



SUMÁRIO

Sobre este Relatório 3

Mensagem da liderança 4

Mensagem do Conselho de Administração 5
Mensagem da Diretoria-Executiva 6

Identidade 7

Perfil corporativo 8
Cultura GPA 9
Bandeiras e marcas 10
Nossas marcas próprias e exclusivas 12
Área de atuação 13

Estratégia corporativa 14

Vendas 16
Clientes 19
Digital 23
Expansão 25
Rentabilidade 26
ESG e Cultura 28
Modelo de Negócio 29

Estratégia de sustentabilidade 30

Compromissos e pactos 34
Associações 36
Dupla materialidade 37

Governança corporativa 38

Ética, transparência e compliance 39
Segurança da informação e TI 43
Estrutura de governança 45
Gestão de riscos 47

Nossa Gente 50

Diversidade, equidade e inclusão 53
Atração e retenção de talentos 67
Desenvolvimento e capacitação 69
Saúde, segurança e bem-estar 72

Cadeia de valor responsável 77

Diagnóstico e riscos socioambientais 80
Bem-estar animal 81
Combate ao desmatamento 84
Uso responsável da biodiversidade 88
Respeito aos direitos humanos 89
Apoio aos(as) pequenos(as) produtores(as)
e a organizações sociais 91
Programa Qualidade desde
a Origem (QDO) 93
Segurança alimentar e cultura
de qualidade e sustentabilidade 95
Controle de marcas próprias
e exclusivas 96

Impacto ambiental 97

Mudanças climáticas 98
Logística GPA 101
Resíduos e economia circular 102
Embalagens 105
Combate ao desperdício 107

Impacto social 109

Estímulo ao desenvolvimento social 110
Colabora 111
Rede de solidariedade 113
Movimento Arredondar 114

Doações Stix 115
Projetos incentivados 116
Instituto GPA 117

Reconhecimentos 121

GPA 122
ESG 123
Recursos Humanos 124
Digital 124
Instituto GPA 124
Marketing 125

Anexos 126

Dupla Materialidade 127
Central de indicadores 130
Indicadores SASB 142
Sumário de Conteúdo GRI 144

Relatório de Asseguração Limitada 156

Créditos 158


Grupo Pão de Açúcar



Colaborador do Pão de Açúcar



Sobre este relatório

Mensagens da liderança

Identidade

Estratégia corporativa

Estratégia de sustentabilidade

Governança corporativa

Nossa gente

Cadeia de valor responsável

Impacto ambiental

Impacto social

Reconhecimentos

Anexos

Sobre este Relatório

Nosso Relatório Anual e de Sustentabilidade 2024¹ materializa o compromisso corporativo com a transparência e a prestação de contas ao mercado e à sociedade. O documento expressa nossos compromissos, avanços e desafios do ano – mesmo período considerado nas demonstrações financeiras –, acompanhados de indicadores financeiros e não financeiros, de acordo com os documentos entregues à Comissão de Valores Mobiliários (CVM), com base nas Normas 2021 da Global Reporting Initiative (GRI) e métricas do Sustainability Accounting Standards Board (SASB). Adicionalmente, a elaboração do relatório também foi norteadas por aspectos da Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD) e orientações do International Integrated Reporting Framework (IIRC). As informações, em linha com o escopo e período de relato dos relatórios financeiros, referem-se às atividades de todos os nossos negócios (Grupo Pão de Açúcar – GPA CBD), entre eles Pão de Açúcar, Extra Mercado, Minuto Pão de Açúcar, Mini Extra e Pão de Açúcar Fresh. **GRI 2-2 | 2-3**

A partir de 2024, adotamos a metodologia recomendada pela GRI para a consolidação dos dados quantitativos deste Relatório, que abrangem o período de 1 de janeiro a 31 de dezembro de 2024.

GRI 2-3 | 2-4

Este Relatório foi objeto de asseguração limitada pela Deloitte Touche Tohmatsu Auditores Independentes Ltda. e teve sua elaboração acompanhada e aprovada pela Diretoria-Executiva de Recursos Humanos, Sustentabilidade e Comunicação, pela Diretoria de Relações com Investidores(as) e pelo Conselho de Administração, que asseguraram a adoção das normas internacionais reconhecidas pelo mercado. Seu conteúdo foi definido a partir de [processo de materialidade](#) atualizado em 2024, que identificou os temas mais relevantes na avaliação dos nossos públicos, com aprovação final do Conselho de Administração.

GRI 2-5 | 2-14

Para encaminhar comentários, dúvidas ou sugestões a respeito desta publicação, colocamos à disposição o canal comunicacao.corporativa@gpabr.com. **GRI 2-3**

Boa leitura!



Colaborador do Extra Mercado

¹ Relatório publicado em 30 de abril de 2025.

GPA
Grupo Pão de Açúcar



Recepção da sede corporativa

2

Mensagem
da liderança

Mensagem do Conselho de Administração

GRI 2-22

O ano de 2024 foi marcado pela entrega do primeiro triênio do processo de *turnaround*. Os resultados desse movimento revelam a assertividade da estratégia estabelecida, que prioriza uma atuação multicanal, foco no formato *premium*, com a expansão dos negócios de proximidade, a melhoria de indicadores operacionais, o reforço das suas marcas e a retomada do(a) cliente como centro das decisões. Todas as ações que a administração conduziu proporcionaram retorno do crescimento de vendas e da rentabilidade, além da redução da alavancagem financeira.

Em março, após a aprovação do aumento do capital social, com a emissão de ações ordinárias em oferta subsequente de ações (*follow on*), o GPA se tornou uma companhia sem um controlador (o grupo francês *Casino* passou a deter 22,5% de participação), tendo suas ações pulverizadas entre diversos(as) acionistas.

O compromisso com práticas ESG é parte da estratégia de negócios, incluindo a inserção de atributos econômicos e socioambientais nos indicadores de resultados da Companhia. Entre os tópicos prioritários estão o aumento da presença de mulheres em cargos de liderança e a redução das emissões de Gases do Efeito Estufa.

O planejamento de negócios do próximo triênio, 2025-2027, segue focado nos seis pilares prioritários que guiarão a estratégia da Companhia, suportando uma entrega de resultados consistente e contínua, centrada na retomada da rentabilidade e da eficiência das operações, no atendimento de excelência aos(às) clientes, e no crescimento de vendas, porém, sem deixar de ter os princípios da sustentabilidade do negócio como diretriz norteadora.

O Conselho de Administração reafirma a confiança nesse planejamento, orientando e supervisionando as decisões da administração para o aprimoramento da governança corporativa, bem como para a manutenção da entrega de resultados de longo prazo de maneira eficiente e sustentável.

Conselho de Administração



Fachada da sede corporativa

“Todas as ações que a administração conduziu proporcionaram **retorno do crescimento de vendas e da rentabilidade**, além da redução da alavancagem financeira.”



Sobre este relatório

Mensagens da liderança

Identidade

Estratégia corporativa

Estratégia de sustentabilidade

Governança corporativa

Nossa gente

Cadeia de valor responsável

Impacto ambiental

Impacto social

Reconhecimentos

Anexos

Mensagem da Diretoria-Executiva

GRI 2-22

Chegamos ao ano que marca a entrega do primeiro triênio do projeto de *turnaround* do GPA. Finalizamos essa etapa do nosso processo de retomada com a sensação de dever cumprido e superação de todas as nossas expectativas, ratificando a resiliência e o potencial de nossa Companhia e da nossa gente. Apesar de 2024 ter sido marcado por um contexto macroeconômico mais desafiador do que o previsto, fomos capazes de superar as adversidades e alcançar resultados excepcionais, alicerçados nos nossos seis pilares estratégicos: vendas, clientes, digital, expansão, rentabilidade e ESG e cultura.

Foram muitos marcos e avanços relevantes, que colocam a Companhia em um novo patamar. Para mencionar alguns deles: evoluímos em nossa estratégia multicanal, consolidando a transformação iniciada em 2023, com a migração de 100% dos pedidos para separação e entrega de nossas centrais de distribuição para nossas lojas. Assim, alcançamos resultados recordes de penetração e pudemos realizar prazos de entregas cada vez mais rápidos, alinhados com a expectativa e necessidade dos(as) nossos(as) clientes. Demos continuidade ao nosso plano de expansão, com foco nas lojas de proximidade no Estado de São Paulo, especialmente da bandeira Minuto Pão de Açúcar, entregando 60 novas unidades no ano.

Neste ano, replicamos o trabalho de gestão de categorias e ajustes dos estoques realizado no ano anterior no Pão de Açúcar para as lojas do Extra Mercado, e passamos a ter o produto certo, na loja certa, com a quantidade adequada, diminuindo as perdas e garantindo a satisfação dos(as) nossos(as) clientes. Outro destaque foi nosso negócio de *retail media*, com a comercialização de espaços publicitários em nossas lojas e rentabilização de nossos ativos digitais.

Consolidamos a proposta de valor de nossas marcas, com o lançamento da campanha Você Feliz é Tudo de Pão, resgatando a essência da felicidade, expressa no DNA do Pão de Açúcar, com o reforço de que a rede está sempre presente nos momentos especiais

dos(as) clientes. No Extra Mercado lançamos a Mais que mais barato, ressaltando características que vão além da economia, como experiência de compra, qualidade, variedade e ótimo atendimento, posicionando a bandeira como o melhor supermercado do bairro.

Nossa paixão pelo(a) cliente, um dos valores do Grupo, tem refletido resultados positivos, com a evolução da satisfação dos(as) consumidores(as), mensurada pelo *Net Promoter Score* (NPS), que teve uma incrível melhora, saltando de 72,6 pontos, em janeiro, para 80 pontos, em dezembro de 2024.

Nossas iniciativas nos pilares ambiental, social e de governança seguiram sendo aprimoradas. No âmbito social, destaca-se o Instituto GPA, com a ampliação do programa Mãos na Massa, de capacitação e geração de renda no segmento alimentar. Atingimos a marca de 49,6% de mulheres líderes, em linha com a meta de 50% até 2025; assinamos os Movimentos Raça é Prioridade, Elas Lideram e Movimento Transparência 100%, realizados pelo Pacto Global da ONU em prol da equidade racial, equidade de gêneros e da governança empresarial, respectivamente. E ainda renovamos nosso compromisso com o combate às mudanças climáticas com meta de redução de 70% das emissões de Gases do Efeito Estufa até 2040.

Ainda neste ano, como reflexo do novo momento da Companhia, renovamos nossa cultura, a partir da escuta e da pesquisa com nossos(as) colaboradores(as), parceiros(as) de negócios, mercado e sociedade. Mantivemos nosso propósito de “Alimentar sonhos e vidas”, com foco no respeito às pessoas e ao alimento, ancorados em uma nova missão e novos valores alinhados à essência do Grupo.

Investimos em nossos(as) colaboradores(as) por meio de programas de desenvolvimento e capacitação – com mais de 689 mil horas de treinamento no ano – e oportunidades internas de crescimento profissional. Demos sequência ao nosso estágio afirmativo para pessoas pretas e pardas, com o recorde de mais de 1,6 mil inscritos(as), e relançamos o Programa de *Trainees*, depois de mais de dez anos.



O momento é de celebração por todos os avanços realizados neste primeiro triênio, e de agradecimento aos(às) nossos(as) colaboradores(as), que confiam em nossas propostas e nos ajudam a construir um novo GPA, aos(às) nossos(as) parceiros(as) e fornecedores(as), que acreditam que juntos(as) chegamos mais longe, e ao Conselho de Administração, por toda a orientação e o apoio em nossas decisões.

