabilidade alinhados com as políticas adotadas globalmente pelo Grupo Casino. São eles:

- consumo e oferta consciente;
- valorização da nossa gente;
- transformação na cadeia de valor;
- gestão do impacto ambiental;
- engajamento com a sociedade.

Esses cinco pilares estruturam a seção central do Relatório (**parte 2**), na qual são apresentadas, de maneira concisa, as principais políticas e ações empreendidas pelo GPA em 2016. Para cada um dos compromissos é apresentado pelo menos um case ilustrativo da aplicação e dos resultados das iniciativas relatadas, além de uma avaliação do cumprimento das metas estabelecidas para o ano de 2016 e uma descrição das metas assumidas para 2017.

A seção inicial (**parte 1**) – da qual faz parte este capítulo – reúne os textos de apresentação do Relatório, incluindo as mensagens do Conselho de Administração e da Diretoria e o capítulo intitulado GPA em 2016, no qual são resumidos

O Conselho de Administração do GPA, em prosseguimento ao processo de avaliação de alternativas estratégicas envolvendo o investimento da Companhia na Via Varejo, autorizou a Diretoria a iniciar um processo de alienação da participação no capital da Via Varejo, o que foi tornado público por meio de fato relevante divulgado em novembro de 2016. Como consequência desse processo, as atividades da Via Varejo passaram a ser tratadas pela Companhia em uma única linha no resultado como "operações descontinuadas", e também em uma única linha nos ativos e passivos como mantidos para venda, conforme IFRS 5, razão pela qual os dados relativos às atividades da Via Varejo não estão reportados neste relatório. Para acesso e informações acerca do Relatório Anual e de Sustentabilidade da Via Varejo,* ***clique aqui**.*

números e fatos relevantes que retratam a Companhia no ano em pauta. Também faz parte desta seção um capítulo que relata a evolução ocorrida nas práticas de governança corporativa e *compliance* do Grupo.

Em seguida à seção central, um conjunto de anexos (**parte 3**) reúne as demonstrações de desempenho econômico e financeiro e outros indicadores de sustentabilidade. Trata-se de materiais de consulta para os (as) leitores(as) que desejarem conhecer em maior detalhe os dados e fatos narrados no Relatório. Em alguns dos textos, de qualquer das três grandes seções, são sugeridos ainda links e remissões para outras publicações do GPA, nas quais os (as) leitores(as) poderão encontrar informações mais detalhadas sobre os temas abordados.

No seu conjunto, o Relatório 2016 busca dar respostas a uma questão: o que significa a sustentabilidade, em todas as suas dimensões, para uma grande empresa de varejo como o GPA? Esperamos ter alinhado aqui conceitos, exemplos e dados que permitam ao (à) leitor(a) ter sua curiosidade esclarecida.



Governança estruturada

O GPA buscou, em 2016, simplificar suas estruturas de negócios e avançar no aperfeiçoamento dos padrões de gestão e governança que adota, dando continuidade a diretrizes e políticas iniciadas nos anos anteriores (*veja mais nas mensagens do Conselho de Administração e da Diretoria e no capítulo GPA em 2016, nesta seção do Relatório*). Temos um sistema estruturado de governança corporativa, sustentado pela qualidade dos órgãos de direção, dos comitês atuantes e das políticas, e respaldado pela presença de membros independentes no Conselho de Administração.

Nosso modelo de gestão engloba todos os negócios, respeitando as características e o posicionamento de cada bandeira. As práticas, os processos e os controles incentivados e adotados pela Companhia asseguram o atingimento de seus objetivos e contribuem para a construção de relações sustentáveis e transparentes, a prestação de informações confiáveis e tempestivas e o tratamento equânime de todos(as) os (as) *stakeholders*.

O sistema de governança do GPA é liderado pelo Conselho de Administração e pela Diretoria Executiva – esta é responsável pela gestão dos negócios de acordo com as diretrizes estratégicas estabelecidas pelo Conselho de Administração. Composto de 11 membros, com mandato de 2 anos, o Conselho se reúne ao menos 6 vezes por ano para deliberar sobre a condução dos negócios do Grupo e sua governança. Entre as atribuições do órgão está a de eleger os (as) Diretores(as) e a supervisão da alta administração.

Quatro dos(as) 11 integrantes do Conselho são independentes; trata-se de um exemplo de prática de governança que supera os padrões estabelecidos pelos mercados nos quais atuamos – o GPA integra o nível 1 de governança da BM&FBovespa, no Brasil, e o nível III de ADRs na New York Stock Exchange (NYSE), nos Estados Unidos.

Comitês

O Conselho de Administração conta com a assessoria de cinco comitês, compostos de três a cinco membros cada um. São eles:

1. Auditoria;
2. Desenvolvimento Sustentável;
3. Financeiro;
4. Governança Corporativa;
5. Recursos Humanos e Remuneração.

Diretoria Executiva

NOME	CARGO
Ronaldo Iabrudi	Diretor-Presidente
Christophe José Hidalgo	Diretor Vice-Presidente de Finanças
Antonio Salvador	Diretor Vice-Presidente de Recursos Humanos e Gestão
Belmiro Gomes	Diretor de Negócios de Atacado
Luis Emilio Moreno Sanchez	Diretor Vice-Presidente de Negócios do Multivarejo
Luiz Henrique Costa	Diretor de Negócios do GPA Malls
Peter Estermann	Diretor-Presidente da Via Varejo



A dinâmica de relacionamento entre os comitês e o Conselho busca o equilíbrio entre diretrizes estratégicas e considerações operacionais, assegurando que todos os temas sejam ampla e exaustivamente discutidos antes de submetidos à decisão final.

Em 2016, o Conselho e seus comitês de assessoramento fizeram 71 reuniões para deliberar sobre questões relevantes para o GPA. Foram abordados nessas reuniões, entre outros temas, o planejamento estratégico 2017/2019; os programas de *compliance* e de cultura; as transações entre partes relacionadas; e o novo Código de Ética do Grupo.

O Conselho também aprovou, em 2016, a integração completa dos negócios de comércio eletrônico da Cnova à unidade Via Varejo. A execução dessa iniciativa representou uma demonstração dos altos padrões de governança praticados pela Companhia.

O GPA se absteve de exercer seu direito de voto na assembleia da Via Varejo que deliberou sobre a combinação das duas Companhias, aprovada pelos(as) acionistas minoritários(as) com um índice de adesão de 94%. O Conselho decidiu ainda, no final do ano, dar início ao processo de alienação da participação da Companhia no capital social da Via Varejo, em decorrência da diretriz estratégica de consolidar sua posição no varejo alimentar (*veja mais no capítulo Sobre o Relatório, na página 14*).



BOAS PRÁTICAS

O GPA aperfeiçoa continuamente sua governança corporativa. Entre as práticas adotadas pela Companhia, podem ser destacadas:

- autoavaliação periódica do Conselho de Administração e dos comitês de assessoramento (em 2016, demos início a um novo ciclo de autoavaliação; as recomendações e as mudanças decorrentes desse processo serão implantadas em 2017);
- comitê de Auditoria instalado nos termos da ICVM 509;
- comitê de Ética e Comitê de Divulgação compostos de Diretores(as) Executivos(as) da Companhia;
- plano de Sucessão analisado pelo Comitê de Recursos Humanos e pelo Conselho de Administração (*veja mais no capítulo Valorização da Nossa Gente, na página 24*);
- política para Transações com Partes Relacionadas sólida;
- programa de *Compliance* (*veja mais no item seguinte deste capítulo*).

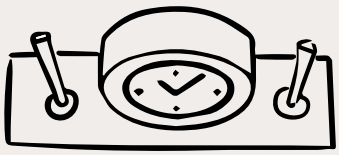
ÉTICA E *COMPLIANCE*

faça o CERTO do jeito CERTO

O mote que dá título a esta página circulou em 2016 por todos os negócios do GPA, em materiais de treinamento e em uma campanha interna de divulgação do Programa de *Compliance* do Grupo. A frase **Faça o Certo do Jeito Certo** sintetiza o esforço da alta administração do GPA para disseminar o nosso compromisso com o respeito às leis e com a integridade das operações em qualquer circunstância.



Os programas e as atividades de gestão de ética e *compliance* do GPA passaram por uma reestruturação em 2016. Uma equipe corporativa dedicada a esses temas foi formada, respondendo à Diretoria de Auditoria.



PROGRAMA DE *COMPLIANCE*

Um programa vem sendo desenvolvido desde 2015 e ganhou força ao longo do ano passado, visando à divulgação e à implementação dos parâmetros de integridade corporativa estabelecidos pelo Decreto nº 8.420, que regulamenta a Lei Anticorrupção, em vigor desde 2014.

A implantação desse conjunto abrangente de iniciativas estruturadas tem ainda o efeito de sinalizar, internamente e para a sociedade, o comprometimento inequívoco da alta direção do GPA – compreendendo o Conselho de Administração, a Diretoria Executiva e os comitês de assessoramento – com as políticas e os controles estabelecidos no Programa de *Compliance*. Questões relativas a ética e *compliance* fizeram parte integral das agendas dos órgãos de direção do Grupo ao longo de 2016.



As principais iniciativas realizadas no ano:

- revisão e atualização do Código de Ética do GPA, com atenção à linguagem e à diagramação, visando à maior proximidade com todos(as) os (as) colaboradores(as); o Código foi lançado oficialmente no Fórum Executivo e será objeto, em 2017, de campanha de divulgação na sede e para todas as lojas do GPA;
- campanha de comunicação para divulgar internamente as políticas da empresa, em especial as normas anticorrupção, de doações e patrocínios, e aquelas relativas a conflitos de interesse;
- estruturação e divulgação de canais de ouvidoria, para recebimento de dúvidas e denúncias de colaboradores(as), de forma confidencial, para cada unidade de negócio;
- estabelecimento de comitês de Ética e de *Compliance* em todas as unidades de negócios, que tratam de temas relacionados ao Código de Ética e recebem reportes periódicos da Ouvidoria sobre denúncias recebidas nesse canal;
- inclusão do tema Ética e *Compliance* na agenda dos comitês executivos e do Conselho de Administração; da mesma forma, apresentação sobre o Programa de *Compliance* nos fóruns corporativos e operacionais dos quais participam Diretores(as), Gerentes e colaboradores(as);
- criação de páginas de ética e *compliance* nos sites institucional e de relações com os (as) investidores(as) do GPA, nos quais estão disponíveis ao público externo o Código de Ética do Grupo e a norma anticorrupção;
- realização de análise de riscos relacionada à Lei Anticorrupção, para cada unidade de negócio, com o objetivo de direcionar e priorizar as ações do Programa de *Compliance*;
- adesão ao Pacto Empresarial pela Integridade e contra a Corrupção, patrocinado pelo Instituto Ethos;
- atualização de cláusulas contratuais e implementação da análise de riscos de terceiros(as), que ajuda a administração do GPA a identificar eventuais riscos relacionados à Lei Anticorrupção em seus (suas) parceiros(as) de negócio;
- participação em fóruns de trabalho com empresas de diferentes setores, nos quais se discutem melhores práticas de *compliance*, o que nos ajuda a aprimorar o Programa, nossas políticas e controles internos;
- distribuição a Diretores(as) e Gerentes de uma caixa com material sobre as políticas de ética e *compliance* do GPA, apresentando exemplos práticos de solução de dúvidas e procedimentos (*veja mais no quadro na página 20*).

UM KIT PARA O DIA A DIA

Diretores(as) e Gerentes do GPA têm disponível em seus locais de trabalho uma caixa com material impresso que explica conceitos, esclarece dúvidas e define procedimentos relacionados ao Programa de *Compliance*. Os seguintes temas são abordados no material:

- a Lei Anticorrupção;
- a Ouvidoria (reestruturada como canal de detecção de fraudes e corrupção, a Ouvidoria do GPA recebeu mais de 13 mil denúncias em 2016, sendo que 100% dos casos foram apurados e tratados);
- política para recebimento de brindes, presentes, viagens e entretenimento;
- política de doações, contribuições e patrocínios (são proibidas as doações para partidos políticos e campanhas eleitorais);
- política para evitar ou solucionar conflitos de interesses;
- procedimentos de relacionamento e acordos com agentes públicos(as) e atendimento à fiscalização;
- procedimento de análise de riscos de terceiros(as), em especial no caso de prestadores(as) de serviços.



FOI DESENVOLVIDO AINDA UM PROGRAMA DE TREINAMENTOS PRESENCIAIS E VIA *E-LEARNING* SOBRE O CÓDIGO DE ÉTICA E A LEI ANTICORRUPÇÃO, DO QUAL PARTICIPARAM, EM 2016, MAIS DE 600 GESTORES(AS) E COLABORADORES(AS). OS TREINAMENTOS ALCANÇARAM TODOS OS NÍVEIS FUNCIONAIS, DA DIRETORIA EXECUTIVA AOS (ÀS) NOVOS(AS) COLABORADORES(AS) QUE CHEGAM AO GPA, PASSANDO POR ATUAIS E FUTUROS(AS) GERENTES DE LOJAS.

Gestão de riscos

A estrutura de Gestão de Riscos do GPA foi revista em 2016, paralelamente à ampliação das atividades de Ética e *Compliance*. As duas equipes foram postas lado a lado no âmbito da Diretoria de Auditoria – um desenho institucional que permite uma ação coordenada e permanente dessas duas áreas correlatas, seja para levantar e analisar os riscos existentes, seja para atuar com os times operacionais e de gestão que terão a responsabilidade de eliminá-los ou mitigá-los.

A Companhia dispõe, desde 2015, de uma matriz que lista 285 riscos diferentes, dos quais 85 foram selecionados para tratamento prioritário em 2016. A matriz de riscos será atualizada e simplificada em 2017, levando em conta a reestruturação do GPA em três grandes unidades de negócios apoiadas por áreas transversais.

EM 2017, A MATRIZ DE RISCOS DO GPA SERÁ ATUALIZADA; A MATRIZ ORIGINAL, DE 2015, RELACIONA 285 RISCOS DISTINTOS PARA TODOS OS NEGÓCIOS DA COMPANHIA.



O trabalho da Gestão de Riscos abrange todo tipo de riscos corporativos, em um escopo que vai além dos riscos financeiros tradicionalmente percebidos. Um aspecto, por exemplo, é a gestão da própria continuidade do negócio, a partir da avaliação dos riscos em processos-chave ao longo da cadeia de valor do GPA.

Uma consultoria contratada avaliou em 2016, por meio de mais de 70 entrevistas, quais são os principais processos do GPA sujeitos a esse tipo de risco. Para tais processos, foram identificados os riscos e os impactos de negócio e, com base nessa análise, serão elaborados os planos de recuperação de negócio: roteiros detalhados com as manobras a ser adotadas para enfrentar situações de crise, acidentes ou desastres naturais, em particular nas áreas de logística e tecnologia, com o objetivo de garantir a continuidade da operação dos processos críticos, minimizando impactos para o negócio.

Sustentabilidade na prática

1 Contexto da sustentabilidade no GPA

A sustentabilidade é um dos pilares estratégicos do GPA. Somos um grupo presente em 22 Estados e no Distrito Federal, por meio de uma rede capilarizada de pontos de venda, centros de distribuição e escritórios administrativos. Tal condição faz da Companhia uma força no varejo brasileiro e traça um rumo claro para nossa atuação em termos de crescimento sustentável.



Há três anos, o GPA definiu para si uma missão de sustentabilidade que leva em conta um amplo contexto socioambiental. Buscamos ser um agente transformador da sociedade, por meio da adoção das melhores práticas em nossas atividades e em nossos negócios. E, para nós, isso significa manter um forte compromisso social a partir do impacto que podemos ter na vida dessas pessoas e das comunidades onde atuamos – ao lado da preocupação permanente com os temas ambientais.