Seguimos otimistas, iniciando 2025 em um outro patamar para a Companhia, fortalecidos pela assertividade da estratégia adotada, que seguirá baseada em nossos seis pilares, com foco na aceleração de ganhos, trabalhando todos os dias para entregar os melhores resultados para nossos(as) acionistas e, principalmente, a melhor experiência de compra para nossos(as) clientes.

Marcelo Pimentel - CEO do GPA



Por favor,
aguarde um momento

CAIXA LIVRE
Próximo cliente

minuto
Pão de Açúcar

+20% em produtos selecionados
pagando com o Cartão do Pão
ATIVE AS OFERTAS NO APP

Recarregue
seu celular
aqui.

+10
+20
+50
+5

Precisando comprar
créditos para
o seu celular?
Conte com a gente.

minuto
Pão de Açúcar
Especialmente pra você

L5205 P101 06/03/25 12:08 Atendido por: LORENZO CORDEIRO

LUCKY STRIKE 7,00

Rothmans GLOBAL 7,00

3

Identidade

Colaborador do Minuto Pão de Açúcar

Perfil corporativo

GRI 2-1 | 2-6 | 2-15

Como uma das maiores companhias do varejo alimentar no Brasil, onde iniciamos nossa jornada em 1948, nos orgulhamos de fazer parte da vida de milhões de pessoas. Formalmente nomeados de Companhia Brasileira de Distribuição, somos uma companhia de capital aberto, com 490.286.016 de ações, das quais 94% livremente negociadas na B3 – Brasil, Bolsa, Balcão (*free float*).

Mantivemos presença, em 2024, por meio de nossas lojas físicas, em 11 estados e no Distrito Federal, além de nossos *sites* e aplicativos, com diferentes formatos, atendendo a públicos dos mais diversos perfis, aos quais buscamos antecipar as necessidades por meio da identificação contínua de tendências de consumo e comportamento.

Reunimos um time comprometido de 39.320 colaboradores(as), que atuam em nossas 726 lojas das bandeiras Pão de Açúcar, Extra Mercado, Minuto Pão de Açúcar, Mini Extra e Pão de Açúcar *Fresh*. Nossa estrutura comporta dez centrais de distribuição e depósitos, além da sede administrativa, localizada na capital paulista.

Somos pioneiros no País na venda e no desenvolvimento de marcas próprias e exclusivas: são 2.230 produtos Qualitá, Taeq, *Club des Sommeliers* e Pra Valer reconhecidos pelos(as) clientes por combinarem qualidade e economia.

Trabalhamos diariamente para construir um futuro sólido e sustentável, focados na evolução do mercado alimentar brasileiro, crescendo e mantendo a rentabilidade e a sustentabilidade como centro da nossa estratégia.



Presente em **11 estados** e no Distrito Federal

726

lojas das bandeiras Pão de Açúcar, Extra Mercado, Minuto Pão de Açúcar, Mini Extra e Pão de Açúcar *Fresh*

39.320

colaboradores(as)



Foco na **evolução do mercado alimentar brasileiro**

490.286.016

ações, das quais **94%** livremente negociadas na B3

2.230

produtos Qualitá, Taeq, *Club des Sommeliers* e PraValer

Cultura **GPA**

O ano de 2024 foi marcado por um capítulo importante em nossa cultura, de renovação e fortalecimento dos nossos valores e alinhamento em torno do propósito que nos move: Alimentar sonhos e vidas.

Nosso objetivo é que a cultura seja a diretriz que nos guia na busca por mais inclusão, resultados sustentáveis e impacto positivo em tudo o que fazemos.

Nossa nova cultura foi construída coletivamente. Escutamos nossos(as) milhares de colaboradores(as) por meio de pesquisa estruturada sob a metodologia *Great Place to Work*, em *workshops*, grupos focais e entrevistas. Concluído o processo, tornamos claro onde estamos e nossa ambição, comunicando as mudanças a 100% de nossos times.

Nosso propósito, nossa missão e nossos valores se aplicam a todas as bandeiras e marcas e balizam a cultura corporativa.

Nosso principal **produto é o alimento**, e nosso **negócio é feito de pessoas para pessoas**

PROPÓSITO
Alimentar sonhos e vidas.



MISSÃO
Ser a referência em varejo alimentar pela experiência que promove, por suas marcas fortes e admiradas e pelos resultados que apresenta.



VALORES
Gente boa e feliz
Paixão pelo(a) cliente
A atitude de dono

Com o valor Gente Boa e Feliz, buscamos promover um ambiente de trabalho com pessoas competentes e motivadas, que possam se sentir ouvidas e respeitadas. A Paixão pelo(a) Cliente expressa nosso objetivo de encantá-lo(a), oferecendo uma experiência de excelência. Já a Atitude de Dono reflete a responsabilidade de cada um(a) e a busca por resultados.



Colaborador do Pão de Açúcar

Bandeiras e **marcas**

GRI 2-6



Sobre este relatório

Mensagens da liderança

Identidade

Estratégia corporativa

Modelo de negócios

Estratégia de sustentabilidade

Governança corporativa

Nossa gente

Cadeia de valor responsável

Impacto ambiental

Impacto social

Reconhecimentos

Anexos



Pão de Açúcar Ricardo Jafet (SP)



PÃO DE AÇÚCAR

Formato de supermercado *premium*, o Pão de Açúcar disponibiliza aos(às) clientes desde produtos básicos até itens mais sofisticados. A rede é referência em inovação e na adoção de conceitos de saudabilidade e sustentabilidade. Destaca-se ainda pelo pioneirismo, com lançamentos e serviços que englobam a presença nas lojas de consultores(as) e atendentes especializados(as) em vinhos, cafés e queijos.



Minuto Pão de Açúcar Maria Carolina (SP)



MINUTO PÃO DE AÇÚCAR

Com serviços e atendimentos personalizados, o Minuto Pão de Açúcar é nosso formato de loja *premium* de proximidade, com sortimento diferenciado e ambiente que reúne praticidade e comodidade, com foco em atender clientes do entorno com a qualidade e a confiança da marca Pão de Açúcar.



Pão de Açúcar Fresh João Dias (SP)



PÃO DE AÇÚCAR *FRESH*

O Pão de Açúcar *Fresh* é especializado em alimentação fresca e perecíveis, e engloba itens comuns, orgânicos e exóticos, além de opções de frutas e legumes prontos para consumo (*ready to eat* e *ready to go*).



- Sobre este relatório
- Mensagens da liderança
- Identidade
- Estratégia corporativa
- Modelo de negócios
- Estratégia de sustentabilidade
- Governança corporativa
- Nossa gente
- Cadeia de valor responsável
- Impacto ambiental
- Impacto social
- Reconhecimentos
- Anexos



Extra Mercado Ricardo Jafet (SP)



EXTRA MERCADO

O Extra Mercado é nosso supermercado *mainstream*, com preços atrativos, produtos de qualidade, bom atendimento e experiência de compra. Para isso, possui sortimento variado e completo para o dia a dia, com produtos de qualidade e que permitem mais economia.



Mini Extra Machado de Assis (SP)



MINI EXTRA

Com o Mini Extra, buscamos atender às necessidades da vida cotidiana dos(as) clientes, com ampla oferta de produtos básicos e perecíveis frescos, a preços competitivos e atendimento próximo.

ALIADOS MINI MERCADO

O negócio B2B (*business to business*) é voltado para os(as) lojistas de pequenos comércios de bairro, para o abastecimento dessas lojas com produtos de consumo no modelo de parceria.



Nossas marcas próprias e exclusivas



Sobre este relatório

Mensagens da liderança

Identidade

Estratégia corporativa

Estratégia de sustentabilidade

Governança corporativa

Nossa gente

Cadeia de valor responsável

Impacto ambiental

Impacto social

Reconhecimentos

Anexos



Qualitá

Marca própria e exclusiva com a proposta de oferecer produtos com o compromisso de qualidade e garantia do melhor preço. Nesse propósito, os itens Qualitá passam por um padrão rigoroso de escolha de fornecedores(as), auditorias de fábrica e social, e testes sensoriais, comparando o produto com as marcas líderes no segmento antes de chegar nas gôndolas de nossas lojas. É uma das marcas de alimentos de maior venda no Brasil, encontrada apenas nas nossas lojas.



Maior marca própria e exclusiva de alimentação saudável do Brasil. Criada em 2006, tem como foco descomplicar e democratizar o universo da saudabilidade e entregar sustentabilidade na prática.



**CLUB DES
SOMMELIERS**

Marca de vinhos que conta com rótulos premiados em concursos nacionais e internacionais, facilitando a escolha na hora da compra.



É uma das nossas marcas próprias e exclusivas, concebida para proporcionar aos(às) clientes economia com qualidade justa, assegurando a excelência em custo-benefício.

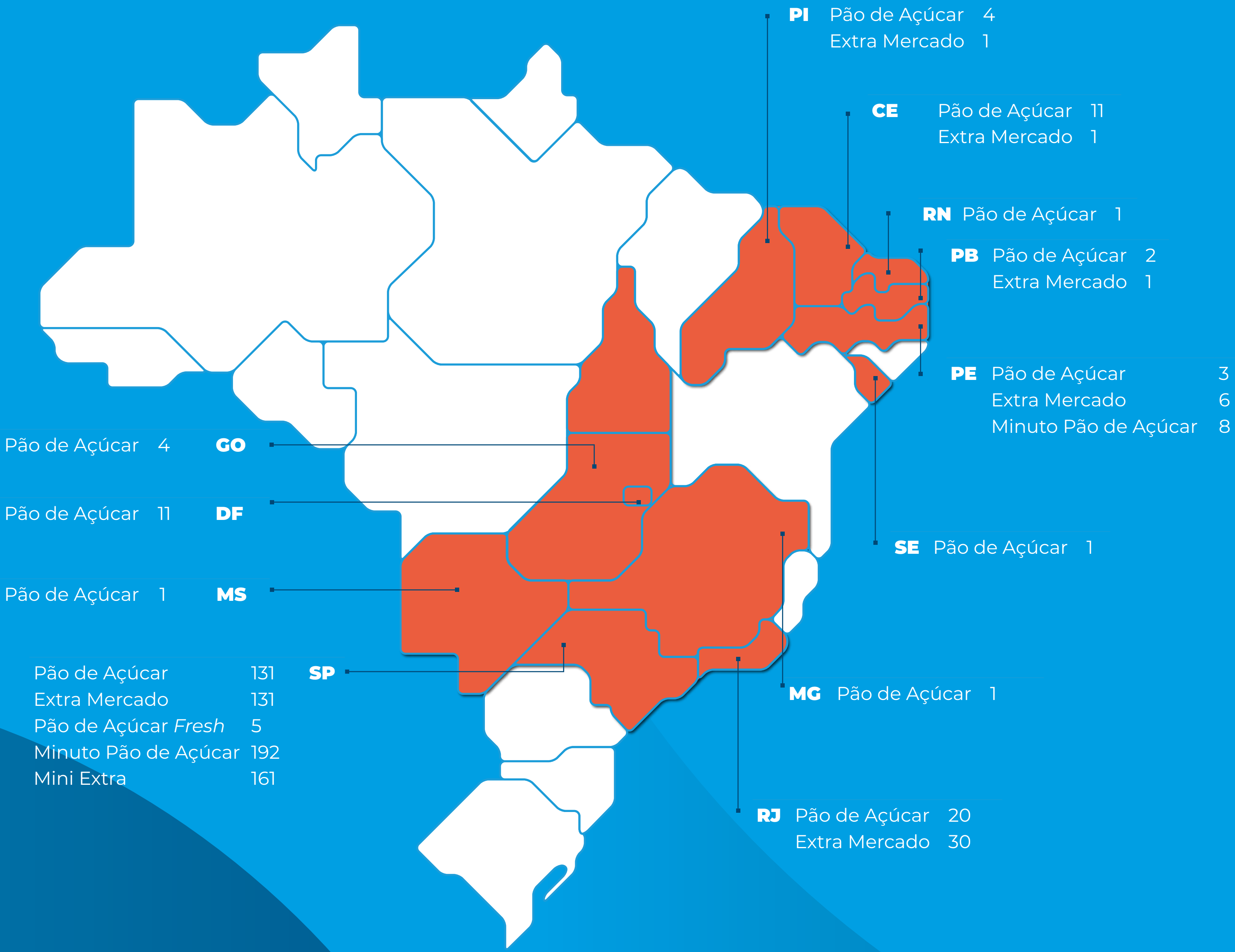
Área de atuação

GRI 2-6

Estamos presentes em 11 estados e no Distrito Federal com marcas valiosas e reconhecidas do varejo alimentar brasileiro.

726* lojas

*Uma loja em análise/conversão.



ENCONTRO DE
LÍDERES 2024

SOMOSGPA

GPA
Grupo Pão de Açúcar



4

Estratégia
corporativa

Encontro de Líderes realizado em setembro/24

Estratégia corporativa

O ano de 2024 marcou o fechamento do primeiro triênio do projeto de *turnaround* (reestruturação), em que o planejamento se manteve focado no fortalecimento e na rentabilidade do negócio, na melhoria da experiência do(a) cliente, no desenvolvimento dos(as) colaboradores(as) e no compromisso com a sociedade. Os seis pilares estratégicos que norteiam as iniciativas e tomadas de decisão são:



Para garantir o alinhamento e o engajamento das equipes, comunicamos de forma transparente e ampla objetivos, conquistas e desafios para todos(as) os(as) colaboradores(as), inclusive com painéis de metas que podem ser acompanhados ao longo do ano.

Traçamos nosso planejamento para o triênio 2025-2027 preservando esses pilares. Entre nossos objetivos estão o crescimento das vendas, com rentabilidade e ganho de *market share*, o foco em clientes *premium*, o fortalecimento dos canais digitais, a continuidade da expansão das lojas de proximidade no Estado de São Paulo, a consolidação da cultura interna e a evolução de nossos compromissos ESG.

¹ Dados financeiros em linha com os documentos entregues à Comissão de Valores Mobiliários (CVM)



Sobre este relatório

Mensagens da liderança

Identidade

Estratégia corporativa

Estratégia de sustentabilidade

Governança corporativa

Nossa gente

Cadeia de valor responsável

Impacto ambiental

Impacto social

Reconhecimentos

Anexos

Vendas

GRI 3-3 – Produtos responsáveis e seguros

Em 2024, registramos receita bruta de R\$ 20 bilhões, crescimento de 4,6% na comparação com o ano anterior. A conquista reflete as melhorias realizadas nas lojas nos últimos três anos, o avanço da nossa operação digital, o fortalecimento de nossas relações com parceiros(as) da indústria e os esforços para reduzir as quebras (perda de mercadorias devido a danos, roubo e vencimento de validade, entre outros).

No ano anterior, havíamos revisado o sortimento das lojas Pão de Açúcar, para assegurar a disponibilidade de produtos de acordo com o comportamento de consumo de cada região. Já em 2024, conduzimos um trabalho de gestão de categorias e redução de estoques no Extra Mercado.

Também lançamos uma ferramenta de acompanhamento de quebras, realizando campanhas para combatê-las nas lojas, com nossa mascote Papa-Quebras, e ações de incentivo para as equipes das unidades, premiando 109 times que contribuíram para a redução de quebras em suas lojas.

Demos continuidade ao projeto Modelos Perecíveis, com a proposta de alavancar os conceitos que são as principais tendências de mercado e que geram fidelização de clientes. Em 2024, os perecíveis no Pão de Açúcar representaram 49% de *share* nas vendas.

As principais iniciativas estão focadas em evoluir a experiência de nossos(as) clientes, com ampla variedade de sortimento, frescor e qualidade na loja e no *site*, visando garantir a excelência no ciclo completo da cadeia.

Como foco em atendimento, inauguramos sete novos Empórios de Frios, com ambiente agradável e atendimento diferenciado. Fechamos 2024 com 56 lojas com empório nas bandeiras Pão de Açúcar (53 lojas) e Extra Mercado (três lojas). No Pão de Açúcar, expandimos o quadro de atendentes de queijos, alcançando 30 lojas com o serviço e a curadoria de nossos(as) atendentes. No Extra Mercado o foco está no atendimento de carnes e padaria de bairro, com sortimento adequado, qualidade e frescor.

A padaria é um grande diferencial na bandeira Pão de Açúcar. No Dia Internacional da Felicidade (20/03) lançamos o Pão da Felicidade, uma receita exclusiva que visa transmitir a essência da marca. Outra linha fortalecida em 2024 foi a Padaria Rústica, conceito em que fomos pioneiros na implantação e inovamos com novos sabores. Também visando à inovação, lançamos pratos como o Oniguirí do Pão, *sushi cake* e *temaki* de shimeji, que foram vendidos no aniversário do Pão de Açúcar.



Colaboradora do Pão de Açúcar *Fresh*



Produto social Taeq e Amigos do Bem

A busca de praticidade se tornou essencial na vida moderna, especialmente com a rotina agitada dos(as) consumidores(as). A demanda por categorias prontas para consumo que ofereçam conveniência é crescente e reflete a necessidade de soluções rápidas e eficientes na cozinha. Além disso, é fundamental que o sortimento de alimentos práticos mantenha um foco na saudabilidade, garantindo que os(as) clientes possam fazer escolhas nutritivas mesmo em meio à correria do dia a dia.

Buscando sempre inovar no meio digital, lançamos a Plataforma de Queijos com conteúdo, curadoria dessa categoria e ações de vendas com os(as) principais fornecedores(as), e destacamos o Tá na Safra para divulgar os principais produtos com maior disponibilidade no período para frutas, legumes e verduras (FLV). A Plataforma de Churrasco continua como categoria relevante no Pão de Açúcar, avançando em ações com os(as) principais fornecedores(as).

O Programa Qualidade Desde a Origem (QDO) foi relançado na Semana de Sustentabilidade, com palestras sobre varejo e segurança alimentar ([saiba mais na página 93](#)), engajando os(as) fornecedores(as) de FLV, ovos, carne bovina e suínos nos principais conceitos do programa.

23% de nossas vendas totais foram de produtos de marcas próprias e exclusivas, que são estratégicas para nosso negócio

MARCAS PRÓPRIAS E EXCLUSIVAS GRI 2-6

Nossas marcas próprias e exclusivas – Qualitá, Taeq, *Club des Sommeliers* e Pra Valer ([veja na página 12](#)) – são estratégicas para o negócio, ofertando produtos que contribuem para a fidelização dos(as) clientes, aumentando a recorrência das compras.

No ano, a comercialização desses produtos registrou alta de 3,9%, o que corresponde a 23% de nossas vendas totais. Somos pioneiros no Brasil no comércio e desenvolvimento desse segmento, que é reconhecido pelos(as) clientes por combinar qualidade e economia, atendendo às suas necessidades.

Em 2024, lançamos mais de 260 produtos. Qualitá ganhou nova identidade visual e redefiniu suas linhas com um portfólio segmentado nas divisões *Home*, *Care*, *Baby*, *Pet* e *Fresh*, para atrair diferentes perfis de clientes. Reforçados pelo *slogan* Viva suas boas escolhas, os mais de mil produtos Qualitá foram lançados ou relançados com novas embalagens e revisão de receitas e ingredientes.

Qualitá também foi protagonista em premiações e campanhas comerciais, destacando-se no *ranking* Paladar, do jornal O Estado de S. Paulo, na 1ª colocação em alguns produtos com teste às cegas com especialistas. Com suas linhas também concorreu ao Prêmio ABRE da Embalagem Brasileira.

Lançamos ainda a campanha Satisfação Garantida, que convidou o(a) cliente a experimentar a marca Qualitá e, caso não gostasse, poderia receber um *voucher* equivalente ao valor do produto. A campanha foi válida para compras realizadas nas lojas físicas do GPA, nos sites e aplicativos. O resultado foi tão positivo que o que era campanha virou compromisso com os(as) clientes.

PARCERIAS GRI 2-29

Consolidamos nosso relacionamento com a indústria, fortalecendo as parcerias por meio de *Joint Business Plan* (JBP) e *Joint Value Creation* (JVC). Esses processos de colaboração com parceiros(as) nos tornam mais bem preparados para lançamentos, campanhas e sazonalidades, entre outros aspectos, gerando mais valor aos negócios. Em 2024, foram mais de 400 lançamentos de parceiros(as) da indústria em nossas lojas, ampliando o potencial de negociação.

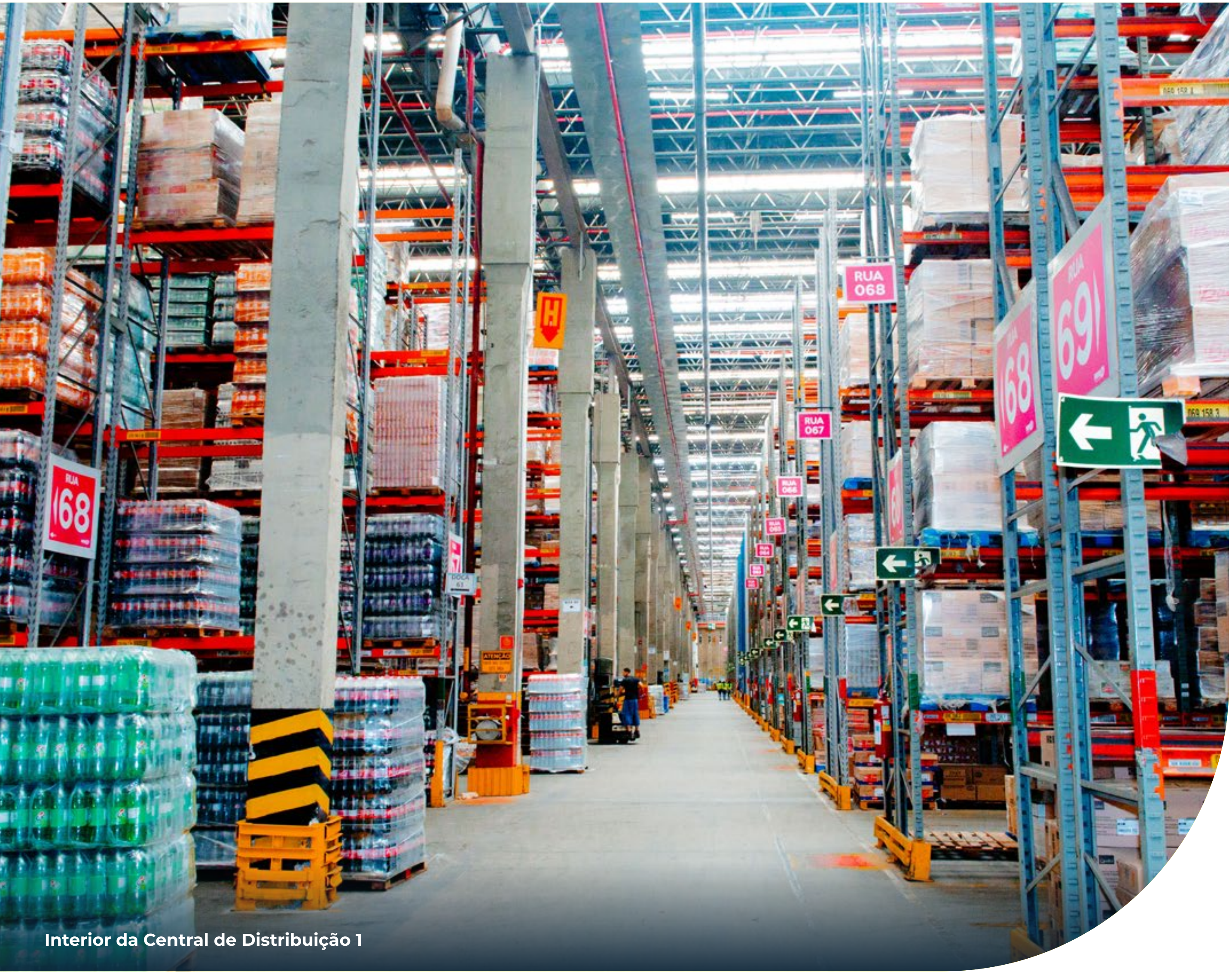
O nosso canal de *retail media* (mídia de varejo), foco da nossa atuação estratégica e potencial de parceria com a indústria, mais que dobrou a receita proveniente das campanhas e dos produtos em 2024, registrando um aumento de 157,4% em relação ao ano anterior.