Essa abordagem nos levou a aproximar, no desenho da organização, a área responsável por desenvolver práticas sustentáveis e os times que cuidam da nossa gente. Por isso, a área de Sustentabilidade Corporativa faz parte da Vice-Presidência de Recursos Humanos e Gestão, de maneira a facilitar uma atuação bem afinada das equipes em todas as questões relevantes para o meio ambiente e a sociedade.

Tal proximidade permite disseminar com fluidez, por toda a Companhia, a importância central desse tema para nossas atividades no dia a dia. Lançamos mão, para tanto, das variadas ferramentas de treinamento e comunicação adotadas no GPA. Nosso propósito é, cada vez mais, integrar a sustentabilidade aos negócios, de forma que não se possa mais falar de prioridades isoladas para uma ou outra área. Em 2016, por exemplo, indicadores de sustentabilidade começaram a fazer parte das metas a ser atingidas pelos(as) colaboradores(as) que recebem bônus de remuneração variável (*leia mais no quadro na página 23*).

No intuito de reforçar a sustentabilidade como pilar estratégico dos negócios, estamos em linha com as diretrizes do Grupo Casino. A Política de Sustentabilidade do GPA é baseada em cinco compromissos, os quais correspondem às diretrizes adotadas globalmente pelo Casino. Esses compromissos foram referendados como relevantes para o Grupo, no Brasil, por um trabalho de materialidade levado a efeito em 2014 (*veja quadro na página ao lado*).

COMPROMISSOS DE SUSTENTABILIDADE DO GPA



- CONSUMO E *oferta consciente*
- VALORIZAÇÃO DA *nossa gente*
- TRANSFORMAÇÃO NA *cadeia de valor*
- ENGAJAMENTO COM *a sociedade*
- GESTÃO DO *impacto ambiental*

Os temas desdobrados a partir desses compromissos e os indicadores que derivam deles são relatados na parte final desta publicação.

Sustentabilidade na remuneração variável

Em 2016, uma parcela dos bônus recebidos pelos(as) colaboradores(as) com direito a remuneração variável (RV) foi atrelada a um grupo de três indicadores de sustentabilidade, chamado de Índice de Sustentabilidade & Diversidade. São eles:

- **o percentual de mulheres em cargos de liderança** (gerência e acima)
- **o percentual de colaboradores(as) com deficiência**
- **o consumo de energia por m² em áreas de venda**

Os índices foram desdobrados por negócio e o GPA foi a primeira subsidiária do Grupo Casino a adotar esse tipo de critério em programas de remuneração variável.
Nas próximas páginas, você confere – em cada um dos pilares de sustentabilidade – os principais destaques do GPA.

2 Valorização da nossa gente

Para uma empresa movida por gente, a cultura organizacional é sempre um tema de grande relevância estratégica, pois garante a perenidade de grandes empreendimentos em médio e longo prazos.

Por essa razão, em 2016, o GPA revisou seu propósito e redefiniu os valores corporativos, dando maior significado à existência do Grupo. Esses valores refletem as práticas do dia a dia dos(as) nossos(as) colaboradores(as), que perpetuam o sucesso de cada uma das unidades de negócio, resumindo o poder do GPA de criar múltiplas oportunidades.

Com esse trabalho, tornamos mais claro – para nossos(as) colaboradores(as), fornecedores(as), clientes e investidores(as) – qual é a nossa razão de ser e no que acreditamos para continuar trilhando esse caminho de sucesso.

O PROPÓSITO:

Pelo poder de escolher

Escolhemos evoluir e inovar, criando tendências, aprimorando formatos de negócios e construindo, a cada necessidade de consumo, um novo mundo de oportunidades. Escolhemos oferecer alimentos, produtos de bazar, eletrodomésticos, eletroeletrônicos, produtos de limpeza e higiene. Atendemos famílias e empreendedores(as) do norte ao sul do País, tanto em lojas físicas como pela internet.

Sabemos que o ato de compra é uma expressão de liberdade de escolha, por isso proporcionamos aos (às) nossos(as) diversos(as) *stakeholders* uma multiplicidade de formatos, canais e sortimento.

O GPA é um dos maiores e melhores grupos de distribuição do Brasil porque acredita que poder escolher é sempre a melhor escolha.





OS VALORES:

PODER DA simplificação

Simplificamos nossas discussões, processos e planos, sendo pragmáticos para garantir que as nossas ações sejam eficientes e aconteçam de forma ágil e do jeito certo.

PODER DE escolha do(a) cliente

Tudo o que fazemos é para sermos, sempre, a primeira escolha dos(as) nossos(as) clientes.

PODER DE impactar pessoas

Valorizamos nossa capacidade de impactar positivamente a vida de milhares de pessoas, construindo uma sociedade diversa e melhor.

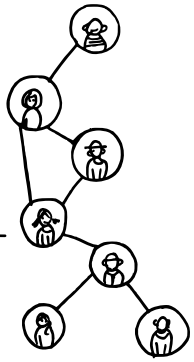
PODER DE realizar todos os dias

Nossa gente é movida pela capacidade de realizar, de trabalhar junto, para liderar com orgulho as mudanças de mercado e, assim, crescer junto com o nosso negócio, construindo o futuro a cada dia.



Gente e Sustentabilidade

Ao mesmo tempo que trabalhamos na tradução daquilo em que acreditamos para o sucesso dos negócios, unindo os esforços das diversas áreas e negócios em um único propósito, investimos em uma série de iniciativas em gestão de pessoas que trouxeram importantes resultados no eixo Gente e Sustentabilidade. A seguir, relatamos os mais relevantes:



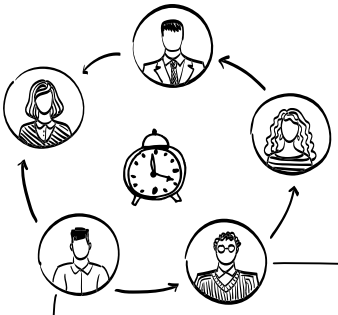
Produtividade em gestão de pessoas

Em 2016, produtividade foi a palavra do ano em gestão de pessoas. Seguimos adiante na implementação de metas, indicadores, planos de ação e de treinamento – todo um modelo de gestão que trouxe ganhos em disciplina gerencial e nos permitiu conhecer melhor os desafios que enfrentamos.

Nosso objetivo é fazer mais com menos, sempre atentos ao *trade-off* entre o custo e a qualidade do serviço que prestamos aos (às) clientes, internos(as) e externos(as). Com esse foco, destacamos as seguintes iniciativas e realizações em 2016:



> Troca da plataforma tecnológica de Recursos Humanos (RH) por um novo sistema em conformidade com o eSocial, uma plataforma do governo federal que unifica o envio de informações dos(as) trabalhadores(as) pelos(as) empregadores(as). A mudança acarretou uma revisão profunda dos processos de RH – incluindo a contratação de uma nova ferramenta para a gestão de processos no ambiente digital – e o treinamento de colaboradores(as).



> Redução do tempo gasto entre a admissão de um(a) novo(a) colaborador(a) e o momento em que ele (ela) começa a trabalhar, por meio de programas específicos de *onboarding*. Em 2017, o GPA começa a operar um novo modelo de recrutamento e seleção que permite realizar todas as etapas do processo de admissão em até três dias (*leia mais sobre o Integra RH no quadro na página 27*).



Tudo integrado no RH

Quatro andares, no centro de São Paulo, onde os (as) candidatos(as) a uma vaga no GPA passam por todas as etapas de recrutamento, seleção, entrevistas e exames médicos até a assinatura do contrato: assim pode ser descrito o Integra RH, iniciativa que será implantada em escala piloto em 2017.



O Integra RH concentra em algumas horas e em um só lugar processos que tinham de ser feitos em locais diversos e podiam levar dias ou semanas para ser finalizados. Em funcionamento pleno, a admissão de um(a) novo(a) colaborador(a) poderá ser finalizada no período de um a três dias.

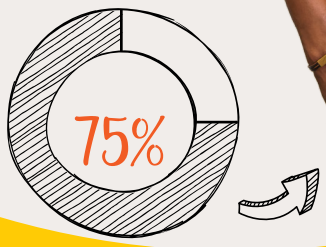
Dessa forma, ganha o(a) candidato(a), que gasta menos em transporte e não perde horas em deslocamento e espera; e ganha a Companhia, que terá novos(as) colaboradores(as) prontos(as) para começar a trabalhar em menos tempo. O Integra RH poderá simplificar também o processo de desligamento de funcionários(as), com a possibilidade de oferecer aos (às) ex-colaboradores(as) oportunidades de treinamento e recolocação.



No caminho certo

O resultado da pesquisa de engajamento realizada no segundo semestre de 2016 com colaboradores(as) do Assaí – a bandeira de atacado de autosserviço do GPA – mostra que as mudanças que estamos fazendo com relação à gestão de pessoas estão trazendo impactos positivos.

Alcançamos um alto índice de participação: 94%. Dos(as) participantes, perto de 75% declararam estar satisfeitos(as) com o clima de trabalho, índice muito superior à média do varejo, de 51%.





Redução do *turnover*

O GPA fechou 2016 com um *turnover* de 28%. Entre as lideranças, o percentual é inferior a 5%. Trata-se de uma conquista importante, em especial quando se leva em conta que esse índice é tradicionalmente alto no varejo.

O que leva a esse baixo índice? Algumas iniciativas de parte do GPA foram importantes para melhorar a retenção de profissionais e executivos(as) de todos os níveis pela Companhia. Confira ao lado.

› Clareza nas metas e disciplina de gestão – quase 800 gestores(as) do GPA têm hoje metas individuais definidas e sincronizadas, para as quais devem desenvolver planos de ação compartilhados com suas equipes. Essa disciplina permite o acompanhamento mais próximo dos resultados e a adoção, quando necessário, de medidas de correção de rumo no tempo certo.

› Transparência na comunicação – buscamos maior envolvimento com os sindicatos, de forma a manter a comunicação aberta e proporcionar um processo justo e transparente entre a empresa e as associações.

› Prática do "simples" – adoção de medidas que sinalizam a disposição da Companhia de praticar valores de simplicidade e meritocracia.





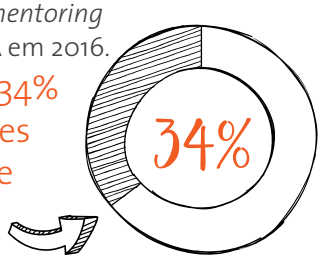
O talento dentro de casa

Há três anos, 80% das pessoas contratadas pelo GPA para vagas abertas nas 400 funções executivas vinham de fora da Companhia, e apenas 20% eram promovidas internamente. Hoje, essa relação está invertida: nos mesmos 400 cargos mais altos, apenas 10% das substituições vêm de fora, enquanto 90% passaram a ser preenchidos por meio de promoção interna. Da mesma forma, quando se considera um corte menor – as 150 funções mais altas –, 80% dos(as) executivos(as) têm hoje um(a) sucessor(a) interno(a) mapeado(a) ou já pronto(a) para assumir a posição no caso de o (a) titular afastar-se (ou, mais provavelmente, receber uma promoção). Há três anos, essa cobertura planejada das sucessões nos postos executivos mal chegava a 20%.

De lá para cá, o GPA mudou radicalmente sua maneira de buscar candidatos(as) para as vagas que surgem nessas posições. Deixou de recorrer, como primeira opção, aos serviços de *headhunters* e desenvolveu um modelo interno de identificação e preparação de sucessores(as), dando preferência ao talento que já está dentro de casa.

Mentoring

50 top executivos(as) foram selecionados(as) e participaram do programa de *mentoring* interno do GPA em 2016. Destes(as), 34% são mulheres em cargo de liderança.



Pontos principais do novo modelo:

› foram definidas as 150 funções executivas mais importantes e listadas as características desejáveis para os (as) titulares de cada uma delas;

› em reuniões periódicas, é feito um mapeamento dos talentos disponíveis no GPA para ocupar essas funções em curto, médio e longo prazo;

› nas áreas em que se identifica cobertura insuficiente das sucessões, os (as) titulares são chamados(as) a desenvolver planos de ação para cobrir os *gaps*;

› líderes em potencial podem receber treinamento e *mentoring* como preparação para assumir um novo cargo ou nos primeiros meses na função. Em 2016, 34% dos(as) líderes que passaram pelo *mentoring* foram mulheres com cargos de Gerência e acima;

› foi criada uma função de liderança sênior em RH – a Gestão de Talentos – para administrar todo o modelo, fazendo o papel de *headhunter* interno(a);

› foi disseminado o conceito de que preparar um(a) substituto(a) é atribuição incontornável de todo(a) líder: nenhum(a) executivo(a) pode ser promovido(a) se não tiver desenvolvido seu (sua) sucessor(a);

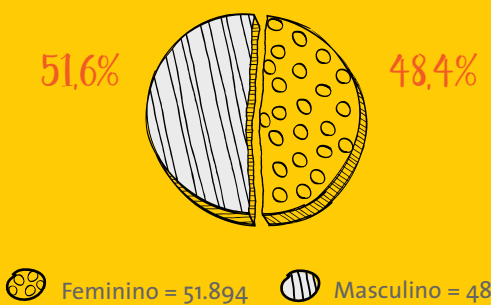
› o modelo vale para as funções executivas mais altas, até os níveis de Diretores(as), Vice-Presidentes e Presidente; e tem o respaldo do Conselho de Administração e do Comitê Executivo de Recursos Humanos e Remuneração, que participaram de sua construção.

Está nos planos do GPA fazer 100% das sucessões executivas por promoção interna? A resposta é não; para a Companhia, em um ramo como o varejo, que avança por meio de práticas inovadoras, é necessário manter as janelas abertas para oxigenar a liderança com novos olhares e perspectivas.

Reconhecida tal necessidade, o novo modelo de sucessão tem se mostrado capaz de abrir caminho para que cada vez mais pessoas talentosas – e já identificadas com a cultura, os valores e as práticas do GPA – cheguem às posições executivas mais altas.

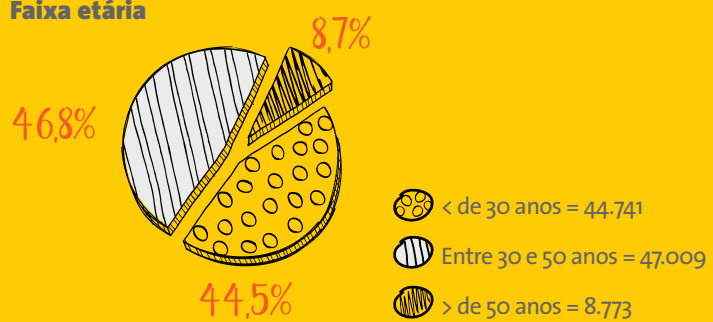
Headcount total - homens e mulheres

Gênero



Headcount total - faixa etária

Faixa etária



Saúde e qualidade de vida

Com o objetivo de combater a espiral dos custos da saúde – a inflação desses custos cresce duas vezes mais do que o índice de inflação geral do País e pressiona as finanças de empresas que são grandes empregadoras –, trabalhamos para criar um ciclo virtuoso entre os (as) colaboradores(as), com uma melhor relação entre saúde e custos.



› Não adoecer é melhor do que curar – nosso propósito é que as pessoas tenham conhecimento sobre a sua saúde e sobre os recursos disponíveis para evitar adoecer. Por isso, realizamos um mapeamento do perfil epidemiológico dos(as) nossos(as) colaboradores(as) por amostragem, a fim de identificar pontos críticos em relação aos hábitos de vida, como alimentação, sono, prática de atividades físicas e nível de estresse, e a presença ou agravo de doenças, como as crônicas, interrupção de tratamentos e falta de acompanhamento médico. A partir dessa ação foram desenvolvidas iniciativas de prevenção e promoção da saúde para todo o GPA.





› Saúde para todos – é preciso que mais pessoas adotem hábitos de vida saudáveis. Nesse contexto, é melhor estimular o maior número de colaboradores(as) a realizar caminhadas regulares do que "estimular poucos(as) a praticar um esporte de alta performance". Temos consciência de que cabe à empresa informar seus (suas) colaboradores(as) e incentivar hábitos saudáveis; a escolha por segui-los, entretanto, será sempre de cada pessoa.