Outra ação que integrou nossos projetos estratégicos foi a frente de eficiência promocional em que, por meio do uso de *machine learning*, permitiu direcionar de maneira mais assertiva as promoções mais atrativas para nossos(as) clientes. O projeto foi fundamental para a expansão da nossa margem, mesmo diante de um ambiente macroeconômico desafiador.

Em relação à logística, aprimoramos os agendamentos em nossas centrais de distribuição, otimizando a quantidade de veículos que aguardam carregamento e dando mais previsibilidade aos(as) fornecedores(as) da indústria em relação às entregas, evoluindo nossas operações conjuntas.

Nosso plano de expansão, focado no Estado de São Paulo, também contribuiu para a redução de custos logísticos, com ganho de escala para nossos(as) parceiros(as) comerciais.

Valorizamos nossas atividades pela **atuação conjunta com a indústria** e por meio de uma **logística eficiente**



Interior da Central de Distribuição 1



Sobre este relatório

Mensagens da liderança

Identidade

Estratégia corporativa

Estratégia de sustentabilidade

Governança corporativa

Nossa gente

Cadeia de valor responsável

Impacto ambiental

Impacto social

Reconhecimentos

Anexos

Clientes

GRI 2-29 | 3-3 – Relacionamento e satisfação dos clientes

A paixão pelo(a) cliente é um valor e um dos nossos pilares estratégicos de negócio. Atuamos para promover a melhor experiência de compra em nossas lojas, nossos *sítes* e aplicativos, e investimos na capacitação de nossos(as) colaboradores(as) para o aperfeiçoamento contínuo da jornada de compras.

A satisfação dos(as) nossos(as) consumidores(as) é medida por meio da metodologia *Net Promoter Score* (NPS), na qual, em uma escala de 0 a 10, nossos(as) clientes respondem qual a probabilidade de recomendarem nossas lojas a amigos(as), colegas ou familiares. Em 2024, o resultado superou as expectativas: 80,4 pontos em todas as bandeiras, nove pontos acima do registrado no ano anterior, o que reflete as melhorias aplicadas nas lojas. Também aferimos a satisfação de nossos(as) clientes *on-line* sobre toda a jornada de compra e mantemos, para todos os públicos, uma Central de Atendimento (Casa do(a) Cliente).

Em 2024, no âmbito do programa de Excelência em Atendimento, reconhecemos 34 colaboradores(as) com o Crachá Dourado, símbolo que dá luz às boas práticas desenvolvidas e que servem de inspiração para todos(as). Para receberem o crachá dourado, os(as) colaboradores(as) enviam histórias inspiradoras de atendimento, que são avaliadas por comitês. Os(As) selecionados(as) participam da Reunião Mensal de Resultados (RMR) e de um almoço com a Diretoria-Executiva.

80,4
pontos de NPS em
todas as bandeiras,
nove pontos acima
do registrado no
ano anterior



Cliente no caixa do Extra Mercado

EXPERIÊNCIA DE COMPRA

Ao longo do ano, buscamos aprimorar a experiência de compra por meio da jornada dos(as) clientes. Identificamos as etapas com maior probabilidade de gerar atritos e analisamos as principais demandas dos(as) clientes e os níveis de criticidade. A partir do diagnóstico, formamos equipes multidisciplinares para desenhar e implementar soluções. Em 2024, priorizamos dez iniciativas, entre elas o redesenho da jornada do *self-checkout* (autoatendimento), identificando aspectos de melhoria sobre usabilidade e acessibilidade, com propostas de soluções para tornar a compra mais rápida e intuitiva. Outras ações realizadas foram a redução da ocorrência de diferença de preços entre gôndola e caixa, o aumento da disponibilidade de itens *Never Be Out* (NBO) – imprescindíveis no sortimento da loja – e a qualidade dos produtos perecíveis.

Já nas vendas *on-line*, registramos e tratamos oportunidades de melhoria na jornada digital, como atrasos na entrega e indisponibilidade de itens. Com isso, buscamos integrar tecnologia humanizada, ambiente, conceito e experiência *premium*, visando transformar a jornada multicanal de nossa base.

Outra experiência oferecida aos(às) clientes é a Arena do Pão, realizada na Riviera de São Lourenço, em Bertioga (SP). Mais de 900 clientes Pão de Açúcar Mais participaram de atividades como caminhada, corrida, treino funcional, *beach* tênis, vôlei de praia e futevôlei durante o verão. Já no inverno, a Arena do Pão foi promovida em Campos do Jordão (SP) com corrida, caminhada, treino funcional e recreação infantil para os(as) clientes Pão de Açúcar Mais, com orientação de profissionais de educação física.

CORRIDA PÃO DE AÇÚCAR

Em 2024, celebramos os 30 anos do evento, reunindo mais de 15 mil participantes. A Corrida abrangeu os percursos de 3 quilômetros (caminhada), 5 quilômetros e 10 quilômetros, incentivando as pessoas a adotarem um estilo de vida mais saudável e ativo. O circuito se consolidou como uma das corridas mais tradicionais e renomadas da cidade de São Paulo, alcançando um público diversificado e materializando um dos principais objetivos da marca: promover saudabilidade e bem-estar. O evento foi realizado em 29 de setembro, com a largada no Obelisco do Ibirapuera, em São Paulo. Fizemos também uma parceria com a ONG Amigos do Bem que, além de estar presente no dia do evento, convidou todos(as) os(as) nossos(as) colaboradores(as) que participaram da corrida a doarem um quilo de alimento não perecível no dia da retirada do *kit*, arrecadando 1,7 tonelada.



Participantes da Corrida Pão de Açúcar celebram a chegada



Sobre este relatório

Mensagens da liderança

Identidade

Estratégia corporativa

Estratégia de sustentabilidade

Governança corporativa

Nossa gente

Cadeia de valor responsável

Impacto ambiental

Impacto social

Reconhecimentos

Anexos



Imagens da campanha do Extra Mercado

PRESENÇA DA MARCA

O ano de 2024 foi marcado pela forte retomada da proposta de valor da bandeira Pão de Açúcar, com o objetivo de sermos reconhecidos como a melhor marca *premium* do varejo alimentar, presente nos diversos momentos de felicidade dos(as) clientes.

Lançamos a campanha *Você feliz é tudo de Pão*, que resgata a felicidade na essência da nossa marca e enfatiza o compromisso de colocar o(a) cliente no centro de tudo o que fazemos. Ao estabelecer uma conexão emocional, mostramos que o Pão de Açúcar é um lugar de gente feliz, com prazer em servir e proporcionar aos(as) clientes o melhor atendimento, qualidade, variedade e uma experiência de compra diferenciada.

A campanha permeou toda a comunicação do ano em canais digitais, televisão, mídia *out of home* (exterior) e redes sociais, com influenciadores(as), assim como o relacionamento com o(a) cliente (*Customer Relationship Management* – CRM).

Lançamos também a campanha institucional da marca Extra Mercado, o *slogan* *Mais que mais barato*, ressaltando características que vão além da economia, como experiência de compra, qualidade, variedade e o melhor atendimento.

A bandeira Extra Mercado passou por reposicionamento para se destacar como o melhor supermercado de bairro com preços competitivos, perecíveis de qualidade, bom atendimento e uma nova experiência em loja. Para 2025, planejamos relançar o Clube Extra, programa de fidelidade da marca, proporcionando aos(as) consumidores(as) ainda mais benefícios.



Imagens da campanha do Pão de Açúcar

CLIENTES MAIS BLACK

O Pão de Açúcar Mais, programa de fidelidade da marca, conta com diferentes categorias de clientes de acordo com alguns critérios, como a frequência e o volume de compras: Mais, Mais Gold e Mais Black. O programa fechou 2024 com crescimento de 28% de clientes cadastrados(as), em relação ao ano passado, sendo 99% da base de clientes Gold e Black ativos(as).

Ao longo do ano, buscamos proporcionar experiências diferenciadas aos(às) clientes da categoria Mais Black para os(as) quais são oferecidos benefícios como antecipação de ofertas, descontos quinzenais para açougue ou hortifruti, frete grátis em compras acima de R\$ 99, além de experiências exclusivas. Entre as realizadas em 2024, destacam-se:

Andrea Bocelli: em parceria com a Jack and Coke (Coca-Cola), proporcionamos a clientes Mais Black e seus(uas) acompanhantes a presença no show do tenor italiano Andrea Bocelli no Allianz Parque, em São Paulo (SP).

Argentina: um grupo de clientes Mais Black assinante do clube Viva Vinhos, acompanhado do influenciador do segmento de vinhos Rodrigo Ferraz, embarcou para uma experiência única na vinícola Zuccardi, no Vale de Uco, em Mendoza, na Argentina.

Vinhos Trivento: em parceria com a Trivento, o Pão de Açúcar realizou, em São Paulo, um evento de lançamento de rótulos especiais da vinícola argentina. Clientes Mais Black selecionados(as) e acompanhantes participaram de uma autêntica experiência gastronômica de *parilla* uruguaia harmonizada com os vinhos Trivento.



Clientes Mais Black na viagem à Mendoza, na Argentina

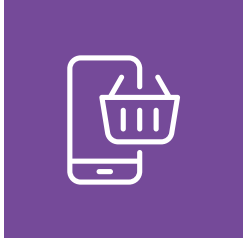
The House of Suntory: o Pão de Açúcar levou clientes Mais Black, com acompanhantes, ao evento no museu da Casa Japonesa. A experiência uniu alta gastronomia, coquetelaria, arte e tecnologia multimídia, transportando os(as) clientes para uma imersão nos rituais japoneses.

Rio Amstel: em maio, clientes Mais Black e seus(uas) acompanhantes participaram da experiência Balsa Flutuante da Amstel no Rio Pinheiros, onde foram celebrados os pontos de conexão com São Paulo, como diversidade, liberdade, cena da música eletrônica e paixão pelo futebol.

“É algo que nos encanta muito e que marcou as nossas vidas por completo, uma experiência única que com certeza vamos guardar e contar para muitas pessoas. E foi uma experiência de muito cuidado, delicada, pensada nos mínimos detalhes. A gente se sentiu extremamente acolhido e abraçado. Valeu muito a pena!”