Uma iniciativa que segue esse conceito é o Programa de Saúde – Valendo uma Vida Saudável, realizado em 2016 para os (as) colaboradores(as) das unidades que têm acesso à Academia do GPA, em São Paulo, Rio de Janeiro, Fortaleza e Brasília. O objetivo foi combater a obesidade e o sobrepeso, conscientizando os (as) participantes sobre a importância de manter hábitos saudáveis, além de divulgar os serviços disponíveis nas unidades.

A diversidade como valor

Acreditamos que o GPA deve ser tão diverso quanto a sociedade brasileira e os (as) consumidores(as) que nos escolhem. Essa crença fundamenta nossas iniciativas no sentido de respeitar, acolher e promover a diversidade na Companhia, combatendo todas as formas de discriminação.

Para o GPA e o Grupo Casino, a diversidade é uma alavanca de desempenho e de inovação econômica e social. O respeito às singularidades e a boa convivência entre pessoas diferentes podem ser fonte de motivação dos(as) colaboradores(as) e para a atração de talentos.

Em 2016, avançamos na disseminação e na aplicação, em toda a Companhia, das diretrizes estabelecidas na Carta de Compromissos com a Diversidade, que lançamos em 2015. Confira a seguir os públicos prioritários para o GPA, que recebem programas e projetos específicos.

Mulheres: buscamos eliminar diferenças de reconhecimento não justificadas entre os gêneros, aumentando o número de mulheres em posições de liderança e nos comitês e conselhos de Diretoria do GPA.

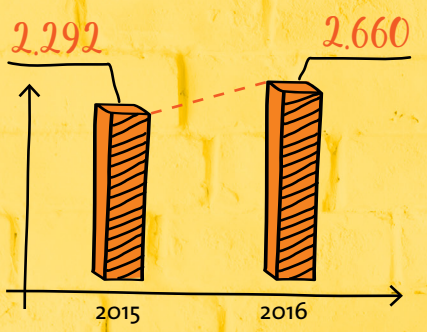
LGBT: nosso propósito é educar sobre orientação sexual e identidade de gênero, garantir a igualdade de tratamento entre os (as) colaboradores(as) e assegurar a igualdade de direitos para cônjuges do mesmo sexo.

Pessoas com deficiência: queremos aprimorar a acessibilidade e a inclusão das pessoas com deficiência, aumentar seu número no total de colaboradores(as) e garantir igual acesso a oportunidades de carreira.

Jovens: queremos capacitar os (as) gestores(as) para liderar equipes com pessoas de diversas gerações; facilitar a inserção profissional de jovens sem qualificação; e desenvolver programas de aprendizes.

Negros(as): buscamos educar para as relações inter-raciais, desestimular atitudes discriminatórias e aumentar o número de negros(as) em posições de liderança e nos comitês e conselhos de Diretoria do GPA.

Total de colaboradores(as) com deficiência





ENTRE AS INICIATIVAS E OS RESULTADOS ALCANÇADOS PELO GPA NO TEMA DIVERSIDADE EM 2016, DESTACAMOS OS PRINCIPAIS ABAIXO.

- A bandeira Assaí cumpriu a cota de contratação de pessoas com deficiência em 2016.

- Lançamento de campanha de diversidade corporativa com foco na inclusão de pessoas com deficiência (*leia mais sobre pessoas com deficiência no quadro na página 38*).

- Distribuição do Manual de Diversidade aos (às) gestores(as), que busca orientar os líderes do GPA sobre como trabalhar e conviver com a valorização da diversidade (***veja aqui***); e lançamento do Momento Diversidade, uma charge enviada aos (às) gestores(as) e colaboradores(as) por e-mail como ferramenta para estimular a discussão de questões de diversidade nas equipes lideradas por eles (elas).

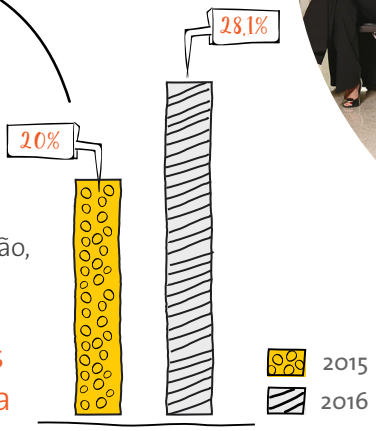
- Nas iniciativas destinadas à formação de Jovens Aprendizes, vale destacar os programas voltados para o centro de distribuição, que tem como diferenciais a busca de jovens com perfil adequado a operações, o treinamento de gestores(as) e do RH para recebimento dos(as) jovens e *job rotation* do Jovem Aprendiz por diversas áreas, com o objetivo de oferecer uma formação integral do(a) jovem em relação a toda a operação do centro de distribuição. Em 2016, foram contratados(as) 53 Jovens Aprendizes em São Paulo e 43 no Rio de Janeiro.



AS MULHERES GANHAM ESPAÇO

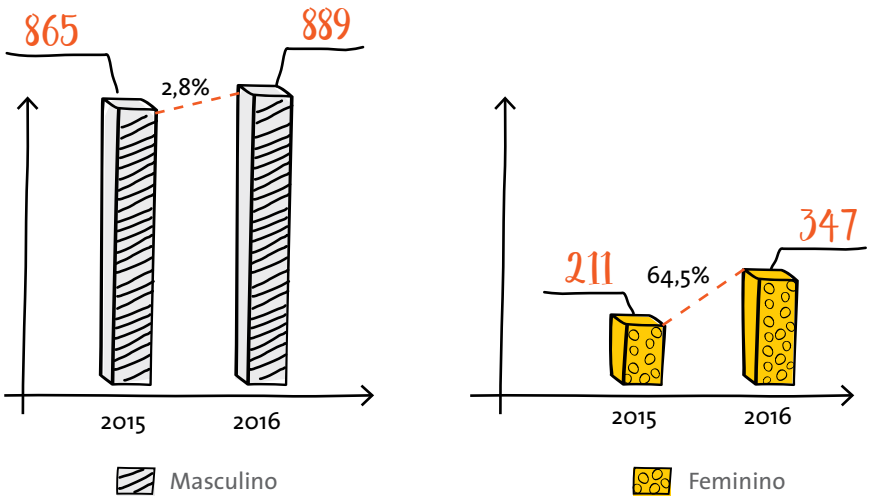


Cerca de 80% do total de clientes do GPA são mulheres, bem como 48% da força de trabalho da Companhia. É motivo para comemoração, portanto, que tenhamos alcançado em 2016 o percentual de 28,1% das posições de Gerência e acima ocupadas por mulheres.



O aumento da participação feminina na gestão do GPA é resultado de iniciativas tomadas nos últimos anos, como a criação do Comitê Executivo de Equidade de Gênero, formado por colaboradores(as) de diferentes negócios para tomar a frente das discussões sobre esse tema.

Feminino e masculino em cargos de Gerência e acima



Equidade de gênero

Estamos trabalhando para igualar gêneros nas posições de liderança. Nosso principal indicador para isso, atualmente, é a presença feminina em cargos de Gerência e Diretoria.

Na base da Companhia, o número de homens e mulheres é semelhante, como na população brasileira. Quando se chega à liderança, há muita diferença. Entendemos que o primeiro target *a cumprir é melhorar esse número em todas as frentes: seja por recrutamento e seleção, seja olhando para a questão da gestação, seja com* mentoring *e* networking.



Paula Bonanno é Gerente Jurídico-Tributária do GPA. Há oito anos no Grupo, em 2016 entrou para o Comitê de Equidade de Gênero, criado para desenvolver políticas que promovam a igualdade de gêneros entre os (as) colaborado-res(as), em particular na liderança.

É preciso quebrar tabus que envolvem a liderança feminina. Muitas mulheres pensam que ser Diretora, por exemplo, significa não ter tempo para ver seus filhos ou cuidar da família. O trabalho de mentoring *é para desmistificar algumas coisas.*

Todos os estudos que temos mostram que, despertada a questão agora, só se concretizará uma igualdade plena daqui a 80 anos. A gente não tem a pretensão de atingir a igualdade rápido, mas qualquer percentual que se aumente ano a ano, por causa dessas iniciativas, mostra que estamos no caminho certo.

O índice de Sustentabilidade & Diversidade que passou a fazer parte da fórmula de remuneração variável em 2016, que inclui a participação feminina em cargos de Gerência e acima no GPA, foi ideia do Comitê de Equidade de Gênero. A área de Sustentabilidade e Diversidade levou isso para a Diretoria, que abraçou a ideia.

Os benefícios da igualdade entre homens e mulheres são inúmeros. Entre eles está a promoção de um ambiente de trabalho melhor, com mais colaboração e espírito de equipe. Todos os estudos indicam que o ambiente igualitário é mais criativo, mais inovador, reforça o engajamento e a motivação e, por fim, resulta em melhor performance financeira."

A seguir, confira outros destaques na promoção da equidade de gênero no GPA em 2016.



Equilíbrio estratégico

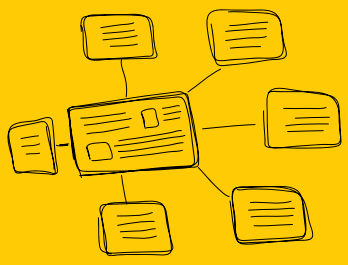
Depois de um ano sob avaliação inicial, a liderança do GPA decidiu em 2016 que o GPA pela Equidade de Gênero – programa voltado para acelerar o equilíbrio de gênero nos cargos de liderança – deverá ser implementado em todos os negócios da Companhia. O Comitê Executivo de Mulheres, responsável por coordenar e acompanhar o plano de ação, passa a ter escopo estratégico.

Prêmio para a equidade

O GPA recebeu em 2016 o WEP's Brasil – Empresas Empoderando Mulheres, prêmio atribuído às empresas que promovem a equidade de gênero e o empoderamento da mulher. O reconhecimento é uma iniciativa da Itaipu Binacional, apoiada pela Organização das Nações Unidas (ONU) por meio do Pacto Global, da ONU Mulheres e suas representações no Brasil.

Fórum de Equidade de Gênero

Foram realizadas duas edições do Fórum de Equidade de Gênero, encontro no qual são debatidas questões de equidade de gênero no mercado de trabalho. Uma dessas agendas contou com a participação de Rachel Maia, CEO da Pandora no Brasil – a primeira mulher negra a comandar a subsidiária de uma empresa global no País.





Oportunidades iguais

Gestores e gestoras do GPA foram orientados, no Manual de Diversidade, a sempre incluir candidatas mulheres nos processos de recrutamento e seleção, tanto em casos de promoção interna quanto nas situações em que for necessário buscar no mercado profissionais de fora da Companhia.

Canal de Notícias

Começou a circular em fevereiro a *newsletter* mensal Mulheres, do Comitê Executivo pela Equidade de Gênero.



Critérios de sustentabilidade na remuneração variável

Meu ponto de vista é o de um gestor, que recebeu a adoção de critérios de sustentabilidade na remuneração variável (RV) como direcionamento da empresa; algo realmente relevante dentro da estratégia.

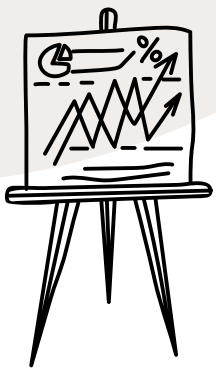
Transformações como esta, de conscientização, não acontecem em uma empresa deste tamanho se não tiverem participação de toda a liderança. As metas de RV são importantes para trazer ao dia a dia da liderança a consciência e a atitude de transformação a que a gente está se propondo.

Acredito no modelo de metas compartilhadas – responsabilidade de todos, cada um construindo seu pedaço. No processo natural que os (as) Diretores(as) e os (as) gestores(as) conduzem, de ocupação de posições de Direção e Gerência, existe hoje um olhar muito mais atento para essa questão da diversidade. Ao longo do ano, a gente participou de anúncios da ocupação de posições como essas por mulheres – muitas delas oriundas do próprio GPA, o que é legal, porque você está fazendo a diversidade se tornar realidade por meio de reconhecimento interno.

Então, as metas de sustentabilidade na RV trazem para todos os líderes um olhar mais atento com o objetivo de buscar a participação de homens e mulheres de maneira equilibrada, de modo a atingir o melhor resultado para o Grupo. E a gente já começa a enxergar um pouco disso nos processos seletivos."

Lucas Zanon
é Diretor
de Serviços
Compartilhados
do GPA.





Igual é ser diferente como todo mundo

GPA IGUAIS
=≠ IGUAL É SER DIFERENTE COMO TODO MUNDO.

No final de 2016, 2.660 pessoas com deficiência (PcDs) trabalhavam no GPA. Ao longo do ano, o público PcD foi um dos focos do trabalho em Diversidade. No Fórum Executivo de agosto, realizou-se um painel com a participação de convidados(as) internos(as) e externos(as), no qual líderes do GPA puderam informar-se e discutir a respeito da importância da inclusão de pessoas com deficiência.

Como resultado dos debates, foi criado um comitê para tratar do tema e discutir boas práticas, com Diretores(as) voluntários(as) como *sponsors*. Ainda no segundo semestre do ano, uma campanha de comunicação interna – tendo como *slogan* a frase "Igual é ser diferente como todo mundo" – procurou informar e sensibilizar todas as áreas da Companhia sobre a presença desse público e a importância de valorizar a diversidade entre os (as) colaboradores(as).

Crislaine de Araújo Lopes trabalha na área de Recursos Humanos e Patrimônio da loja Extra Aeroporto, em São Paulo. Colaboradora há sete anos, com uma deficiência física na perna, Crislaine foi recrutada quando fazia seu bilhete único especial de transporte e entrou no GPA como caixa. Desde então, desenvolve sua carreira na Companhia, tendo passado por áreas diferentes.

"O trabalho me mostrou que sou capaz de ir longe, que posso criar meu filho e lutar pelo melhor para nós dois. O GPA me fez perceber que tenho competência e me deu oportunidades. Acredito que quando uma empresa contrata uma pessoa com deficiência está incentivando que ela tenha confiança em si mesma. E é isso o que o GPA faz: tira da cabeça da gente a ideia de incapacidade. Aqui eu sou tratada igual aos demais. Não me sinto deficiente."



Crislaine de Araújo Lopes trabalha na área de Recursos Humanos e Patrimônio da loja Extra Aeroporto, em São Paulo.

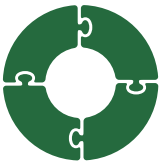
O GPA mantém ainda convênio com a Associação de Pais e Amigos de Excepcionais (Apae) para integrar em suas lojas aprendizes com deficiência intelectual, com acompanhamento da Associação.

Mais de 450 jovens já fizeram parte do programa. Foram incluídos(as), em 2016, 107 profissionais em parceria com a Apae, dos(as) quais 104 foram contratados(as) como Aprendizes e 3 em regime de contrato CLT.





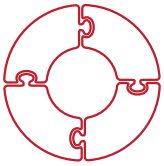
Resumo das metas e plano de ações de sustentabilidade



Cumprida

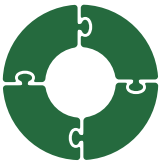
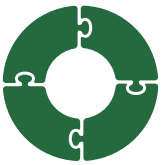
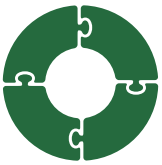
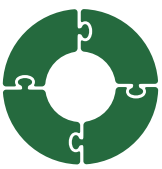


Parcialmente cumprida



Não cumprida

Valorização da nossa gente

Metas 2016	Status	Comentários
Consolidar o modelo de gestão		A evolução do modelo de gestão proporcionou impacto positivo ao GPA, trazendo uma dinâmica de trabalho mais voltada para resultados. Entre as principais entregas realizadas em 2016, podemos destacar que: • a implementação de um Ciclo de Modelo de Gestão está em andamento e a rotina de acompanhamento de resultados tem sido reforçada nas unidades de negócio; • um novo painel de remuneração variável foi proposto e cascateado para os (as) aproximadamente 700 executivos(as) da Companhia [até o nível de Gerente Corporativo(a)]; • mais de 400 líderes foram treinados(as) em conceitos e metodologia de Gestão para Resultados e Gestão da Rotina.
Lançar a Academia de Executivos, com o objetivo de promover a capacitação e o desenvolvimento dos(as) executivos(as) do Grupo.		Foi lançada a Academia de Executivos, divulgada para o público-alvo em eventos e reuniões. Ao longo de 2016, a estratégia da Academia foi revisada em linha com a implementação dos novos valores de cultura, e isso será aplicado às novas capacitações do ano de 2017.
Multiplicar as iniciativas de promoção da diversidade para todos os negócios e desenvolver manuais para os (as) gestores(as) sobre o tema.		Foi implementada a campanha de comunicação corporativa de diversidade para todos os negócios, divulgando os compromissos do GPA com o tema. Foi distribuído o Manual de Diversidade a gestores e gestoras, com dicas de convivência para os públicos prioritários de diversidade – pessoas com deficiência, mulheres, jovens, negros(as) e LGBT –, bem como um vídeo que mostra a crença do GPA em relação ao tema.
Manter a atuação do Fórum de Equidade de Gêneros e os encontros do Comitê Executivo de Gênero e realizar sessões de *networking* internas e externas, reforçando a integração de mulheres em cargos de liderança da Companhia, além de evoluir com as ações de divulgação e conscientização sobre empoderamento feminino.		Foram organizadas duas edições do Fórum de Equidade de Gêneros, com o objetivo de conscientizar os (as) gestores(as) sobre o tema. O GPA reforçou a sua participação em eventos externos e na troca de boas práticas com outras empresas. O número de mulheres em cargos de liderança constituiu uma meta para todos os negócios do Grupo em 2016 e aumentou de 18,3% em 2015 para 28,1% em 2016.



3 Consumo e oferta consciente



Na condição de maiores varejistas do Brasil, levamos muito a sério a responsabilidade de oferecer sempre as melhores escolhas a nossos(as) clientes, para que eles (elas) sejam estimulados(as) a adotar hábitos de consumo mais saudáveis e mais sustentáveis, respeitando o meio ambiente e as pessoas. Dessa forma, há três anos construímos uma ponte entre o propósito que encabeça os valores corporativos do GPA – "Pelo poder de escolher" – e a missão de sustentabilidade que abraçamos: a de agente transformador da sociedade, por meio da promoção de soluções de consumo mais conscientes.

Com o objetivo de incentivar nossos(as) clientes a desenvolver uma atitude sustentável, trabalhamos para ter [e oferecer a eles (elas)]:





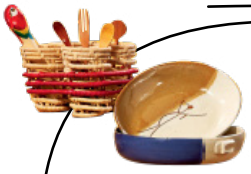
PRODUTOS
mais saudáveis



PRODUTOS COM
menos impacto ambiental



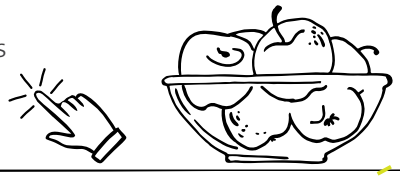




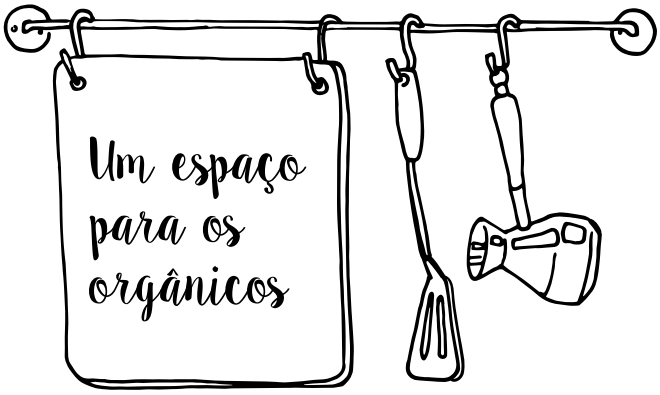
PRODUTOS COM
impacto social positivo

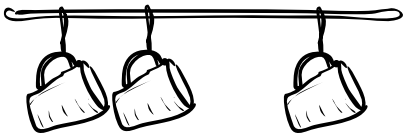


Esse tripé é observado não só na escolha de fornecedores(as), mas também nos produtos de marcas exclusivas do GPA (*leia mais sobre as marcas do GPA* ***aqui***). A seguir, destacamos algumas de nossas principais iniciativas nesse sentido.



Um espaço para os orgânicos

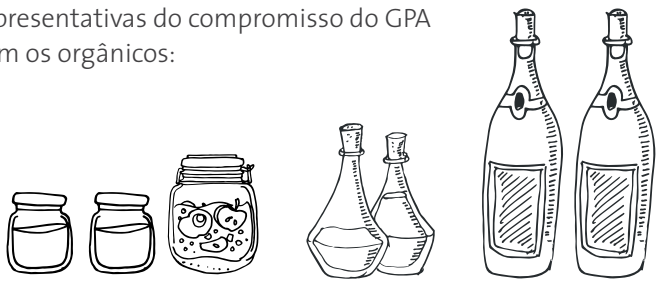




Alimentos saudáveis, como aqueles produzidos com técnicas orgânicas, contribuem para a preservação do meio ambiente e para a saúde do(a) consumidor(a), além de representar fonte de renda importante para agricultores(as) familiares.

O GPA apoia o desenvolvimento da agricultura orgânica no Brasil há quase 20 anos, reconhecendo os benefícios que ela aporta nas dimensões ambiental, social e da saúde. A Companhia foi pioneira, entre as grandes redes de varejo, ao trazer a oferta de produtos orgânicos para dentro de suas lojas. E continuamos a trabalhar para desenvolver esse mercado, valorizando os (as) produtores(as) para que ocupem um espaço significativo de alimentos saudáveis aos (às) nossos(as) consumidores(as).

Destacamos as seguintes iniciativas como representativas do compromisso do GPA com os orgânicos:



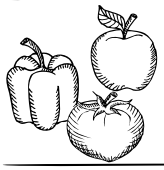








› mantemos espaços dedicados aos produtos orgânicos nas lojas da bandeira Pão de Açúcar. Eles também podem ser encontrados na loja de *e-commerce* e nas lojas de Proximidade da marca (Minuto Pão de Açúcar);



› em 2016, treinamos os (as) chefes da seção de Frutas, Legumes e Verduras e de Mercearia das lojas de São Paulo para que possam explicar aos (às) clientes os benefícios proporcionados por esses alimentos;



› realizamos a Quinta-Feira do Orgânico, promoção que oferece até 20% de desconto para a categoria de produtos nesse dia da semana, em todas as lojas do Pão de Açúcar;



› ainda em 2016, lançamos novos produtos de marcas próprias, em parceria com a marca Korin, provenientes de criação sustentável, como coxinha da asa, sobrecoxa, coxa, filé de peito e meio da asa;



› divulgamos nos materiais de comunicação da bandeira voltados para os (as) clientes informações sobre os benefícios dos produtos orgânicos, para incentivar o (a) consumidor(a).



Rede nacional

› O Pão de Açúcar tem mais de **1.600 PRODUTOS** orgânicos cadastrados para venda.

› Cerca de **548 ITENS** levam o rótulo Taeq, marca própria da rede para alimentação saudável.

Food truck em feira de orgânicos

O Pão de Açúcar levou seu *food truck* sustentável para a *Bio Brazil Fair | Bio Fach* América Latina 2016, a maior feira de negócios de produtos orgânicos da América Latina, realizada em junho do ano passado. Dois *chefs* de cozinha renomados – Ana Luiza Trajano, do restaurante Brasil a Gosto, e Fábio Vieira, do Micaela – compartilharam com o público do evento receitas preparadas a partir de produtos brasileiros.

O *food truck* do Pão de Açúcar foi projetado segundo princípios de sustentabilidade: movido a biodiesel, o veículo gera energia a partir da luz solar e capta água da chuva para reúso. Além disso, utiliza móveis certificados e recicla todas as embalagens utilizadas.

Reciclagem e logística reversa





Como dar o destino correto às embalagens? O GPA oferece aos (às) clientes programas para ajudá-los(as) a exercer hábitos sustentáveis. Um exemplo disso é a reciclagem de embalagens disponível nas Estações de Reciclagem instaladas nas lojas do Pão de Açúcar, do Extra e do Assaí.

As Estações recebem papel, papelão, vidro, metal, plásticos e óleo de cozinha usado – que são doados para cooperativas de reciclagem que comercializam esses materiais e geram renda para a comunidade onde estão inseridas.

Outros coletores específicos recebem ainda pilhas, baterias, celulares e acessórios. Em algumas Drogarias Extra e Pão de Açúcar também podem ser descartados medicamentos vencidos e/ou sem uso (*veja números deste programa em 2016 no destaque nesta página*).

As Estações em lojas Assaí ainda têm a parceria de distribuidoras de energia locais – AES Eletropaulo (SP), Energisa (SE) e Enel (RJ e CE) –, que oferecem descontos na conta de luz aos (às) clientes doadores(as) de material reciclável. As Estações no Extra são parceiras da Procter & Gamble e as do Pão de Açúcar têm parceria com a Unilever.

Destaques de reciclagem em 2016:

› **três novas estações de reciclagem** foram inauguradas em lojas Assaí, totalizando 11 estações;

› no final do ano, **211** estações** como essas eram oferecidas aos (às) clientes em lojas do GPA no país todo;

› **mais de 13 mil toneladas de embalagens** foram encaminhadas para reciclagem no ano;

› **duas lojas Extra** em São Paulo deram início, em outubro de 2016, a um **projeto piloto de coleta em domicílio e nas lojas de eletroeletrônicos de pequeno e grande porte para a reciclagem.** O projeto amplia uma parceria com a Agência Internacional de Cooperação do Japão (Jica), lançada em abril.

******Clique aqui*** *para saber onde encontrar Estações de Reciclagem em lojas do GPA.*





Um cafezinho, por favor!

Um projeto iniciado em outubro de 2016 se propõe a facilitar o descarte – de forma amigável ao meio ambiente – de um tipo de resíduo cada vez mais frequente nos lares brasileiros: as cápsulas utilizadas em máquinas de café domésticas.

Cinco lojas Pão de Açúcar – três em São Paulo, uma no Rio de Janeiro e uma em Curitiba*** – passaram a oferecer, em parceria com a Nescafé® Dolce Gusto®, coletores especiais para receber cápsulas de café usadas. As cápsulas trazidas pelos(as) clientes são encaminhadas para reciclagem, em um processo que transforma seu material em novos produtos, como porta-cápsulas. Já foram arrecadados mais de 400 quilos de material. O Pão de Açúcar foi o primeiro varejo brasileiro a implementar esse serviço.



***Lojas Pão de Açúcar Jardim Paulista, Ricardo Jafet e Vila Clementino (em São Paulo), Leblon (no Rio de Janeiro) e Batel (em Curitiba).



Ciclo virtuoso

Por meio do programa Novo de Novo, 16% das embalagens de papel-cartão de nossas marcas próprias **Qualitá** e **Taeq** são hoje feitas a partir de materiais coletados nas Estações de Reciclagem das lojas do Pão de Açúcar e do Extra.





Esse é um bom exemplo da atuação do GPA em promover o conceito de economia circular.

O programa funciona assim: algumas cooperativas de reciclagem no Estado de São Paulo separam papéis em geral e caixinhas de produtos longa vida coletados nas Estações. Essas embalagens são compradas por uma indústria de papel fornecedora e parceira do GPA, que extrai seu conteúdo de celulose – cerca de 75% da composição do material – e o transforma novamente em papel-cartão, usado para fabricar as embalagens.

Dessa forma, em 2016, 1.562 toneladas de materiais descartados ganharam novo ciclo de uso e retornaram às nossas lojas depois de reprocessados, na forma de 3,7 milhões de embalagens de produtos das marcas próprias do GPA.





Mais ações pró-consumo consciente

Conheça outras iniciativas lançadas pelo GPA em 2016 que, em parceria com os (as) clientes, buscam estimular o consumo consciente e a reutilização dos recursos, assim como combater o desperdício.

› Venda a Granel (projeto Reutilizar)
Essa iniciativa dá ao (à) consumidor(a) a possibilidade de levar às compras seus próprios recipientes reutilizáveis, para não ter de descartar embalagens supérfluas. Além disso, o projeto permite ao (à) consumidor(a) comprar a quantidade necessária de produtos para seu consumo. Nas lojas participantes, cerca de 40 produtos alimentares – entre grãos, sementes, amendoins, cereais, chocolate, chás, pimentas, frutas desidratadas e sal do Himalaia – passam a ser vendidos a granel e podem ser levados para casa em potes, latas ou cartonados trazidos pelo(a) próprio(a) cliente. Este(a) ganha no preço, que deixa de incluir o custo da embalagem, contribui para a redução de embalagens, ao utilizar de novo um recipiente que já tinha em casa, e ainda promove o consumo consciente, uma vez que pode comprar a quantidade adequada que irá consumir. O programa, lançado inicialmente em duas lojas Pão de Açúcar, está em teste para possível ampliação.

› Na Medida
Desenhada para atender famílias pequenas, casais ou o (a) consumidor(a) individual, esta iniciativa contra o desperdício apresenta produtos diversos em porções menores do que aquelas padronizadas pela indústria. São oferecidas em lojas Pão de Açúcar, em gôndolas próprias e com sinalização específica.

› Podem ser citados ainda: a oferta e o estímulo ao uso de sacolas reutilizáveis nas lojas Pão de Açúcar, Extra e Assaí; e a publicação, na revista das lojas Assaí, de receitas culinárias mais saudáveis.

Metas 2016

Resumo das metas e plano de ações de sustentabilidade

Cumprida

Parcialmente cumprida

Não cumprida

Consumo e oferta consciente

Metas 2016	Status	Comentários
Alcançar o volume de 100 mil toneladas de material reciclável arrecadado no programa Estação de Reciclagem Pão de Açúcar Unilever (Pão de Açúcar).		Foram arrecadadas mais de 12 mil toneladas de material reciclável em 2016, alcançando o volume de mais de 104 mil toneladas nas Estações de Reciclagem Pão de Açúcar Unilever.
Aumentar a participação de vendas dos produtos orgânicos na bandeira Pão de Açúcar.		A bandeira Pão de Açúcar apresentou um aumento na venda de produtos orgânicos e continua incentivando os (as) consumidores(as) a adotar esses produtos em seu dia a dia.
Relançar o Programa Caras do Brasil dentro do novo escopo (Pão de Açúcar).		O relançamento do Programa Caras do Brasil foi postergado para maio de 2017.
Ampliar a visibilidade e os volumes de material contemplados no Programa Novo de Novo (Multivarejo).		No ano de 2016 as áreas de marcas exclusivas trabalharam no desenvolvimento em estudos de uma embalagem feita com resina plástica reciclada com material proveniente das Estações de Reciclagem. O lançamento está previsto para o começo de 2017.

4 Transformação na cadeia de valor

O GPA ocupa uma posição singular na cadeia de abastecimento e distribuição: como grande varejista, está, ao mesmo tempo, em interação direta com milhões de consumidores(as) e na confluência de milhares de cadeias de produção formadas por seus (suas) fornecedores(as) diretos(as) e indiretos(as). A Companhia assume, portanto, uma responsabilidade compartilhada pelas práticas e condições de operação dessas cadeias, das quais representa, diante dos(as) consumidores(as), a ponta mais visível.