Ederson de Souza Brito e Ana Paula Lima Ribeiro, clientes Black que participaram da viagem para Mendoza, Argentina





Sobre este relatório

Mensagens da liderança

Identidade

Estratégia corporativa

Estratégia de sustentabilidade

Governança corporativa

Nossa gente

Cadeia de valor responsável

Impacto ambiental

Impacto social

Reconhecimentos

Anexos

Digital

GRI 3-3 - Tecnologia, inovação e segurança da informação

O pilar Digital refere-se não apenas às vendas em nossos canais digitais, mas a todas as soluções tecnológicas que trazem mais eficiência para as operações. Nesse sentido, promovemos melhorias em nossos sistemas e processos, com destaque para a finalização do projeto *Move to Cloud*, e estimulamos um ambiente de inovação de maneira transversal.

Nosso *e-commerce* se estabeleceu como um canal importante, com recordes no volume de vendas e em rentabilidade. Em 2024, registramos alta de 18,2% em nossas receitas vindas desse formato, na comparação com o ano anterior, totalizando R\$ 2,2 bilhões em vendas. Esse resultado demonstra a assertividade da migração, em 2023, de 100% dos pedidos para separação e entrega de nossas centrais de distribuição para nossas lojas. A medida também impulsionou a venda de perecíveis nos canais *on-line*. No ano, a participação reportada nessa categoria foi de 35%. Contamos ainda com uma agenda de treinamentos constantes ao longo do ano, para que a seleção de perecíveis seja feita como se o(a) colaborador(a) fosse o(a) próprio(a) cliente.

Os resultados positivos em nosso *e-commerce* referem-se tanto às vendas nos nossos canais proprietários (1P), em que somos líderes de mercado, quanto nas plataformas parceiras (3P), em que continuamos na liderança de vendas do Mercado Livre, iFood e Rappi no setor de supermercados.

Em 2024, reformamos cerca de 30 espaços do digital em nossas lojas para melhorar a experiência do Clique e Retire para nossos(as) clientes no momento de retirada de suas compras na loja física.

O desempenho do *e-commerce* durante a *Black Friday*, data promocional realizada no mês de novembro, merece destaque especial: alcançamos nosso recorde histórico de vendas em um único dia, registrando um crescimento de 18% em relação a 2023, com melhoria da margem. Esse resultado reflete o sucesso do nosso planejamento e execução, garantindo uma excelente experiência para os(as) clientes. O índice de entregas dentro do prazo (*ontime*) atingiu 89%, enquanto o percentual de pedidos completos chegou a 91%, ambos com melhorias significativas na comparação anual.

O aumento nas vendas reflete a satisfação dos(as) consumidores(as) com as melhorias implantadas em nossas plataformas e nossos aplicativos, com registro de redução relevante do número de reclamações.

APLICATIVOS

Trabalhamos continuamente para aprimorar a experiência dos(as) clientes em nossos aplicativos. Em 2024, encerramos a implantação da ferramenta *Customer Data Platform*, que nos permite personalizar e segmentar as ofertas, e iniciamos a criação de mecanismos para conferir escalabilidade. Evoluímos a jornada de compra via aplicativo com melhorias como lista de recompra, que permite ao(à) cliente refazer suas compras preferidas com menos cliques; aumento de sortimento ativo no *app* para lojas de proximidade; e autoatendimento pelo aplicativo, que possibilita o esclarecimento de dúvidas básicas. A continuidade da melhoria da experiência do(a) consumidor(a) em nossas aplicações se manterá como foco em 2025.

Nosso *e-commerce* bateu recorde de vendas na *Black Friday*



Cliente ativa oferta no *app* do Extra Mercado



STIX

A plataforma Stix, programa de coalizão que mantemos com a RaiaDrogasil, funciona como uma carteira única de pontos em uma rede de atuação nacional. Os(As) participantes têm vantagens únicas, como juntar e trocar pontos Stix no Pão de Açúcar, Extra Mercado, Minuto Pão de Açúcar, Pão de Açúcar *Fresh*, Mini Extra, Droga Raia, Drogasil, Sodimac, Polishop e C&A, fazer doações pela plataforma, enviar pontos Stix entre cadastrados(as) sem custos, além de ter clareza do valor do ponto na hora da troca, do prazo de expiração em data fixa anual e da transferência gratuita de pontos Itaú para Stix.

Em 2024, a novidade foi o PagStix nas nossas lojas, em que o(a) cliente pode utilizar seus pontos Stix para obter descontos nas compras. No ano, a Stix lançou as campanhas de colecionáveis de potes WMF e talheres Zwilling nas lojas do Pão de Açúcar e Extra Mercado. Ao todo, foram trocados mais de 3,8 milhões de itens do catálogo e 11,2 bilhões de pontos. A nossa base de clientes cadastrados(as) na Stix soma mais de 3,1 milhões de pessoas.

INOVAÇÃO

Valorizamos a inovação em todas as áreas e estimulamos a participação de cada uma em projetos para esse fim. Como destaque, em 2024, demos início à formulação de um centro de excelência, o Escritório de Valor Agregado (EVA), para dar visibilidade ao nosso portfólio, atrelado ao retorno sobre o investimento dos projetos (ROI). A ideia é identificar os projetos de tecnologia relacionados a cada área, acompanhar o andamento e avaliar se as ações trazem o resultado esperado.

O ano também foi marcado por uma série de parcerias, mediadas pelo *Google*. Ampliamos nossas relações com empresas de tecnologia, com ganhos consideráveis nas áreas Financeira, de Cadastro, Sortimento e Abastecimento, entre outras. Exemplos foram as parcerias com a GAVB, vertente de inovação e tecnologia do Grupo Boticário, para nosso sistema de abastecimento das lojas; com a CI&T, para melhorar a qualidade do nosso cadastro e sortimento; e com o próprio *Google*, para acoplar um sistema de buscas da empresa em nossos aplicativos.

As parcerias têm permitido ainda o uso de inteligência generativa no desenvolvimento de soluções. No ano, desenvolvemos um projeto de Automação Robótica de Processos (RPA) para reduzir a manualidade das áreas.

Em dezembro, construímos um setor de automação na área de Tecnologia que será responsável por capturar oportunidades tanto de automação com uso de robotização, quanto de IA generativa. A ideia é desenvolver automações que vão contribuir para uma melhor experiência para o(a) colaborador(a) (*Chatbot* RH e *Chatbot Supply*, entre outros) e para os(as) clientes (*Chatbot App*, Algoritmos de sortimento e *Retail Search*, entre outros). Ao longo de 2025 pretendemos entregar automações que apoiem em redução de custo operacional interno, novas capturas de rentabilidade, financeiras e de experiência (NPS).

Demos seguimento também a projetos iniciados nos anos anteriores:

SIMPLIFICAÇÃO

O projeto Simplificação Radical tem o objetivo de centralizar e simplificar os atendimentos prestados a nossos(as) colaboradores(as) e prestadores(as) de serviço. Buscamos concentrar em repositório único plataformas, aplicações e serviços prestados pelas áreas de Gerenciamento de Serviços de Tecnologia da Informação, Gerenciamento de Serviços em Campo, Gerenciamento de Serviço ao(à) Cliente e Central de Serviços Compartilhados (CSC).

NUVEM

O projeto *Move to Cloud* consiste na transferência de dados, aplicativos e processos de nossos servidores locais (físicos ou virtuais) para outros mantidos por provedores de serviços em nuvem. No ano, finalizamos a etapa do projeto relacionada ao digital, com a migração de nossa plataforma para a nova nuvem. Os(as) usuários(as) foram comunicados(as) das mudanças e estão sendo treinados(as) para utilizar o novo ambiente.

Durante o processo, fizemos não apenas a transferência dos dados, como também modernizamos algumas aplicações e removemos algumas travas (*lock-ins*), gerando oportunidades de inovação.

Com o *Move to Cloud*, reduzimos os custos com tecnologia em 34% em relação a 2023. Outro benefício foi a maior confiabilidade e resiliência de nossos sistemas, serviços, *apps* e *sites*. Um exemplo foi nosso desempenho durante a *Black Friday* – mesmo com muitos acessos (11% superior ao ano anterior), não foi registrada qualquer intercorrência, seja na nossa operação nas lojas ou no acesso às nossas plataformas digitais.



Expansão

GRI 2-6

Em 2024, demos continuidade ao nosso plano de expansão, com a inauguração de 60 lojas das marcas Pão de Açúcar, Minuto Pão de Açúcar, Mini Extra e Pão de Açúcar *Fresh*. Ingressamos em quatro cidades, reforçando nosso compromisso de estar sempre próximos dos(as) clientes, levando agilidade e praticidade em cada compra. Entre as inaugurações, destaca-se a unidade do Minuto Pão de Açúcar na Central de Distribuição 1, dedicada aos(às) nossos(as) colaboradores(as).

No processo de expansão, também consideramos as diretrizes do pilar ESG & Cultura, estabelecendo metas relacionadas, por exemplo, ao crescimento de mulheres na liderança, além de valorizar aspectos de sustentabilidade na construção dos espaços, com estratégias para a redução do consumo de água e energia e menor emissão de Gases do Efeito Estufa (GEE).

Consolidamos nossa visão estratégica de penetração no Estado de São Paulo por meio de lojas de vizinhança. Em 2024, abrimos 59 unidades de proximidade, o que corresponde a 98% das novas lojas. A abertura de lojas se baseia em um trabalho de inteligência de mercado, que monitora semanalmente cerca de 40 critérios, avaliando o potencial das unidades. As lojas de proximidade são menores, sediadas nos bairros, e atendem consumidores(as) que fazem compras perto de casa ou a caminho do trabalho. O objetivo é que os(as) moradores(as) do entorno encontrem o que precisam de forma prática.

Também abrimos uma loja do Pão de Açúcar, em Campinas, e modernizamos outras 25 unidades, com atualização da comunicação visual e do *layout* das áreas de vendas.

Inauguramos ainda um novo conceito de perfumaria nas lojas do Pão, com ambiente revitalizado, que proporciona experiência inovadora e digital, com as principais tendências do mercado. O novo conceito também se estendeu ao *e-commerce* da marca em plataforma dedicada.

A bandeira Extra Mercado também passou por transformações. Foram 60 lojas reinauguradas com nova identidade visual que resgata as cores icônicas da marca: vermelho e azul. Capacitamos nosso time, para aprimorar a experiência de compra e fortalecer o relacionamento com os(as) clientes, e priorizamos a variedade e qualidade dos produtos. A Jornada do(a) Cliente foi remodelada

para atender ao nosso público, com revisão de *layout* de gôndolas e melhorias na iluminação, proporcionando mais conforto. Para 2025, seguiremos com a modernização das lojas em São Paulo, começando pela Baixada Santista, importante praça para a marca.