Do ponto de vista da nossa missão de sustentabilidade – a de atuarmos como agentes transformadores da sociedade –, tal posição apresenta uma dupla oportunidade: temos capacidade de influenciar tanto o (a) consumidor(a) nossos(as) fornecedores(as) diretos(as) quanto toda a cadeia de valor que se estende por trás de cada um desses parceiros de negócios. Dito de outra forma, reside aí uma das fontes de um valor fundamental reconhecido e valorizado pelo GPA: o "Poder de impactar pessoas" de maneira positiva, para a construção de uma sociedade mais diversa e melhor.





Sustentabilidade na cadeia produtiva

Ao contratar seus (suas) fornecedores(as) e prestadores(as) de serviços, o GPA estabelece critérios de elegibilidade que levam em conta o respeito aos direitos humanos e a redução do impacto ambiental, ao lado das considerações de qualidade e custos. A seguir, duas questões que se destacam nesse contexto, dadas a sua sensibilidade social e a sua urgência.

› **Os direitos humanos** e as **condições de trabalho** nas fábricas e nos estabelecimentos produtivos, em especial os problemas do uso de mão de obra infantil ou de trabalho análogo ao escravo, a remuneração e as questões de saúde e segurança.



› **O desmatamento** de áreas de floresta, em particular nos biomas como a Amazônia, e seu impacto nas mudanças climáticas.

Ao abordar, por esse ângulo, a infinidade de produtos ofertados em suas lojas – cada qual com sua cadeia de valor, que pode ser nacional ou global –, o GPA adota uma metodologia baseada em uma vigilância dos assuntos emergentes, com base em literatura e consultas à sociedade civil para obter matrizes de riscos que permitem identificar os itens mais críticos do ponto de vista da sustentabilidade. Em 2016, foram de grande importância as seguintes ações e iniciativas com o objetivo de promover transformações nas cadeias de valor vinculadas à Companhia:

Política de Compra de Carne Bovina

Com o apoio estratégico da The Forest Trust, o GPA publicou sua Política Socioambiental de Compra de Carne Bovina. O objetivo é assegurar que a cadeia produtiva responsável por abastecer as lojas da Companhia em todo o País não contribua para nenhum tipo de desmatamento, não tenha origem em fazendas que foram flagradas usando trabalho escravo ou degradante nem seja proveniente de fazendas com a presença de conflito pela posse de terra – seja este devido à invasão de áreas de conservação ou ao confronto com comunidades indígenas, quilombolas ou outras comunidades tradicionais. No final do ano, 98% de toda a carne vendida nas lojas já era monitorada por algum sistema de rastreamento, permitindo conhecer a última fazenda antes do abate.



PECUÁRIA RESPONSÁVEL

Como traçar uma política de compra responsável de carne bovina para uma rede varejista espalhada por um país com o tamanho, a diversidade e a complexidade do Brasil? No começo de 2016, o GPA reuniu seus (suas) fornecedores(as) de carne mais diversos(as) e discutiu os compromissos adotados pela Companhia. As conversas resultaram em um documento divulgado no final de março, desenvolvido em parceria com a ONG The Forest Trust, especialista na gestão dos riscos socioambientais relacionados às cadeias de fornecimento das empresas.

Um sistema foi implementado pela empresa Safetrace para realizar o monitoramento, o rastreamento, a análise crítica e o reporte de dados de conformidade socioambiental em relação à origem da carne bovina. Todos(as) os (as) fornecedores(as) ativos(as) que entraram no programa foram visitados(as) *in loco* para avaliar o nível de rastreabilidade de sua produção e checar seu selo do Serviço de Inspeção Federal (SIF).

Além disso, o GPA fez parceria com a ONG Aliança da Terra e a empresa BovControl para a criação e a promoção do aplicativo Produzindo Certo (***clique aqui*** para baixá-lo). O *app* permite aos (às) produtores(as) rurais entender, medir e monitorar seu progresso socioambiental, melhorando assim sua performance produtiva.

Para nós, a Política Socioambiental de Compra de Carne Bovina faz parte de um processo de melhoria contínua e evolui constantemente com os avanços do setor. Iniciada sua implementação no final de 2016, foi possível reportar que 98% do volume anual de compras de carne bovina do GPA passou a estar coberto por algum tipo de monitoramento.

Para saber mais sobre a política e os seus resultados atualizados, clique aqui

Perecíveis seguros e com qualidade

O Programa Qualidade desde a Origem (QDO) realizou, em 2016, 43 auditorias em campo e de embalagens em fornecedores(as) de produtos perecíveis para as lojas do Multivarejo. O QDO busca incentivar a adoção, pelos(as) fornecedores(as), de boas práticas de qualidade e segurança de alimentos, rastreabilidade e sustentabilidade, tendo como referência a conformidade ao cenário regulatório atual e às exigências da Companhia. No terceiro trimestre do ano, o QDO deu início a novas ações de controle da qualidade de frutas e vegetais: com esse fim, recolheu e analisou amostras em centros de distribuição em São Paulo e no Rio de Janeiro para detectar traços de contaminação por resíduos de pesticidas. O Programa será mantido em 2017.



Colaboração com fornecedores de óleo de palma responsável

Em linha com a política global do Grupo Casino, o GPA, com a participação da ONG The Forest Trust, convidou seus (suas) dez maiores fornecedores(as) de produtos de marca própria utilizando óleo de palma para sensibilizá-los(as) sobre a produção do insumo a partir de fontes rastreáveis e responsáveis. O óleo de palma é um ingrediente de origem vegetal utilizado na indústria cosmética/limpeza e na culinária industrial que apresenta eventuais impactos sociais e ambientais negativos em sua cadeia, inclusive referentes ao desmatamento nas regiões produtivas. Incentivamos nossos(as) fornecedores(as) a acompanhar a origem do óleo de palma, promovemos o insumo produzido no Brasil e estimulamos as práticas responsáveis de produção.

Auditorias sociais ICS

No final de 2016, 91 fábricas de fornecedores(as) instaladas em países considerados de risco social (abrangendo países da Ásia, da África e alguns da América Central) constam com uma auditoria social ICS válida. Iniciativas desse tipo – de acordo com a metodologia Initiative Clause Sociale (ICS) – procuram verificar o cumprimento dos princípios universais de direitos humanos e das normas trabalhistas internacionais em locais de trabalho de fornecedores(as) globais de cadeias de varejo. O GPA realiza o mapeamento e a auditoria social e, se for necessário, o acompanhamento de ações corretivas, no padrão ICS, dos parques fabris de todos(as) os (as) fornecedores(as) de produtos importados para suas marcas próprias que provêm de países de risco *(clique aqui para saber mais sobre a metodologia ICS)*.

Auditoria ampliada na indústria têxtil

No âmbito da indústria brasileira, os (as) fornecedores(as) de sapatos e acessórios para varejistas passaram a ser certificados(as) em 2016 pela Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX), entidade da qual o GPA faz parte. A instituição realiza auditorias anuais nas cadeias de produção da indústria têxtil em geral, durante as quais analisa os (as) fornecedores(as) do varejo e seus (suas) subcontratados(as) em relação ao cumprimento das normas brasileiras de saúde e segurança no trabalho, bem como ao respeito à legislação que proíbe o trabalho infantil e o análogo ao escravo. Com isso, 100% dos(as) fornecedores(as) – e seus (suas) subcontratados(as) – de produtos têxteis, sapatos e acessórios para o GPA são obrigatoriamente certificados(as) pela ABVTEX.

Programa Caras do Brasil

Criado em 2002, o Programa foi reformulado em 2016, aproximando a sua proposta ao posicionamento da bandeira Pão de Açúcar. Seu portfólio contempla ingredientes típicos de regiões do Brasil e está presente em 78 lojas. Todos os itens são produzidos por fornecedores(as) regionais que não teriam acesso a grandes redes para comercializar seus produtos.

Carta de ética para fornecedores(as)

É crescente o número de consumidores(as) que desejam comprar produtos cujo processo de produção leve em conta questões relacionadas aos direitos humanos, ao meio ambiente ou ao bem-estar animal. Em linha com essas expectativas, o GPA possui uma série de iniciativas que visam impactar positivamente toda a cadeia de fornecimento. Entre elas está a implantação da carta de ética, que permite alinhar os valores e os comportamentos de seus (suas) fornecedores(as) com as nossas convicções. Nosso objetivo é que estes(as) possam se tornar também agentes de transformação da cadeia de valor em que atuam. Válida para fornecedores(as) nacionais ou estrangeiros(as) e seus (suas) eventuais subcontratados(as), a carta define os padrões éticos estabelecidos para toda a cadeia de suprimentos da Companhia. Seu texto abrange questões relativas a relações trabalhistas seguras e saudáveis – como proibição do trabalho infantil e do análogo ao escravo, condições de saúde e segurança, remuneração – e também bem-estar animal, respeito ao meio ambiente e observância da lei, vedando todo tipo de favorecimento indevido ou corrupção.

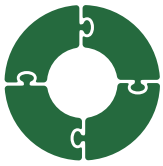
Treinamento de equipes

O GPA investe na informação, no treinamento e na capacitação dos times comerciais e de qualidade – a linha de frente da Companhia no relacionamento com os (as) fornecedores(as) – para que integrem as diretrizes de sustentabilidade em sua atividade de compras. Além das atividades regulares de treinamento, os (as) integrantes dessas equipes recebem uma *newsletter* de ética social, com explicações sobre os conceitos e exemplos das questões envolvidas.



Metas 2016

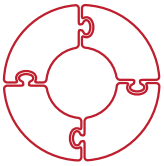
Resumo das metas e plano de ações de sustentabilidade



Cumprida

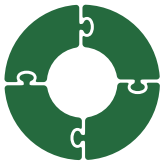
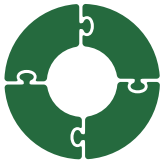
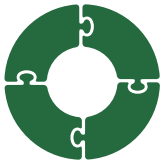
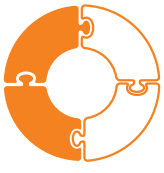


Parcialmente cumprida



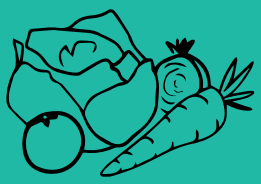
Não cumprida

Transformação na cadeia de valor

Metas 2016	Status	Comentários
Publicar um compromisso público de compra de carne bovina (GPA).		Em março de 2016 foi publicada a Política de Compra de Carne Bovina, que estabelece as diretrizes, os objetivos e as metas que balizam o processo do GPA de compra de carne bovina. O Grupo configura assim seu compromisso em lutar contra o impacto da produção pecuária sobre o desmatamento do bioma Amazônia. A implementação de ações para o cumprimento dessa política aconteceu ao longo de 2016, com a publicação recorrente de resultados preliminares. Para saber mais *clique aqui*.
Expandir o número de auditorias sociais ICS realizadas nas fábricas de produtos de marca própria localizadas em países de risco (Multivarejo).		Em 2016, 73 auditorias de fábricas ativas do GPA localizadas em países de risco foram organizadas. Os objetivos do programa Ética Social preveem a identificação e a auditoria de 100% das fábricas presentes em um país de risco produzindo marcas próprias e sem marcas até 2018. Porém, para não alimentar, já contamos com 100% das fábricas auditadas em países de risco (escopo 2016).
Acompanhar a ampliação da certificação ABVTEX nas categorias de calçados e acessórios (Multivarejo).		Uma auditoria interna foi feita em julho e permitiu concluir que todos os (as) fornecedores(as) de têxtil, incluindo moda, calçados e acessórios (exceto produtos de puericultura), foram certificados(as) pela ABVTEX em 2016.
Ampliar o programa de *backhaul* para todo o Grupo.		Foram feitas adequações sistêmicas ao longo do ano para possibilitar a expansão do projeto em 2017.



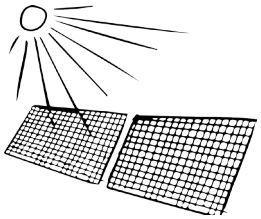




5 Gestão do impacto ambiental

Reduzir ao mínimo os impactos ambientais que provoca é um dever de todo negócio de grande porte, como o GPA. E esse é um dos pilares de nossa estratégia de sustentabilidade.

Nesse contexto, estabelecemos em 2014 uma Política Ambiental para orientar as ações do Grupo nesse tema. Ela tem por fundamentos os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas, a Política Ambiental do Grupo Casino e as Diretrizes de Sustentabilidade do GPA; a partir desses instrumentos, a Política Ambiental do GPA pauta cinco frentes de ação, conforme quadro a seguir:



POLÍTICA AMBIENTAL DO GPA

1

Seguir as normas
E AS POLÍTICAS AMBIENTAIS VIGENTES

2

GARANTIR O GERENCIAMENTO ADEQUADO DOS **resíduos**



3

GARANTIR O USO ADEQUADO DOS **recursos naturais**, COMO ENERGIA E ÁGUA

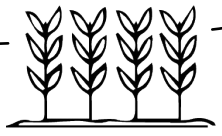


4

Reduzir as emissões
DE GASES DE EFEITO ESTUFA, QUE CONTRIBUEM PARA AS MUDANÇAS CLIMÁTICAS

5

Proteger os ecossistemas
NATURAIS E A BIODIVERSIDADE



Nas próximas páginas, você conhecerá algumas das principais ações e iniciativas que adotamos em 2016 para fazer a boa gestão do impacto ambiental de nossas atividades.

> Gestão de resíduos

Uma companhia varejista como o GPA produz um volume considerável de resíduos em suas operações no dia a dia. Fazemos um esforço consistente e constante para reduzir ao mínimo a geração desses materiais e dar uma destinação correta e sustentável ao que, ainda assim, precisa ser descartado. Nossas ações nesse sentido vão da reciclagem dos resíduos internos ao combate ao desperdício de alimentos.

A seguir, algumas dessas ações e programas:

> Compostagem como alternativa

Para um negócio que gera um grande volume de resíduos orgânicos, a compostagem é um caminho natural. Em 2016, 50 lojas do GPA se juntaram ao nosso projeto de compostagem, que somava, no final do ano, 309 lojas do Multivarejo e Assaí participantes. Essas lojas têm estruturas para a separação e a destinação de restos de alimentos e demais resíduos orgânicos, que são enviados a uma empresa parceira para passar pelo processo de compostagem.

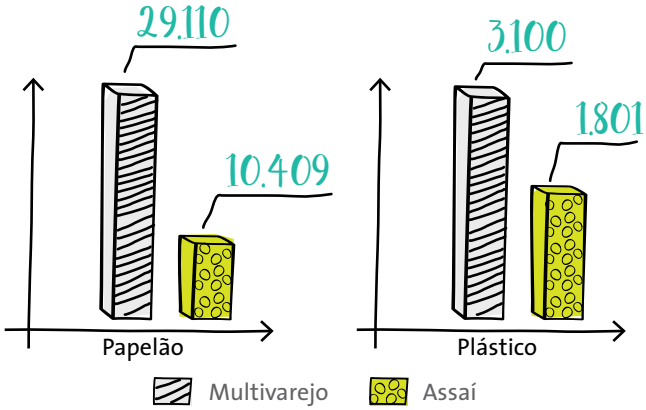
Dessa forma, em vez de irem parar em um aterro como lixo orgânico, os resíduos são convertidos em adubo, reduzindo seu impacto no meio ambiente. Em 2016, tiveram essa destinação 4.528,3 toneladas de resíduos.

> Doação de alimentos

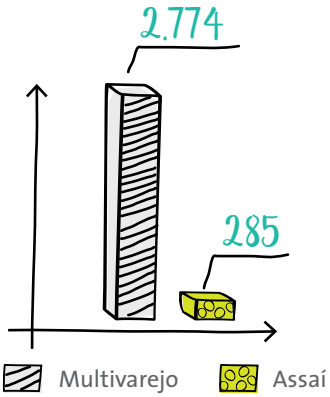
O GPA bateu sua meta para 2016 de aumentar em 3% o volume de alimentos doados a entidades parceiras, por meio do programa Parceria contra o Desperdício, que a Companhia mantém há mais de 20 anos. No ano, foram doadas mais de 3.733 mil toneladas de alimentos a mais de 300 entidades, um incremento de 24,4% na quantidade doada em relação a 2015 (*veja mais na tabela ao final deste capítulo*).

A Parceria contra o Desperdício tem o apoio, entre outras iniciativas, do programa Mesa Brasil e do Serviço Social do Comércio (Sesc), que treina pessoas, recolhe alimentos e faz sua distribuição. Trata-se de frutas e legumes em condições de consumo seguro que não serão vendidos nas lojas de Multivarejo por não cumprirem os requisitos de aparência para exposição aos (às) consumidores(as).

Resíduos não perigosos da operação



Resíduos orgânicos



Pelo GPA, realizam o programa as lojas Extra, Pão de Açúcar e Assaí. A meta para 2017 é aumentar ainda mais o número de lojas participantes.

> Desperdício Zero com Você É Possível

Com o objetivo de engajar todos(as) os (as) colaboradores(as) no compromisso contra o desperdício de produtos e no combate às quebras no Multivarejo, o GPA lançou, em 2016, a campanha Desperdício Zero com Você É Possível. Além de um troféu, as três primeiras lojas por bandeira que apresentaram o melhor resultado – ou seja, o menor desperdício – receberam a premiação de cestas especiais para todos(as) os (as) seus (suas) colaboradores(as). Ao todo, 15 lojas foram reconhecidas no Brasil. A campanha deve continuar em 2017, contribuindo para uma consciência cada vez maior sobre a necessidade de buscar o zero desperdício em todas as lojas do GPA.

> Eficiência energética

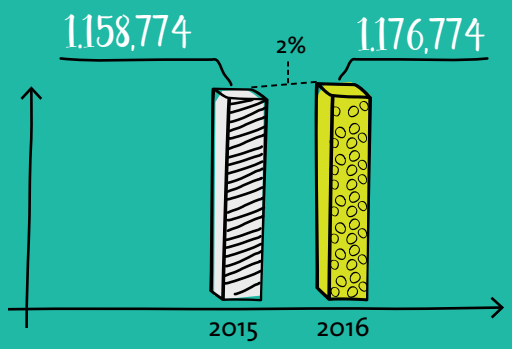
O GPA e a GreenYellow – empresa de projetos de eficiência energética e energias renováveis do Grupo Casino – renovaram em 2016 os sistemas de iluminação e refrigeração de 178 supermercados Extra e Pão de Açúcar e 5 centros de distribuição no Rio de Janeiro, em São Paulo e na Região Nordeste. A parceria busca reduzir os custos de energia das lojas e os impactos de sua operação no meio ambiente.

Três ações fazem parte do projeto: a instalação de portas para o fechamento de balcões e ilhas de frio; a automatização de processos, com novas regulagens, para o ar-condicionado das lojas; e a troca da iluminação por lâmpadas que consomem menos energia. O resultado é uma economia de cerca de 25% no consumo de cada unidade. Nas 178 lojas renovadas em 2016, o ganho seria equivalente ao consumo mensal de 1,25 milhão de residências*, ou seja, haveria capacidade para suprir a energia de mais de 104 mil residências durante um ano.

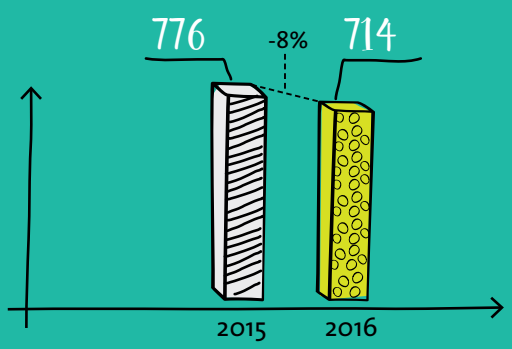
Os dados de consumo médio por residência e quantidade de residências com energia elétrica no Brasil foram retirados da **Resenha Mensal da Empresa de Pesquisa Energética, versão de 30 de janeiro, que traz os números finais de 2016.*

Os supermercados alcançados pelo programa em 2016 somam-se aos 137 hipermercados Extra que foram modificados pela parceria GPA/GreenYellow em 2015 – neste caso, resultando em uma economia de energia de 62 mil megawatts-hora, o equivalente ao consumo residencial anual de Campos do Jordão (SP). Ao final do programa, em 2018, cerca de 500 lojas terão sido renovadas, o que corresponde a quase todas as nossas unidades.

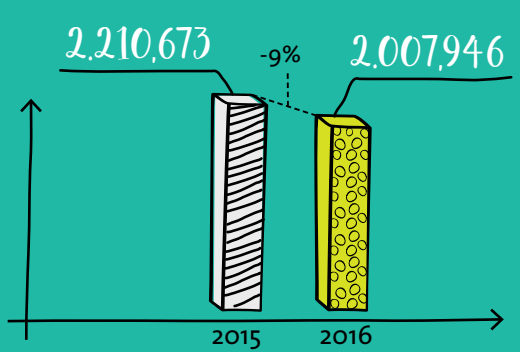
Total de energia consumida (MWh)



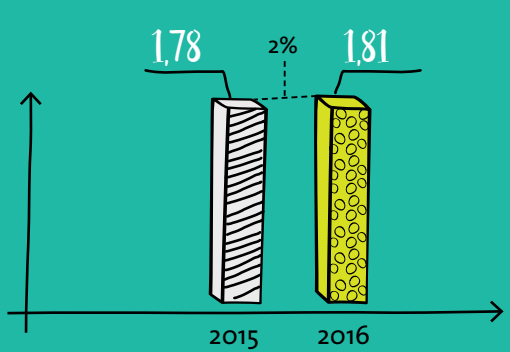
Consumo de energia por área de vendas (kWh/m²)



Total de água consumida (m³)



Consumo de água por área de vendas (m³/m²)







O caminho da energia solar

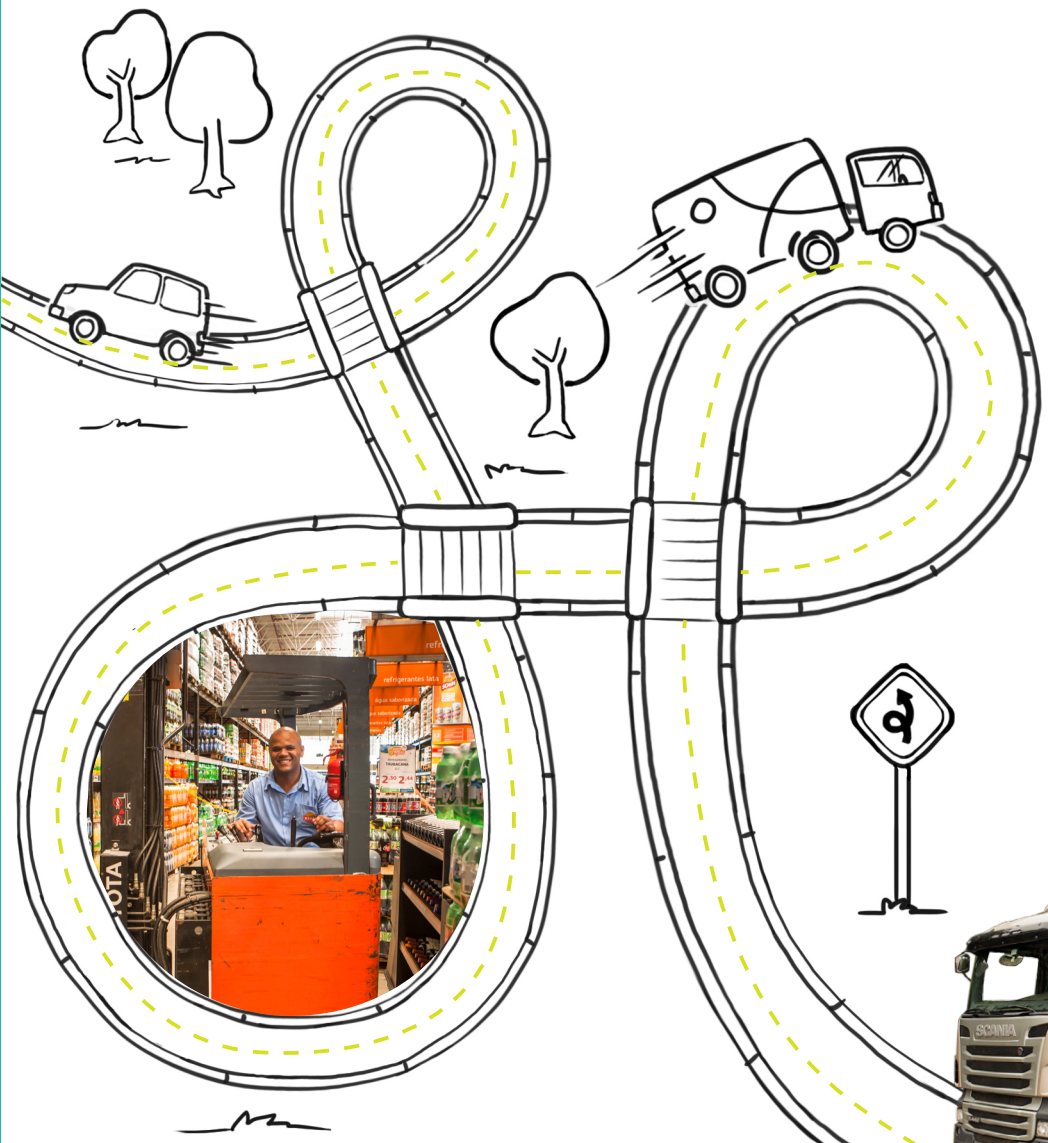
Uma unidade Minuto Pão de Açúcar em Campinas (SP) passou, em 2016, a gerar parte da energia que consome por meio de placas fotovoltaicas – painéis que convertem a energia solar em eletricidade. Foi a primeira loja do GPA a lançar mão dessa energia limpa, renovável e acima de tudo, sustentável, em parceria com a GreenYellow, filial de energia do Grupo Casino, que construiu a planta. Os 30 painéis instalados suprem parte do consumo da loja, podendo gerar mais de 10,5 megawatts-hora por ano**.

Ainda em 2016, a bandeira Assaí instalou na sua loja em Várzea Grande (MT), integrando à sua estrutura a maior usina solar do Brasil no atacado de autosserviço.

Construída em parceria com a GreenYellow em 2016 para entrar em operação no início de 2017, a usina solar tem 1.140 painéis solares instalados na cobertura do estacionamento, capazes de fornecer, em carga plena, até 15% da energia consumida pela loja. A geração dessa energia limpa vai evitar que mais de 1.300 toneladas de gás carbônico sejam jogadas na atmosfera ao longo dos próximos 25 anos, reduzindo a emissão de gases-estufa, que provocam o aquecimento global**.

***Para o cálculo da emissão de CO^2, utilizamos a fonte mais atual, que é o Ministério da Ciência e Tecnologia: http://www.mct.gov.br/index.php/content/view/321144.html, indicado pela Sustentabilidade Corporativa do GPA.*

O GPA planeja estender esses projetos piloto, aumentando gradualmente o percentual de energia limpa na matriz de abastecimento de suas lojas.





> Logística

Como uma Companhia de distribuição, o GPA mantém uma ampla rede de operações logísticas, que cobre a maior parte do território brasileiro – em 2016, foram realizadas 570 mil viagens para a entrega de produtos às lojas das diversas bandeiras. Parte significativa das iniciativas do Grupo para a redução do impacto ambiental das nossas atividades é voltada para reforçar a sustentabilidade dessas operações. A seguir, duas iniciativas nesse sentido:

> Carreta tipo rodotrem

Em 2016, o GPA começou a operar uma nova carreta de transporte de produtos entre os centros de distribuição (CDs) e as lojas. O veículo é tracionado por um cavalo mecânico com motor híbrido, que usa gás natural como combustível e, portanto, é menos poluente; ao mesmo tempo, a carreta tem capacidade de carga 50% maior do que as convencionais, fazendo menos viagens para transportar o mesmo volume de carga. As inovações permitirão reduzir em 70% as emissões de CO_2 nas operações de transporte entre os CDs e as lojas.

> Limite de idade para a frota

Foi estabelecido um teto de cinco anos de idade para os caminhões da frota de distribuição das bandeiras Pão de Açúcar, Extra e Assaí. Veículos mais novos, com motores de tecnologia mais moderna e menos desgastados pelo uso, são mais limpos, em termos de poluição do ar, do que uma frota mais antiga.

Inventário de emissões de gases de efeito estufa

O GPA liderou uma iniciativa, em 2016, com o propósito de reduzir o risco ambiental representado pelos gases refrigerantes – substâncias utilizadas nos sistemas de refrigeração que contribuem para a emissão de gases de efeito estufa (GEEs) na atmosfera.

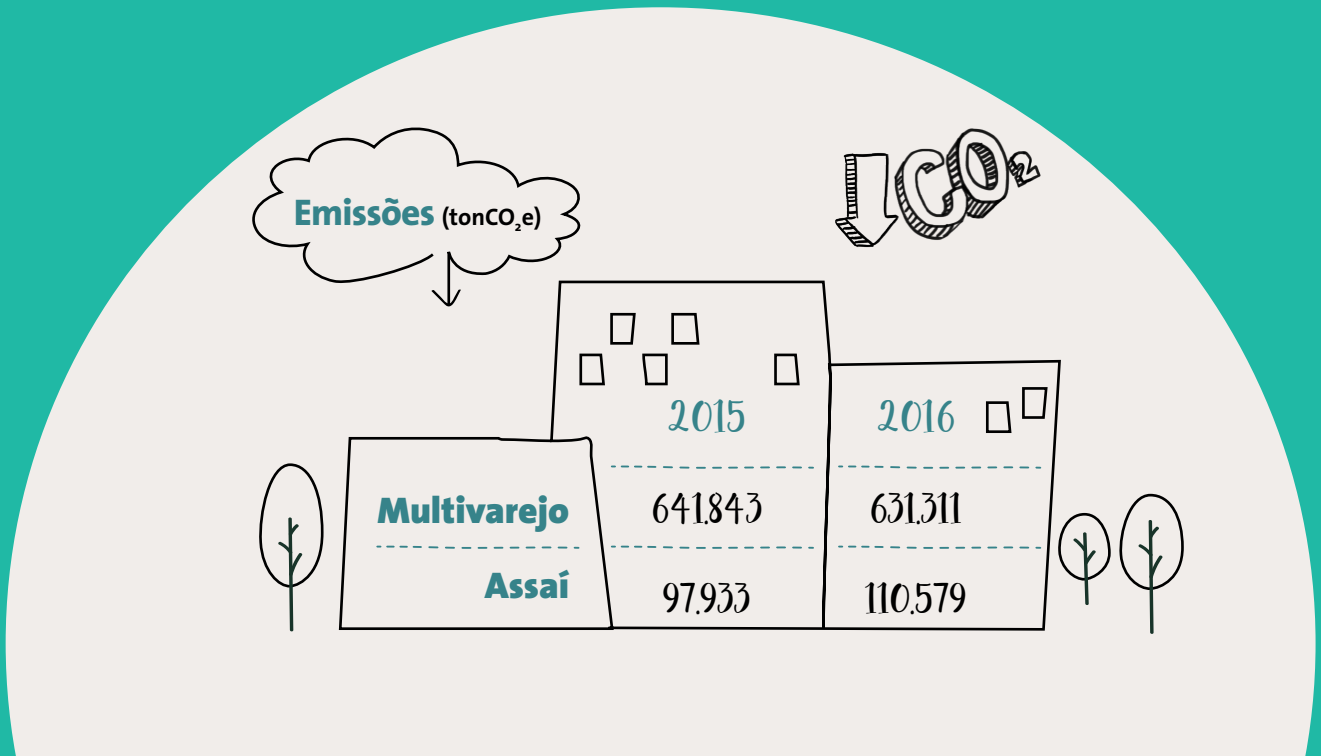
Um encontro promovido pela Companhia reuniu outros(as) varejistas, entidades do setor, consultorias, fornecedores(as) e fabricantes de equipamentos para dar a partida em um esforço comum entre todos os públicos de interesse para a solução do problema ambiental representado pelos gases refrigerantes. Como resultado do encontro, foi criado um grupo de trabalho com a tarefa de analisar sugestões para minimizar os impactos ambientais decorrentes do uso desse material e propor linhas de ação ao setor.