Inauguração do Minuto Pão de Açúcar Cristiano Viana (SP)

60 lojas inauguradas, em linha com a nossa estratégia de crescimento



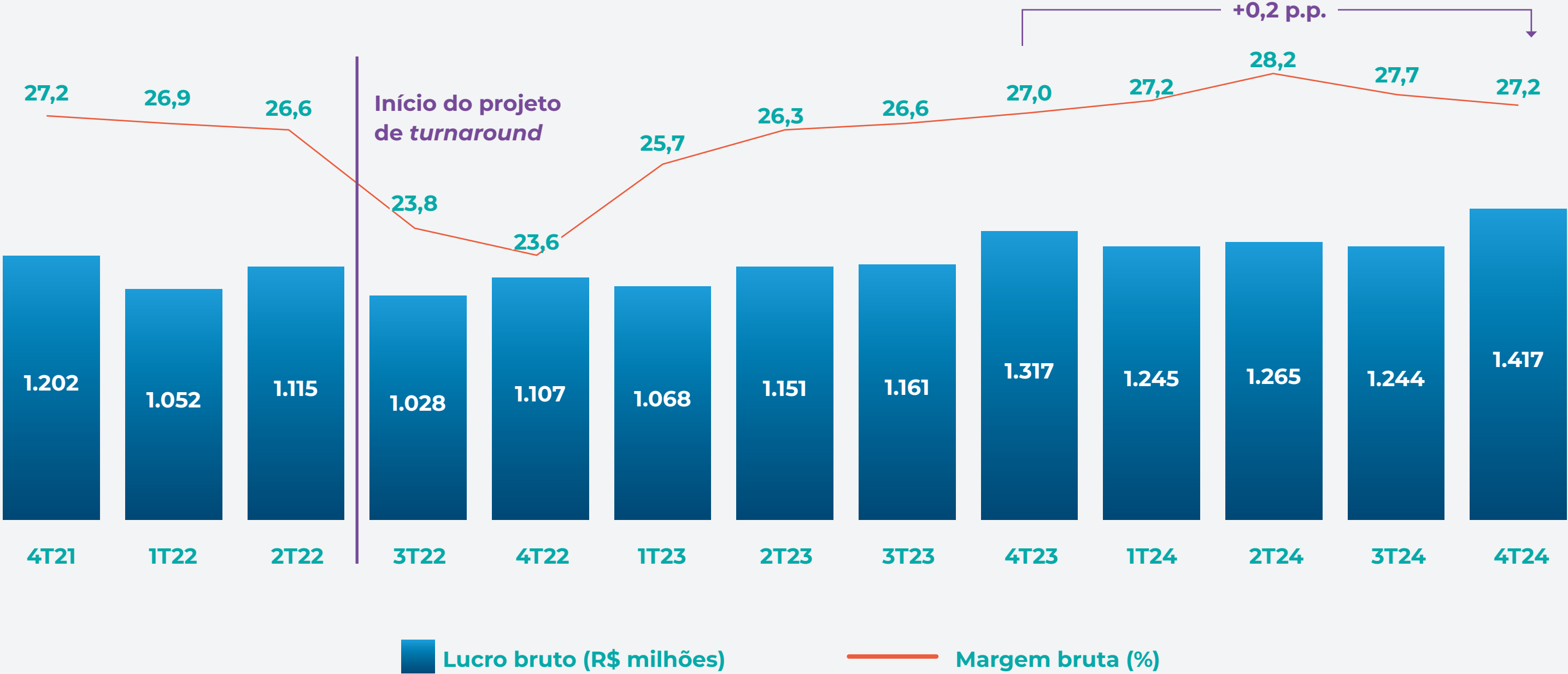
- Sobre este relatório
- Mensagens da liderança
- Identidade
- Estratégia corporativa**
- Estratégia de sustentabilidade
- Governança corporativa
- Nossa gente
- Cadeia de valor responsável
- Impacto ambiental
- Impacto social
- Reconhecimentos
- Anexos

Rentabilidade

A evolução consistente de nosso desempenho econômico-financeiro é fundamental para a manutenção da trajetória de crescimento e geração de valor para todos os públicos de interesse. Em 2024, registramos ganho de 0,5 ponto percentual (p.p.) de *market share* no mercado de autosserviço, no Estado de São Paulo, foco de nossa expansão. Os destaques foram o Pão de Açúcar, com sua estratégia de aumento de participação no segmento *premium*, em São Paulo, em que acelerou a captura de *share* no período, e o formato proximidade, que avançou 1,6 p.p. em relação aos pequenos supermercados.

Nossas vendas totais (receita bruta) somaram R\$ 20 bilhões, crescimento de 4,6% em relação a 2023. As receitas do *e-commerce* responderam por 12,0% do volume, com desempenhos positivos tanto nos canais 1P como no 3P e expansão de 18,2% na receita. Já o lucro bruto atingiu R\$ 5,2 bilhões, cerca de 10% acima dos R\$ 4,7 bilhões do ano anterior, com evolução da margem bruta de 1,1 p.p. como resultado da melhor eficiência das negociações comerciais, de ajustes operacionais nas bandeiras e formatos e do crescimento das receitas de *retail media*.

Lucro bruto (R\$ milhões) e margem (%)



Em 2024, nossa receita líquida foi de R\$ 18,8 bilhões, aumento de 5,6%, enquanto o EBITDA Ajustado Consolidado cresceu 30,4%, fechando o ano de 2024 em R\$ 1.664 milhões, com Margem EBITDA Ajustado de 8,9%, acréscimo de 1,7 p.p. e o melhor resultado desde 2020.

Nosso Capex Ajustado totalizou R\$ 674 milhões, diminuição de R\$ 52 milhões em comparação com o ano anterior, em razão da redução nos investimentos em reformas, conversões e manutenções que, em 2023, estavam mais concentrados em reformas para a conversão de lojas do Extra hipermercado para o formato de supermercados.

Investimentos/Capex Ajustado* (R\$ milhões)			
	2024	2023	Variação (R\$)
Expansão	134	127	8
Reformas, conversões e manutenções	223	261	(38)
TI, digital e logística	317	339	(22)
Total	674	726	(52)

*Líquido de financiamento no formato *built to suit* para as novas lojas da bandeira Pão de Açúcar.

Registramos evoluções na **receita líquida, de 5,6%;** e no **EBITDA Ajustado Consolidado, de 30,4%.** A **Margem EBITDA Ajustado** alcançou o **melhor resultado desde 2020**

A dívida líquida, incluindo o saldo de recebíveis não antecipados, encerrou o período em R\$ 1,3 bilhão, redução de R\$ 0,9 bilhão em relação a 2023. A alavancagem financeira pré-IFRS 16, calculada pela relação entre a dívida líquida e o EBITDA Ajustado Consolidado pré-IFRS 16 (incluindo despesas com aluguéis), registrou diminuição expressiva, de 3,4x na comparação com 2023, atingindo 1,6x.

Endividamento (R\$ milhões)			
	2024	2023	Variação (R\$)
Dívida de Curto Prazo	850	972	(122)
Dívida de Longo Prazo	3.172	4.302	(1.130)
Total da Dívida Bruta	4.022	5.274	(1.252)
Caixa e equivalentes	(2.631)	(2.971)	340
Dívida Líquida	1.391	2.303	(911)
Carteira de recebíveis de cartão de crédito não antecipados	(88)	(118)	30
Dívida Líquida incluindo recebíveis de cartão de crédito não antecipado	1.303	2.185	(883)
EBITDA Ajustado consolidado (últimos 12 meses)	1.664	1.279	385
Dívida Líquida incluindo recebíveis de cartão de crédito não antecipados/ EBITDA Ajustado Consolidado (últimos 12 meses)	0,8x	1,7x	-0,9x
EBITDA Ajustado consolidado pré-IFRS 16 (últimos 12 meses)	811	438	374
Dívida Líquida incluindo recebíveis de cartão de crédito não antecipados/ EBITDA Ajustado Consolidado pré-IFRS 16 (últimos 12 meses)	1,6x	5,0x	-3,4x

As Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas totalizaram R\$ 3.688 em 2024, correspondendo a 19,5% da receita líquida e apresentando um ganho de eficiência de 0,5 p.p. como impulso da alavancagem operacional positiva, decorrente da redução de despesas operacionais em geral, entre outros.



Interior da loja Minuto Pão de Açúcar



Sobre este relatório

Mensagens da liderança

Identidade

Estratégia corporativa

Estratégia de sustentabilidade

Governança corporativa

Nossa gente

Cadeia de valor responsável

Impacto ambiental

Impacto social

Reconhecimentos

Anexos



Colaboradoras na sede corporativa

ESG e Cultura

Nossas atividades e decisões têm como base o propósito de alimentar sonhos e vidas em todas as suas formas. Nossa [cultura organizacional](#) nos orienta sobre o jeito de pensar, agir e nos relacionar com clientes e demais públicos de interesse, bem como sobre o que queremos em nosso futuro. Em 2024, a cultura foi reformulada e apresentada, para cascateamento para todo o time, em um encontro com mais de mil líderes. No ano, também foi lançado o aplicativo GPApp ([veja na página 52](#)) para facilitar a comunicação entre todos(as) os(as) colaboradores(as).

Ao longo do ano, demos continuidade e ampliamos as ações relacionadas aos pilares ambiental, social e de governança: atingimos nossa meta anual de redução de emissões de carbono, lançamos a Cartilha de Boas Práticas Socioambientais para Fornecedores(as) e Parceiros(as), alcançamos a meta de mulheres na liderança e fomos reconhecidos por nossas práticas de diversidade e sustentabilidade. Destacamos ainda nossa parceria com a *Food to Save*, para o combate ao desperdício de alimentos, e a reformulação do nosso programa Mãos na Massa, por meio do Instituto GPA, entre outras iniciativas que serão detalhadas nos próximos capítulos.

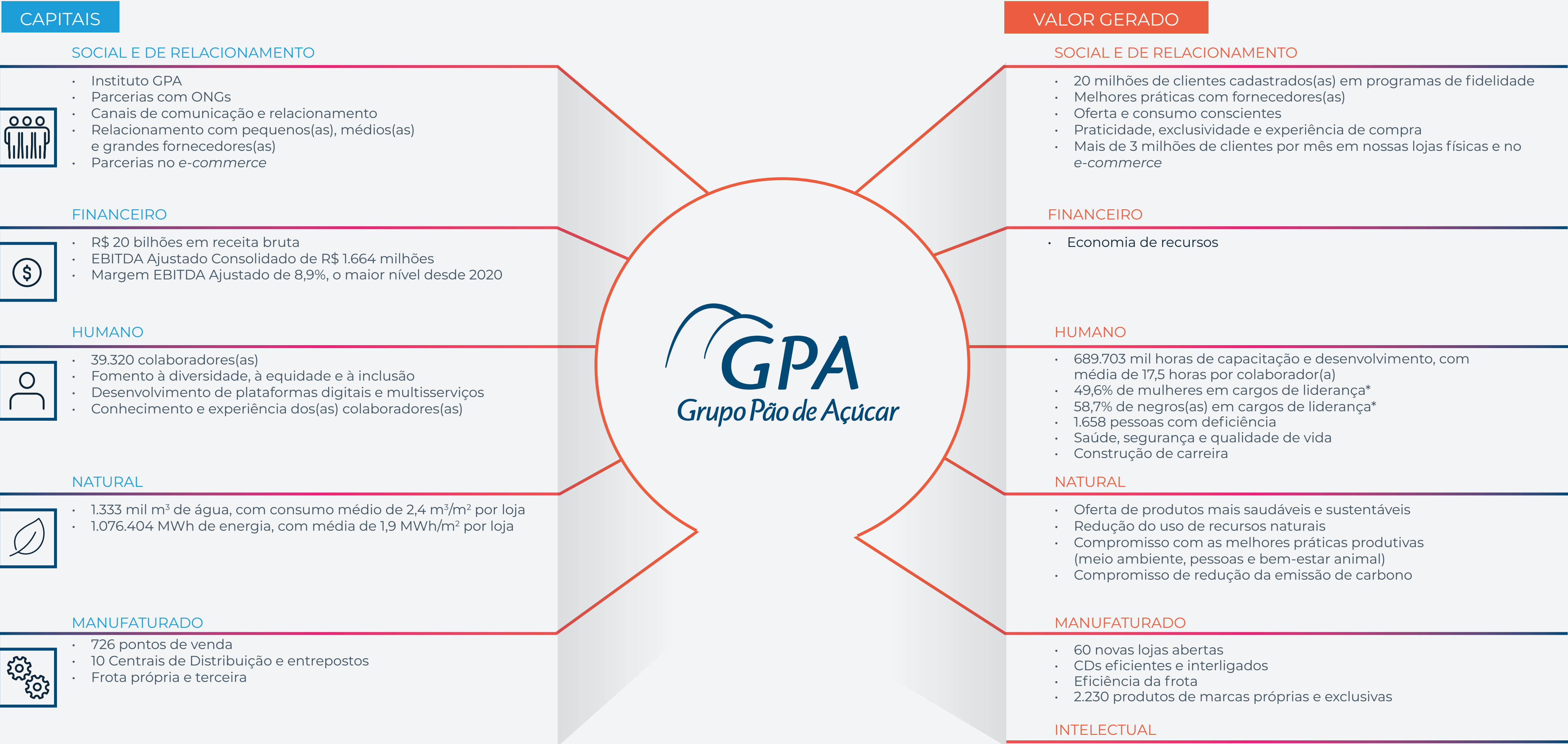
Para 2025, nosso Conselho de Administração aprovou novas metas para mulheres na liderança, o que inclui a alta liderança, e objetivos a longo prazo de redução de emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE), como parte do planejamento estratégico do próximo triênio.