O grupo seguirá trabalhando em 2017. A Companhia, enquanto isso, continuará a experimentar alternativas práticas de redução do impacto desses gases, aperfeiçoando igualmente a manutenção e a operação de seus equipamentos atuais, como vem fazendo desde 2014.

A iniciativa do GPA dá seguimento a outras ações pioneiras no sentido de enfrentar o problema global das emissões de GEEs e de outras substâncias nocivas ao meio ambiente. Já em 2010 o GPA passou a fazer seu inventário de emissões de carbono, de acordo com a metodologia do Programa Brasileiro GHG Protocol. A informação passou a fazer parte do mapa de riscos da Companhia e, em 2016, foi possível trabalhar com mais consistência os dados levantados por essa ferramenta juntamente com as áreas, criando processos de coleta mais consistentes.

O GPA também faz parte do Índice Carbono Eficiente (ICO2), criado pela BM&F Bovespa e pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES). Esse indicador é formado por empresas que adotam práticas transparentes em relação às suas emissões de GEEs e possuem iniciativas eficientes para geri-las.

O Grupo responde ainda ao Carbon Disclosure Project (CDP) Climate Change, uma das principais iniciativas do setor financeiro para mitigar os efeitos das mudanças climáticas. Há três anos estamos aprimorando nossos resultados, o que mostra que os esforços para identificar as emissões e as ações para minimizar nossos impactos estão no caminho certo.



Resumo das metas e plano de ações de sustentabilidade

Cumprida

Parcialmente cumprida

Não cumprida

Gestão do impacto ambiental

Metas 2016	Status	Comentários
Expandir a doação de alimentos em pelo menos 3% em comparação ao volume doado em 2015 (Multivarejo, Assaí).		Foram doadas 3.733 toneladas de alimentos (sendo 3.600 toneladas de Multivarejo e 133 de Assaí) para mais de 300 entidades sociais cadastradas, representando um aumento de 24,4% para Multivarejo e Assaí.
Aumentar o número de lojas com processo de compostagem (Multivarejo, Assaí).		Em Multivarejo, mais 30 lojas tiveram a implementação do processo de compostagem. Isso representou um aumento de mais de 2 mil toneladas de volume compostado. Já em Assaí, foram mais 11 lojas com compostagem, com o volume de 368 toneladas.
Reduzir o consumo de energia das áreas de venda e expandir a atuação da GreenYellow Brasil em projetos de eficiência energética nos supermercados (GPA).		Redução de 2,6% no consumo de energia com os projetos da GreenYellow. Implementação de projetos de eficiência energética em mais de 100 supermercados e 38 hipermercados (Multivarejo).
Criar um grupo de trabalho e promover trocas com públicos de interesse sobre a questão de gases refrigerantes (GPA).		Foi criado um grupo de trabalho com a Associação Paulista de Supermercados (Apas) e, como resultado, foi realizado o primeiro evento de gases refrigerantes para o varejo, em outubro de 2016, com o objetivo de discutir planos de ação e projetos para mitigar os impactos dos gases refrigerantes nos próximos anos.







6 Engajamento com a sociedade

Estamos presentes em todo o território nacional por meio de nossas lojas e nos relacionamos com as comunidades do entorno. Pensar globalmente e agir localmente, portanto, não é apenas um *slogan* para nós: trata-se de um imperativo que não devemos perder de vista.

O GPA opera mais de 2 mil lojas e 50 entrepostos e centros de distribuição. Essa rede é abastecida por muitos(as) e diversos(as) fornecedores(as) e atende, por sua vez, quase 11 milhões de clientes. Todo esse alcance e penetração significam que nosso "Poder de impactar pessoas" é enorme. Tão grande, na verdade, que o reconhecemos como um dos valores fundamentais da Companhia.

Queremos contribuir para a construção de uma sociedade diversa e melhor, e esse é o sentido de nosso engajamento com a sociedade – um dos compromissos de sustentabilidade assumidos pelo GPA, detalhado neste capítulo. A seguir, algumas das ações e iniciativas realizadas em 2016:

Dia da Solidariedade 2016

Em referência a 5 de dezembro, Dia Internacional do Voluntariado, o Instituto GPA realizou, em 3 de dezembro, um dia de mobilização de clientes, fornecedores(as), colaboradores(as) e instituições sociais em 100% das lojas das bandeiras Assaí, Pão de Açúcar e Extra e nas lojas de Proximidade Minimercado Extra e Minuto Pão de Açúcar. Nesse dia, pelo quarto ano seguido do evento, clientes de nossas bandeiras eram sensibilizados(as) a doar alimentos não perecíveis a organizações sociais parceiras da iniciativa.

A campanha de 2016 contou com 9.180 voluntários(as), entre colaboradores(as) do GPA e integrantes das 125 instituições sociais parceiras em todo o Brasil. O resultado – 756 toneladas de alimentos arrecadados – superou em 29% o resultado de 2015 (587 toneladas), beneficiando aproximadamente 126 mil famílias e 504 mil pessoas.



Parceria Amigos do Bem

Ainda como estímulo à doação, a organização social Amigos do Bem arrecadou alimentos em lojas Pão de Açúcar e Extra para distribuição em áreas carentes do sertão nordestino. Foram mais de 488 toneladas de alimentos doados em 2016.





Viva Bairro!

O projeto apoia iniciativas locais de impacto socioambiental e busca promover ações de valor compartilhado entre as lojas Extra e a sua vizinhança. Em 2016, o projeto atuou em cinco bairros do Rio de Janeiro e de São Paulo, e algumas das ações implementadas foram:

- confecção de grafite por artista local dentro das lojas Mooca (SP), Jaguaré (SP) e Copacabana (RJ), com participação de pessoas da comunidade;
- passeios ciclísticos que tiveram como ponto de encontro o estacionamento de lojas Extra na Mooca e na Tijuca (RJ);
- venda na loja Extra de artesanato produzido localmente no Jaguaré;
- aplicação de um curso de auxiliar de padaria para pessoas da comunidade, por padeiros(as) da loja Extra. O programa Mão na Massa ocorreu no mês de outubro na comunidade de Jaguaré.

O Viva Bairro! foi lançado em 2014, a partir da vontade do Extra de se aproximar como um bom vizinho das comunidades no entorno de suas lojas. O projeto, realizado em parceria com as organizações Aoka Labs e Instituto Aromeiazero, tem como um dos critérios básicos desenvolver ações sempre em espaços públicos. O objetivo é fortalecer os movimentos e os (as) protagonistas locais, gerando um impacto social positivo nas áreas do entorno das lojas Extra participantes. Em 2016, o projeto passou por uma revisão de seus eixos de atuação, centrados em:

- estimular e apoiar grupos e iniciativas das comunidades onde está implantado;
- desenvolver canais de comunicação e atuação conjunta com o Extra e outros atores, inclusive o Poder Público;
- levar adiante as iniciativas em andamento, com base no aprendizado e nos desafios encontrados nos dois primeiros anos.

› Arredondar para doar

O GPA e o Instituto Arredondar, em parceria, lançaram uma iniciativa com a finalidade de arrecadar recursos para organizações sociais que apoiam projetos de educação e preservação do meio ambiente em todo o País.

O programa – implantado nas lojas de Proximidade Minuto Pão de Açúcar e Minimercado Extra – começou em fevereiro de 2016 e funciona assim: quando chega ao caixa das unidades participantes, o (a) cliente é convidado(a) a doar para uma ONG parceira o troco a receber por sua compra, arredondando os centavos do total devido para o valor inteiro acima [ao aceitar o convite, portanto, o (a) consumidor(a) poderá fazer uma doação de até R$ 1,00 em cada ida à loja].

As microdoações acumuladas são repassadas às organizações parceiras do Instituto Arredondar, criador e gestor do projeto, ao qual aderiram empresas de diversos setores e todos os portes. O GPA é o primeiro grande grupo de varejo alimentar a fazer parte do Movimento Arredondar, que busca oferecer a doadores potenciais uma forma prática e transparente de fazer esse gesto, contribuindo assim para o desenvolvimento de uma cultura de doação entre os (as) consumidores(as) brasileiros(as) (*saiba mais sobre o Arredondar e a participação do GPA no quadro na página 63*).

Em 2016, foram arrecadados mais de R$ 256 mil em 90 lojas Minuto Pão de Açúcar e Minimercado Extra, repassados pelo Instituto Arredondar para o financiamento de projetos educacionais e ambientais. Em 2017, o programa vai ser mantido nas bandeiras de Proximidade e deverá ser ampliado para os supermercados Pão de Açúcar.





Uma ponte entre doadores e suas causas

Convidar consumidores(as) a abrir mão das moedinhas de troco para apoiar entidades que desenvolvem projetos de impacto social. Essa é a lógica simples do Movimento Arredondar, abraçada com sucesso desde 2011 por empresas variadas. Mas a iniciativa nunca tinha sido aplicada a um grande negócio de varejo no Brasil.

Assim, o GPA e o Instituto Arredondar se associaram à Escola de Administração de Empresas da Fundação Getulio Vargas (Eaesp-FGV) para avaliar, por meio de uma pesquisa de opinião, quais são os fatores que influem na disposição dos(as) clientes para doar o troco de suas compras a causas e instituições sociais.

A pesquisa foi realizada ao longo de 2016, com clientes de 42 lojas Minuto Pão de Açúcar participantes do programa. Entre outros *insights*, a consulta ao (à) consumidor(a) revelou que a postura dos operadores e das operadoras de caixa – as pessoas que convidam os (as) clientes a doar seu troco na hora de pagar as compras – tem grande importância no momento de decidir: quanto mais engajados(as) e preparados(as) para informar o (a) cliente sobre o programa forem esses(as) profissionais, maior a probabilidade de conseguirem a doação.

Para Nina Valentini, Diretora Executiva do Instituto Arredondar, o engajamento dos(as) colaboradores(as) do GPA no desenvolvimento do projeto foi muito positivo. O Instituto trabalhou com os times da Companhia na implantação da tecnologia, nos aspectos legais e no treinamento do pessoal que está em contato com os (as) clientes. "O engajamento foi surpreendente em todas as áreas", diz ela. "Houve um grande envolvimento da força de vendas, que abraçou o projeto de forma muito legal."

Para fomentar a cultura da doação, observa Nina, é preciso garantir, de um lado, que os recursos doados serão bem aplicados. "Por isso, o Instituto seleciona com rigor as organizações beneficiárias do projeto, que passam por avaliações técnicas e documentais, têm seus balanços verificados e prestam contas trimestrais de como utilizam os recursos recebidos", explica.

Na outra ponta, é necessário o forte comprometimento das empresas parceiras que convidam seus (suas) clientes a fazer as microdoações.

> *É importante trabalharmos com marcas que têm a aderência de seus (suas) clientes",* afirma Nina. Por esse ângulo, a entrada do GPA no Movimento Arredondar em 2016 teve efeitos importantes. *"Traz uma escala maior e mais visibilidade ao projeto. O Arredondar ficou mais conhecido entre os (as) doadores(as)."*



> O Instituto GPA

O Instituto GPA (IGPA) é o braço de investimento sociocultural do Grupo. Com 18 anos de atuação em projetos em diversas áreas de educação e cultura, o IGPA iniciou, em 2016, um processo de reposicionamento do seu foco de atuação e da sua estratégia de investimento social. Para aprofundar e desenvolver esse estudo, foram realizadas consultas de cocriação envolvendo 280 colaboradores(as) de diferentes regionais e bandeiras e clientes da Companhia.

O maior objetivo desse processo era fazer uma revisão e escolha temáticas a partir de um processo democrático compartilhando as responsabilidades para a seleção das prioridades sociais do Grupo.

O resultado dessa iniciativa tem como grande norteador a formação e a preparação para o mundo do trabalho, em seus diversos formatos, mas acima de tudo como encontro da vocação com a autonomia financeira e veículo de transformação para uma sociedade melhor.

A continuidade do estudo serão os novos projetos a ser desenvolvidos a partir de 2017.

Confira os principais projetos a seguir.



> O Programa de Música & Orquestra Instituto GPA leva o ensino gratuito de instrumentos musicais a crianças e jovens de 10 a 18 anos no Rio de Janeiro, em São Paulo e Brasília (DF). Aqueles(as) que se destacam no curso de dois anos são convidados(as) a tocar na Orquestra Instituto GPA. Em 2016, a Orquestra fez 50 concertos e 22 apresentações em lojas e eventos do Grupo, beneficiando mais de 500 jovens.

> O Programa Prosperar, é uma parceria com universidades que oferece bolsas de estudos a alunos(as) sem condições financeiras para cursar uma universidade. O programa inclui, além da bolsa de estudos da mensalidade, uma bolsa-auxílio para livros e material didático, refeições, transporte e auxílio-moradia para estudantes de fora da cidade de São Paulo.

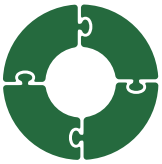
Em 2016, foram beneficiados(as) 27 bolsistas pela Eaesp-FGV; 10 bolsistas pela Universidade Estácio; e 30 alunos(as) que participaram do curso preparatório para o vestibular da FGV.

> O Núcleo Avançado em Tecnologia de Alimentos (Nata), na cidade de São Gonçalo (RJ), oferece educação técnica profissional a 317 alunos(as) (com Ensino Médio Integrado) e forma 100 alunos(as) por ano em duas áreas: Leite & Derivados e Panificação & Confeitaria. O Instituto GPA e o Nata também promovem o Encontro Tecnológico Panis e Lactis, evento anual de atualização em tecnologias inovadoras e troca de experiências sobre práticas profissionais que evitem desperdícios e minimizem os impactos ambientais.

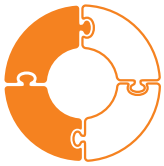


Metas 2016

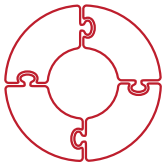
Resumo das metas e plano de ações de sustentabilidade



Cumprida

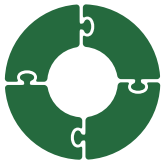
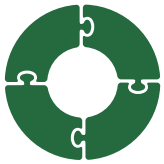


Parcialmente cumprida

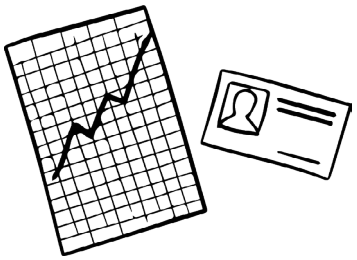


Não cumprida

Engajamento com a sociedade

Metas 2016	Status	Comentários
Implementar um programa de arredondamento de troco nas lojas de Proximidade do Multivarejo.		A implementação do programa de arredondamento de troco, em parceria com o Instituto Arredondar em lojas de Proximidade (67 Minuto Pão de Açúcar e 30 Minimercado Extra), permitiu arrecadar mais de R$ 256 mil para instituições parceiras.
Aumentar o número de voluntários(as) do Assaí no Dia da Solidariedade.		Em 2016, o Assaí teve um aumento de 23% no número de colaboradores(as) voluntários(as) em comparação ao ano de 2015.





Metas 2017

Resumo das metas e plano de ações de sustentabilidade

Compromisso	Meta
Valorização da nossa gente	> Desenvolver um programa de *mentoring* para pessoas com deficiência (Assaí) > Aplicar um treinamento de diversidade focado para as áreas de RH de todos os negócios > Implementar e desenvolver novas formas de ensino para acelerar a plataforma digital de treinamentos (MV) > Aumentar o número de colaboradores(as) com deficiência (%) dentro dos negócios > Implementar pelo segundo ano consecutivo uma meta de sustentabilidade para os (as) colaboradores(as) elegíveis à remuneração variável
Consumo e oferta consciente	> Expandir a atuação do Programa Novo de Novo, inclusive com integração de novos materiais, como o plástico (Multivarejo) > Implementar o novo modelo de Estações de Reciclagem Pão de Açúcar Unilever, com ações de economia circular
Transformação na cadeia de valor	> Publicar uma política de uso de óleo de palma nas Marcas Exclusivas (Multivarejo) > Seguir com a implementação das ações decorrentes da Política de Compra de Carne Bovina e estabelecer um protocolo de auditoria para a carne Rubia Galega > Realizar auditorias sociais nos(as) fornecedores(as) importadores(as) de países de risco do GPA e iniciar a implementação de auditorias sociais em unidades de produção de Marcas Exclusivas no Brasil (Multivarejo)
Gestão do impacto ambiental	> Implementar projetos de eficiência energética em mais de 200 lojas de supermercado (Multivarejo) e lançar novos projetos com energia solar > Reforçar as ações relacionadas à redução do desperdício alimentar > Seguir com a expansão do modelo de compostagem de resíduos orgânicos em novos CDs e lojas > Lançar pilotos referentes ao uso de tecnologias mais eficientes para refrigeração (redução das emissões de GEEs relacionadas ao uso de gases refrigerantes) > Implementar projetos de eficiência logística para reduzir as emissões de GEEs relacionadas ao transporte
Engajamento com a sociedade	> Implementar programa de arredondamento de troco nas lojas do Pão de Açúcar > Desenvolver os projetos do Instituto GPA em linha com as causas sociais definidas em 2016 e reforçar a agenda de ações solidárias ao longo do ano > Expandir o Programa Viva Bairro para mais lojas da bandeira Extra

Indicadores

INDICADOR	UNIDADE	GPA	MULTIVAREJO	ASSAÍ	GPA CORPORAÇÃO
Área de venda das unidades próprias	m²	**1.643.005**	1.305.309	337.696	-

VALORIZAÇÃO DA NOSSA GENTE – INDICADORES DE 31/12/2016*

INDICADOR	UNIDADE	GPA	MULTIVAREJO	ASSAÍ	GPA CORPORAÇÃO
Headcounts inscritos em 31/12/2016	Número	**100.605**	74.381	24.759	1.465
Headcount do sexo feminino em 31/12/2016	Número	**51.894**	39.885	11.380	629
Headcount do sexo masculino em 31/12/2016	Número	**48.629**	34.496	13.297	836
Headcount < 30 anos em 31/12/2016	Número	**44.741**	31.879	12.459	403
Headcount com idade entre 30 e 50 anos em 31/12/2016	Número	**47.009**	35.309	10.809	891
Headcount com idade > 50 anos em 31/12/2016	Número	**8.773**	7.193	1.409	171
Número de contratações (CDI – contrato por tempo indeterminado) realizadas no ano	Número	**27.356**	15.464	11.672	220
Número de pessoas recrutadas com idade inferior a 26 anos (CDI + CDD)	Número	**15.332**	9.884	5.376	72
Número de acidentes de trabalho com licença de um dia pelo menos	Número	**1.220**	1.005	201	14
Número de dias de licença decorrente de acidente de trabalho**	Número	**30.911**	24.432	5.689	790
Número total de horas ausentes devido a acidente de trabalho, doença ordinária e doenças profissionais**	Horas	**4.364.968**	3.126.857	1.209.627	28.484
Taxa de frequência dos acidentes com afastamento de pelo menos um dia – sobre o total de horas trabalhadas (%)	%	**4,5**	4,8	3,4	3,2
Número de horas de treinamento por pessoa***	Horas	**15**	8	43	3
Headcount do sexo masculino em cargos de Gerência e acima em 31/12/2016	Número	**889**	661	158	70
Headcount do sexo masculino na alta administração em 31/12/2016	Número	**61**	29	11	21
Headcount do sexo feminino em cargos de Gerência e acima em 31/12/2016	Número	**347**	279	31	37
Headcount do sexo feminino na alta administração em 31/12/2016	Número	**7**	1	2	4
% Mulheres em cargos de Gerência e acima em 31/12/2016	%	**28,0**	30,0	16,0	35,0
Total de colaboradores(as) com deficiência na empresa em 31/12/2016	Número	**2.660**	1.412	1.231	17
Número de aprendizes em 31/12/2016	Número	**2.447**	1.901	532	14

*As informações de GPA Malls estão consideradas em Multivarejo.

**O número considera apenas acidentes ocorridos em 2016.

***O número de horas é com base na média de *headcount* ativo.

CONSUMO E OFERTA CONSCIENTE E TRANSFORMAÇÃO DA CADEIA DE VALOR

INDICADOR	UNIDADE	GPA	MULTIVAREJO	ASSAÍ	GPA CORPORAÇÃO
Número total de produtos de marca própria	Número	**5.966**	5.911	55	-
Número de produtos orgânicos*	Número	**1.609**	1.599	10	-
Número de produtos certificados – outros selos	Número	**215**	215	0	-
Número de produtos de outras marcas certificados com FSC	Número	**731**	473	258	-
Total de produtos certificados	Número	**2.555**	2.287	268	-
Número de produtos homologados no projeto Qualidade desde a Origem	Número	**264**	264	0	-
Total de produtos de marca própria com otimização nutricional	Número	**323**	55	268	-
Auditorias sociais em fábricas de fornecedores(as) localizadas em países de risco	Número	**91**	91	0	-

*O número considera 1.385 produtos de outras marcas e 214 de marcas próprias.

GESTÃO DO IMPACTO AMBIENTAL*

INDICADOR	UNIDADE	GPA	MULTIVAREJO	ASSAÍ	GPA CORPORAÇÃO
ENERGIA					
Total da energia consumida	MWh	**1.176.720**	952.963	215.429	8.328
Proporção de energia verde	MWh	**426.924**	410.906	10.111	5.907
Consumo de energia/m²**	kWh/m²	**714**	740	610	-
Consumo de gás natural	MWh PCI	**21.539**	21.423	65	51
Consumo de gás liquefeito de petróleo (GLP)	toneladas	**71.794**	32.779	39.015	-
Consumo de óleo	litros (L)	**5.447.689**	2.423.902	3.020.787	3.000
GASES REFRIGERANTES					
R404A	kg	**8.935**	8.902	33	-
R134A	kg	**751**	616	18	117
R22	kg	**149.045**	126.900	18.863	3.282
Outros fluidos	kg	**7.718**	4.064	3.654	-
RESÍDUOS NÃO PERIGOSOS DA OPERAÇÃO					
Papelão	toneladas	**39.568**	29.110	10.409	50
Plástico	toneladas	**4.909**	3.100	1.801	8
Resíduos orgânicos	toneladas	**3.059**	2.774	285	-
Óleo de cozinha usado	toneladas	**362**	350	11,726	-
Taxa de resíduos reutilizados	%	**27,0**	23,0	51,0	28%
RESÍDUOS DEPOSITADOS POR CLIENTES					
Resíduos de clientes coletados nas lojas	toneladas	**16.842**	16.138	704	0
ÁGUA					
Total de água potável do sistema	m³	**2.007.946**	1.522.139	434.606	51.201
Consumo de água por m³/m²**	m³/m²	**1,81**	2,0	1,3	-

*Em Multivarejo são considerados os dados de lojas e CD. Em Assaí são considerados os dados de lojas, CD e sede. Em GPA Corporação são considerados os dados de GPA Corporação e demais sedes administrativas.
**m² de área de venda.

ENGAJAMENTO COM A SOCIEDADE

INDICADOR	UNIDADE	GPA	MULTIVAREJO	ASSAÍ	GPA CORPORAÇÃO
Doações de alimentos em toneladas	toneladas	3.605	3.472	133	-
Valor total pago para ações de solidariedade (Instituto GPA, doações)	BRL	R$ 13.441.009	R$ 10.555.731	R$ 2.885.278	-
Total de doações em dinheiro por meio de parcerias culturais e esportivas	BRL	R$ 600.000	R$ 0	R$ 600.000	-
Número de beneficiários(as) das ações das fundações ou das parcerias solidárias	Número	2.088	-	-	2.088







Building a better working world

São Paulo Corporate Towers
Av. Juscelino Kubitscheck, 1909
Torre Norte - 9º andar – Vila NovaConceição
CEP 04543-011 – São Paulo – SP, Brasil

Tel: (11) 2573-3000
ey.com.br

Relatório de Asseguração Limitada dos Auditores Independentes do Relatório Anual de Sustentabilidade do Grupo Pão de Açúcar, com base nas diretrizes da metodologia interna do Grupo Casino, conforme artigo 225 da Lei francesa Grenelle 2

Aos Administradores e Acionistas da
Companhia Brasileira de Distribuição (Grupo Pão de Açúcar - GPA)

Introdução

Fomos contratados pela administração da Companhia Brasileira de Distribuição ("Grupo Pão de Açúcar" ou "GPA" ou "Instituição") para apresentar nosso relatório de asseguração limitada sobre os indicadores (objetos do nosso escopo) contidos no Relatório Anual de Sustentabilidade do GPA, com base nas diretrizes internas de protocolo de reporte definido pelo Grupo Casino, compreendendo dois períodos bases para o "Relatório", de 01 de outubro de 2015 a 30 de setembro de 2016 para os indicadores referentes a meio ambiente e 01 de janeiro de 2016 a 31 de dezembro de 2016 para os demais indicadores sociais e de saúde e segurança, ambos para as operações Multivarejo, Viavarejo e Assai.

Responsabilidades da administração do GPA

A administração do GPA é responsável pela elaboração e apresentação de forma adequada das informações constantes no Relatório de acordo com critérios, premissas e metodologias internas definidas pelo Grupo Casino, conforme artigo 225 da Lei francesa Grenelle 2, e pelos 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 constantes no Relatório, com base no trabalho de asseguração limitada conduzido de acordo com o Comunicado Técnico do Ibracon (CT) Nº 07/2012, aprovado pelo Conselho Federal de Contabilidade e elaborado tomando por base a NBC TO 3000 (Trabalhos de Asseguração 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 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 os indicadores constantes no Relatório, estão livres de distorções relevantes.

Um trabalho de asseguração limitada conduzido de acordo com a NBC TO 3000 (ISAE 3000) consiste principalmente de indagações à administração e outros profissionais do GPA que foram envolvidos na elaboração das informações constantes do Relatório através da aplicação de procedimentos analíticos para obter evidências que nos possibilite concluir na forma de asseguração limitada sobre os indicadores do Relatório. Um trabalho de asseguração limitada requer, também, a execução de procedimentos adicionais, quando o auditor independente toma conhecimento de assuntos que o leve a acreditar que as informações constantes do Relatório podem apresentar distorções relevantes. Os procedimentos selecionados basearam-se na nossa compreensão dos aspectos relativos à compilação e apresentação das informações constantes no Relatório de acordo com critérios, premissas e metodologias próprias do Grupo Casino e de outras circunstâncias do trabalho e da nossa consideração sobre áreas onde distorções relevantes poderiam existir. Os procedimentos compreenderam:



Responsabilidade dos auditores independentes -- continuação

(a) o planejamento dos trabalhos, considerando a relevância, o volume de informações quantitativas e qualitativas e os controles internos que serviram de base para a elaboração das informações constantes do Relatório;

(b) o entendimento da metodologia de cálculos e dos procedimentos para a preparação e compilação dos indicadores através de entrevistas com os gestores responsáveis pela elaboração das informações;

(c) a aplicação de procedimentos analíticos sobre as informações quantitativas e indagações sobre as informações qualitativas e sua correlação com os indicadores divulgados nas informações constantes no Relatório;

(d) o confronto dos dados de natureza financeira com as demonstrações financeiras e/ou registros contábeis.

Os trabalhos de asseguração limitada compreenderam, também, a aderência às diretrizes e critérios da estrutura de elaboração dos indicadores do protocolo corporativo do Grupo Casino, conforme artigo 225 da Lei francesa Grenelle 2, aplicável na elaboração das informações constantes no Relatório.

Acreditamos que a evidência obtida em nosso trabalho é suficiente e apropriada para fundamentar nossa conclusão na forma limitada.

Alcance e limitações

Os procedimentos aplicados em um trabalho de asseguração limitada são substancialmente menos extensos do que aqueles aplicados em um trabalho de asseguração que tem por objetivo emitir uma opinião sobre as informações constantes no Relatório. Consequentemente, não nos possibilitam obter segurança de que tomamos conhecimento de todos os assuntos que seriam identificados em um trabalho de asseguração que tem por objetivo emitir uma opinião. Caso tivéssemos executado um trabalho com objetivo de emitir uma opinião, poderíamos ter identificados outros assuntos ou eventuais distorções nas informações constantes do Relatório. Dessa forma, não expressamos uma opinião sobre essas informações. Adicionalmente, os controles internos do GPA não fizeram parte de nosso escopo de asseguração limitada.

Os dados não financeiros estão sujeitos a mais limitações inerentes do que os dados financeiros, dada à natureza e a diversidade dos métodos utilizados para determinar, calcular ou estimar esses dados. Interpretações qualitativas de materialidade, relevância e precisão dos dados estão sujeitos a pressupostos individuais e a julgamentos. Adicionalmente, não realizamos qualquer trabalho em dados informados para os períodos anteriores, nem em relação a projeções futuras e metas.

Building a better working world

Somente as informações referentes aos indicadores listados na relação abaixo, para as operações Multivarejo, Viavarejo e Assai, foram escopo do trabalho de asseguração limitada. Assim, efetuamos procedimentos de asseguração limitada exclusivamente sobre os indicadores abaixo:

Social	
1.	Número de funcionários (headcount), registrados em 31/12/2016.
2.	Número de empregados com deficiência
3.	Percentual de mulheres em cargos de liderança
4.	Número de contratações
5.	Número de desligamentos (por tipo)
6.	Número total de horas de treinamento
7.	Número de horas trabalhadas / base contratual
8.	Número de horas extras
9.	Número de acidentes de trabalho com dias perdidos
10.	Número de dias perdidos devido a acidentes de trabalho
11.	Número total de horas de ausência devido a acidentes do trabalho e doenças
Comercial	
1.	Número de produtos orgânicos
Meio ambiente	
1.	Consumo de energia elétrica
2.	Consumo de água
3.	Fuga de gases refrigerantes
4.	Quantidade de resíduos recuperados (por tipo)
5.	Quantidade de resíduos não recuperados

Conclusão

Com base nos procedimentos realizados, descritos neste relatório, nada chegou ao nosso conhecimento que nos leve a acreditar que os indicadores constantes no Relatório Anual de Sustentabilidade do GPA, objetos do nosso escopo, relativo ao exercício findo em 30 de setembro de 2016 para os indicadores referentes a meio ambiente e 31 de dezembro de 2016 para os demais indicadores sociais e de saúde e segurança, não tenham sido compilados, em todos os aspectos relevantes, de acordo com critérios, premissas e metodologias para elaboração dos indicadores da diretriz interna corporativa do Grupo Casino, conforme artigo 225 da Lei francesa Grenelle 2.

São Paulo (SP), 20 de março de 2017.

Ernst & Young
Auditores Independentes S.S.
CRC - 2SP 015199/O-6

Antonio Humberto Barros dos Santos
Contador CRC-1SP161745/O-3

CRÉDITOS

Coordenação geral
Diretoria de Comunicação Corporativa
Diretoria de Relações com Investidores
Diretoria de Sustentabilidade Corporativa

Projeto editorial, coordenação, redação, edição e revisão
Quintal 22

Projeto gráfico e diagramação
Adesign

Fotos
Ricardo Teles
Banco de imagens do GPA

Todas as fotos do Relatório Anual e de Sustentabilidade retratam colaboradores(as), clientes e parceiros do GPA.