Modelo de Negócio

Nosso modelo de negócio multiformato e multicanal tem foco no(a) cliente, buscando atender às suas necessidades. Ao transformar recursos em produtos e serviços de qualidade, geramos valor, em curto, médio e longo prazos, para todos os públicos de relacionamento, incluindo clientes, colaboradores(as), fornecedores(as), comunidades e acionistas.



- Sobre este relatório
- Mensagens da liderança
- Identidade
- Estratégia corporativa**
- Estratégia de sustentabilidade
- Governança corporativa
- Nossa gente
- Cadeia de valor responsável
- Impacto ambiental
- Impacto social
- Reconhecimentos
- Anexos



*Indicador próprio e calculado considerando como liderança as categorias funcionais de coordenação e administrativo.



SÃO RECEITAS ÚNICAS,
ELABORADAS POR CHEFS E COM OS
MELHORES INGREDIENTES

NO PÃO

taeg

OVOS

MANTEIGUEIRA

5

Estratégia de
sustentabilidade

Interior da loja Pão de Açúcar Jardim Paulista



- Sobre este relatório
- Mensagens da liderança
- Identidade
- Estratégia corporativa
- Estratégia de sustentabilidade**
- Governança corporativa
- Nossa gente
- Cadeia de valor responsável
- Impacto ambiental
- Impacto social
- Reconhecimentos
- Anexos

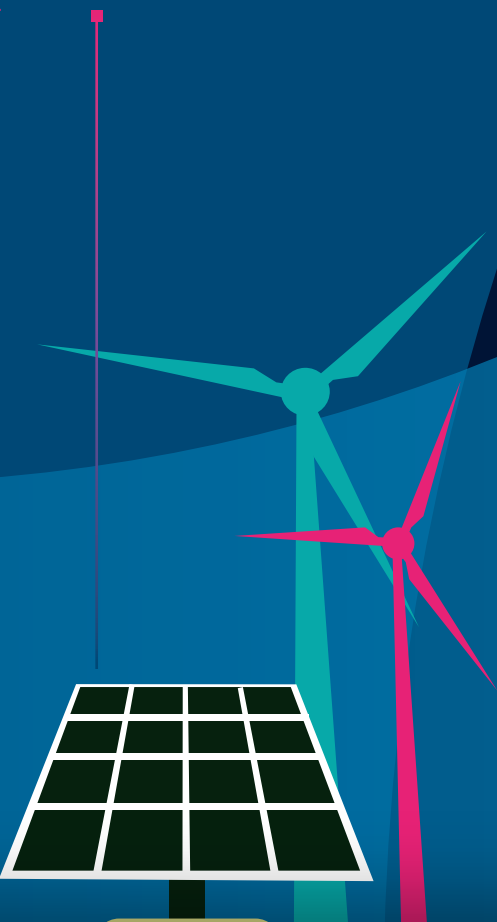
Para orientar nosso desenvolvimento, traçamos uma Estratégia de Sustentabilidade com definição de diretrizes, objetivos e metas relacionados ao impacto social de nossas ações, às mudanças climáticas, à ética e à transparência, à diversidade, à equidade e à inclusão, e à nossa cadeia de valor, que refletem em cultura e políticas internas e na condução dos negócios. Essa estratégia foi construída com base nas melhores práticas de mercado, na nossa Matriz de Riscos e em nosso planejamento estratégico, e dividida em cinco eixos:

MUDANÇAS CLIMÁTICAS –
Combateamos as mudanças climáticas por meio da tecnologia e do aperfeiçoamento da gestão ambiental de nossos negócios.

CADEIAS DE VALOR RESPONSÁVEIS –
Nos propomos a construir cadeias de valor comprometidas com o meio ambiente, com a biodiversidade, com as pessoas e com o bem-estar animal para oferta e consumo mais conscientes.



IMPACTO SOCIAL E PROMOÇÃO DE OPORTUNIDADES – Buscamos a mobilização e o engajamento dos atores para a construção de uma sociedade mais justa e igualitária.



ÉTICA E TRANSPARÊNCIA – Adotamos as melhores práticas sociais, ambientais e de governança no nosso modelo de negócios e zelamos pela ética e pela transparência na relação com nossos diversos públicos.



DIVERSIDADE, EQUIDADE E INCLUSÃO – Trabalhamos para ser uma empresa referência no que tange a diversidade, equidade e inclusão entre nossos(as) colaboradores(as).



Sobre este relatório

Mensagens da liderança

Identidade

Estratégia corporativa

Estratégia de sustentabilidade

Governança corporativa

Nossa gente

Cadeia de valor responsável

Impacto ambiental

Impacto social

Reconhecimentos

Anexos

Desde 2016, mantemos metas de sustentabilidade vinculadas à remuneração variável da liderança e de cargos elegíveis, incluindo o CEO. Assim, integramos a sustentabilidade à estratégia corporativa com os indicadores: mulheres em cargos de liderança e a redução de emissões de carbono (escopos 1 e 2).

Além disso, há um painel de compromissos específicos de ESG, regularmente monitorado pela alta liderança e pelo Comitê de Gestão, Pessoas e Sustentabilidade, que assessora o Conselho de Administração.

Painel de metas ESG GRI 2-24

TEMAS	METAS	DATA DE ALCANCE	RESULTADO EM 2023	RESULTADO EM 2024
 Combate às mudanças climáticas	Redução de 50% das emissões de escopos 1 e 2 (ano-base 2015)	2025	47,1%	49,1%
	100% do consumo de energia de média tensão das lojas com matriz elétrica oriunda do Mercado Livre	2024	98,3%	100%
 Embalagens	100% das embalagens de marcas próprias e exclusivas recicláveis, reutilizáveis e/ou compostáveis	2030	64%	51,2%
 Diversidade, equidade e inclusão, integridade e combate à discriminação	50% de mulheres em cargos de liderança*	2025	47,4%	49,6%
	50% de mulheres em cargos de alta liderança**	2030	40,9%	46,6%
	50% de colaboradores(as) negros(as) em cargos de liderança*	Todos os anos	57,5%	58,7%
	50% de colaboradores(as) negros(as) em cargos de alta liderança**	Todos os anos	47,9%	51%
	50% de mulheres no quadro total de colaboradores(as)	Todos os anos	52,3%	52%
	50% de colaboradores(as) negros(as) no quadro total de colaboradores(as)		62,6%	62,5%
	Tratativa e apuração de 100% das denúncias de discriminação recebidas no Canal de Denúncia		100%	100%
	100% dos(as) prestadores(as) de serviços de segurança (categoria considerada de alto risco) treinados(as) em diversidade, equidade e inclusão, combate ao racismo e promoção dos direitos humanos		100%	100%
 Cadeia de valor responsável	100% dos ovos de marcas próprias e exclusivas vendidos provenientes de criação de galinhas livres de gaiolas	2025	62,9%	66,9%
	100% dos ovos de todas as marcas vendidos provenientes de criação de galinhas livres de gaiolas	2028	43%	43,4%
	100% da carne suína disponibilizada em nossas lojas proveniente de fornecedores(as) que atendam às diretrizes da Política de Bem-Estar Animal	2028	65%	61%
	100% dos(as) fornecedores(as) frigoríficos(as) de carne bovina comprometidos(as) publicamente com o bem-estar animal	2025	83%	100%
	100% dos produtos de frangos de corte de marcas próprias e exclusivas provenientes de fornecedores(as) que atendam às diretrizes da Política de Bem-Estar Animal	2028	22%	28%
	100% do óleo de palma com origem identificada nos produtos de marcas próprias e exclusivas	Todos os anos	100%	100%
	100% do óleo de palma de origem internacional certificada nos produtos de marcas próprias e exclusivas		82,1%	100%
	100% dos(as) fornecedores(as) internacionais com auditoria realizada e agendada em condições de trabalho	Todos os anos	100%	100%
 Direitos humanos e atendimento às regulamentações trabalhistas na cadeia de valor	100% das fábricas têxteis com auditorias válidas pela ABVTEX		100%	100%
	100% dos(as) fornecedores(as) de marcas próprias e exclusivas com auditoria realizada e agendada em condições de trabalho		100%	99,2%
 Impacto social	Arrecadação de 900 toneladas de alimentos nas campanhas (clientes)	2024	857,9	853
	Doação de 1,4 mil tonelada por meio do Programa Parceria contra o Desperdício	2024	1,3 mil	1,2 mil
	700 participações no Programa de Voluntariado (Colabora)	2024	571	1.196

*Indicador próprio e calculado considerando como liderança as categorias funcionais de coordenação e administrativo.
**Considera as categorias funcionais de gerência e acima. Meta criada em 2024.

Pelo quarto ano consecutivo, em 2024, fomos uns dos selecionados na Carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da B3, alcançando a 24ª posição no *ranking*. São 78 companhias, de 36 setores, que integram o indicador que reconhece o comprometimento com a sustentabilidade, apoiando investidores(as) na tomada de decisão e estimulando-os(as) a adotarem as melhores práticas. Desde 2011, também estamos na carteira do Índice Carbono Eficiente (ICO2), o que reforça o compromisso na construção de uma economia de baixo carbono.

Fomos reconhecidos ainda com a nota “A-” no *ranking Carbon Disclosure Project* (CDP), considerado uma das principais iniciativas para medir a conscientização, a gestão de riscos e as melhores práticas relacionadas às mudanças climáticas e às *commodities* florestais. Em relação ao *rating ESG* do *Morgan Stanley Capital International* (MSCI), mantivemos nossa pontuação em BBB. O índice oferece análises aprofundadas de aspectos ambientais, sociais e de governança relacionadas a práticas de negócios para empresas em todo o mundo.

Já no *rating ESG* do *FTSE Russell*, o *FTSE4Good*, fomos avaliados com nota 3,1, o que equivale a 52% da classificação, que vai de 1 a 5. As pontuações ESG e o modelo de dados da *FTSE Russell* permitem que os(as) investidores(as) entendam a exposição de uma empresa e o gerenciamento de questões ESG em múltiplas dimensões. Nossa média nos temas de governança corporativa, impacto social e meio ambiente está acima da média no setor varejista, fazendo com que a pontuação geral do *score* seja acima da média do setor. O destaque em 2024 se deu em governança corporativa, com 4,3 pontos.

Participamos, pelo **quarto ano consecutivo**, da carteira do **ISE B3**



Abertura da Quinzena

QUINZENA DA DIVERSIDADE E SUSTENTABILIDADE

O evento de 2024, realizado em formato híbrido, impactou mais de 5,5 mil pessoas. Durante a Quinzena, realizamos nove palestras, quatro encontros para públicos segmentados e uma ação de arrecadação de alimentos. Um marco foi a adesão a dois compromissos vinculados ao Pacto Global da Organização das Nações Unidas (ONU): o [Movimento Raça é Prioridade](#), cujo objetivo é ter 50% de colaboradores(as) negros(as) em cargos de liderança até 2030, meta que já alcançamos em 2024; e o [Movimento Transparência 100%](#), de fomento à transparência corporativa, assinados pelo nosso CEO, Marcelo Pimentel, na abertura do evento.

Além das palestras, promovemos também o Encontro com Fornecedores(as) do Programa Qualidade Desde a Origem (QDO), roda de conversa sobre produtos sociais com parceiros(as) convidados(as), *workshop* de diversidade para Empresas Prestadoras de Serviços de Segurança e a Gincana de Arrecadação de Alimentos, com a coleta de 1,5 tonelada, doada às organizações SP Invisível e Anjos da Cidade, que assistem pessoas em situação de rua. Por meio do Colabora, fizemos ainda uma ação de separação de resíduos na Cooperpac, cooperativa de trabalho de coleta parceira que atende algumas estações de reciclagem das lojas Pão de Açúcar.

Foi ainda promovido o Dia dos(as) Embaixadores(as), uma iniciativa para reconhecer os(as) embaixadores(as) da diversidade que se destacaram ao longo do ano em suas ativações relacionadas às datas celebrativas de diversidade, equidade e inclusão, bem como pelo comprometimento em atuar como agentes de influência positiva nesses temas em nossas lojas e centrais de distribuição. A Quinzena apoiou também o empreendedorismo social, com feiras focadas em negócios liderados por pessoas pretas, pardas e indígenas.

Compromissos e pactos

GRI 2-23 | 2-24

Somos voluntariamente signatários de compromissos, pactos e/ou alianças propostos por organizações que são referências nacionais e internacionais na busca pelo desenvolvimento sustentável e pela garantia dos direitos humanos. São eles:

	Acordo Ambiental São Paulo , que incentiva empresas, associações e municípios à redução de emissão de Gases do Efeito Estufa.		Aliança Sem Estereótipos/ONU Mulheres , que visa eliminar os estereótipos de gênero nas campanhas publicitárias.		Boi na Linha – Imaflora , esforço conjunto multissetorial para fortalecer e impulsionar a adoção dos compromissos sociais e ambientais na cadeia de valor da carne bovina na Amazônia Legal.
	Coalizão Brasil Clima, Florestas e Agricultura , movimento multissetorial que trata das questões decorrentes das mudanças climáticas sob a ótica de uma nova economia.		Coalizão Empresarial para a Equidade Racial e de Gênero , iniciativa do Centro de Estudos das Relações do Trabalho e Desigualdades (CEERT), do Instituto Ethos e do <i>Institute for Human Rights and Business</i> (IHRB).		Coalizão Empresarial pelo Fim da Violência contra Mulheres e Meninas , coordenada pelo Instituto Avon e pela ONU Mulheres, com o apoio técnico da Fundação Dom Cabral.
	Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (Cebds) , associação que promove o desenvolvimento sustentável por meio da articulação multissetorial, apoiando empresas para tomadas de decisão em sustentabilidade.		Grupo de Trabalho da Carne da Coalizão Positiva da Floresta no Consumer Goods Forum (CGF) , facilitado pela instituição Proforest, para definir um <i>framework</i> de premissas comuns entre os membros do CGF a serem aplicadas aos(às) fornecedores(as) de carne bovina proveniente do Brasil para a garantia de origem sem desmatamento.		Fórum Gerações e o Futuro do Trabalho , secretariado pela Mais Diversidade, é a primeira iniciativa brasileira voltada ao debate e ao encaminhamento de soluções referentes às questões geracionais no ambiente organizacional.



Sobre este relatório

Mensagens da liderança

Identidade

Estratégia corporativa

Estratégia de sustentabilidade

Governança corporativa

Nossa gente

Cadeia de valor responsável

Impacto ambiental

Impacto social

Reconhecimentos

Anexos



Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+, que estabelece dez compromissos empresariais com os direitos LGBTI+.



Grupo de Trabalho dos Fornecedores Indiretos (GTFI), principal fórum de discussão sobre o monitoramento de fornecedores(as) indiretos(as) na cadeia de carne bovina no Brasil.



IARD's Global Standards Coalition, uma ação global da indústria e do varejo pelo consumo consciente e responsável do álcool, coordenada pela Aliança Internacional para o Consumo Responsável (*International Alliance for Responsible Drinking* - IARD).



Iniciativa Empresarial pela Igualdade Racial, plataforma de articulação entre empresas comprometidas em buscar um desempenho ainda mais significativo na abordagem do tema étnico-racial.



Initiative for Compliance and Sustainability (ICS), de abrangência internacional e âmbito setorial, para melhorar as condições de trabalho ao longo das cadeias globais de suprimentos, entre varejistas e marcas multinacionais dos setores de têxteis, calçados, eletroeletrônicos e móveis.



Instituto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo (InPACTO), compromisso formal de não manter em nossas cadeias produtivas quem utiliza mão de obra escrava, com monitoramento realizado pelo Instituto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo (InPACTO).



Mesa Brasileira da Pecuária Sustentável (MBPS), que reúne representantes de seis elos da cadeia produtiva da pecuária e discute desafios e soluções relacionados ao desenvolvimento sustentável do setor.



Movimento pela Equidade Racial (Mover), do qual somos também fundadores e que foca na promoção da liderança, da empregabilidade e da conscientização para a equidade racial.



Movimento Mulher 360° (MM360), criado com o objetivo de contribuir para o empoderamento econômico das mulheres brasileiras por meio da promoção, sistematização e difusão dos avanços nas políticas e práticas empresariais, do engajamento das companhias brasileiras, da comunidade e da sociedade em geral.



Origens Brasil – Imaflora, rede formada por produtores(as), povos indígenas e populações tradicionais, empresas, instituições de apoio e organizações comunitárias, atuando para assegurar relações comerciais éticas, com transparência e rastreabilidade.



Pacto Global, compromisso formal com princípios defendidos pelo Pacto Global da ONU e relacionados a direitos humanos, práticas trabalhistas, responsabilidade ambiental e combate à corrupção. Em 2024, assinamos três compromissos: Movimento Raça é Prioridade, Movimento Transparência 100% e Movimento Elas Lideram 2030.



Princípios de Empoderamento das Mulheres (WEPs), estabelecidos pela ONU para a igualdade de gêneros e o empoderamento das mulheres.



Protocolo de Monitoramento Voluntário de Fornecedores de Gado no Cerrado, liderado pela organização Proforest, que visa contribuir e fortalecer políticas de monitoramento socioambiental e melhores práticas de compra de produtos de origem bovina no bioma Cerrado.

Associações

GRI 2-28

Também atuamos por meio de associações para alinhamento estratégico às melhores práticas globais e com vistas a contribuir com a construção de uma sociedade mais justa, equitativa e inclusiva, participando de discussões que influenciam políticas públicas e práticas de mercado que impactam positivamente em diferentes esferas. Por meio dessas participações, acessamos dados, pesquisas e ferramentas que embasam nossas iniciativas e fortalecem nossa atuação. Em 2024, destacavam-se:

	Associação Brasileira de Supermercados (Abras): somos associados à entidade desde a sua fundação, em 1968. A Abras representa, integra e impulsiona o desenvolvimento do setor supermercadista no País, mantendo um diálogo aberto em negociações com os governos municipal, estadual e federal. Somos associados ainda a 23 entidades estaduais ligadas à Abras, como a Associação de Supermercados do Estado do Rio de Janeiro (Asserj), a Associação Mineira de Supermercados (Amis) e a Associação de Supermercados de Brasília (Asbra).		Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (Fecomercio – SP): desde a fundação da federação atuamos como membros apoiando a representação dos interesses das empresas do comércio e atuando para promover o crescimento econômico nacional.		Instituto Ethos: desde 1999 apoiamos o Ethos na missão de mobilizar, sensibilizar e contribuir com empresas na gestão de negócios de forma socialmente responsável.
	Associação Brasileira de Supermercados (Abras): somos associados à entidade desde a sua fundação, em 1968. A Abras representa, integra e impulsiona o desenvolvimento do setor supermercadista no País, mantendo um diálogo aberto em negociações com os governos municipal, estadual e federal. Somos associados ainda a 23 entidades estaduais ligadas à Abras, como a Associação de Supermercados do Estado do Rio de Janeiro (Asserj), a Associação Mineira de Supermercados (Amis) e a Associação de Supermercados de Brasília (Asbra).		Gestora para Resíduos de Equipamentos Eletroeletrônicos Nacional (Green Eletron): somos associados, desde 2018, da entidade que representa as empresas detentoras das principais marcas de pilhas e eletroeletrônicos do País, coordenando sistema que permite o descarte ambientalmente adequado de equipamentos ao fim de vida útil.		Instituto para Desenvolvimento do Varejo (IDV): desde 2006, somos membros do IDV, que tem como objetivo fortalecer a representação de empresas varejistas de diferentes setores de atuação nacional.
	Associação Paulista de Supermercados (Apas): integramos a Associação desde 1971, comprometidos com o seu propósito de reunir empresários(as) supermercadistas do Estado de São Paulo para integrar toda a cadeia de abastecimento, profissionalizar o setor, garantir a excelência na operação e apontar as tendências do varejo.		Grupo de Instituições, Fundações e Empresas (Gife): participamos da associação de investidores(as) sociais privados(as) com foco em repasses voluntários de recursos de forma planejada, monitorada e sistemática para projetos ou organizações sociais, ambientais, culturais e científicos de interesse público.		Todos à Mesa: participamos da coalizão brasileira de empresas e organizações que buscam reduzir os impactos da fome no Brasil e atuar na redução do desperdício de alimentos por meio do fortalecimento de redes de redistribuição, articulação de um ambiente regulatório favorável para a doação de alimentos e conscientização sobre o tema.
	Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX): desde 2007, participamos da ABVTEX com foco em apoiar a promoção da defesa dos interesses da indústria, do comércio têxtil e do vestuário.		Instituto Akatu: mantemos parceria estratégica desde 2003 com o Akatu, organização que atua na conscientização e mobilização da sociedade para o consumo consciente.		Reciclanip: apoiamos uma das maiores iniciativas da indústria brasileira na área de responsabilidade pós-consumo e que realiza o trabalho de coleta e destinação de pneus inservíveis.

Dupla **materialidade**

GRI 3-1

Para nortear o conteúdo deste relatório, assim como a gestão dos negócios, conduzimos em 2024 um processo de dupla materialidade que contemplou a seguinte abordagem:

Materialidade de impacto, com mapeamento e priorização de impactos (positivos/negativos, reais/potenciais) relacionados à sustentabilidade nos quais uma empresa pode ter o impacto mais significativo, considerando avaliação de *stakeholders* nessa perspectiva.

Materialidade financeira, que incluiu mapeamento e priorização de materialidade financeira dos temas de sustentabilidade (reais/potenciais) para o desempenho financeiro e a tomada de decisões, considerando análise de *stakeholders* nessa perspectiva.

Impactos, riscos e oportunidades, mapeados a partir da descrição dos temas materiais, detalhando os impactos reais e potenciais, negativos e positivos na economia, no meio ambiente e nas pessoas (incluindo direitos humanos) e as medidas de gestão dos temas.

Sob essa abordagem, foram consultados dez grupos de *stakeholders* selecionados – acionistas e investidores(as), alta liderança, associações setoriais, clientes, colaboradores(as), concorrentes, fornecedores(as), órgãos reguladores, parceiros(as) de negócios e sociedade civil organizada – por meio de entrevistas, questionários *on-line* e pesquisa secundária.

Após o cruzamento do resultado da Materialidade de impacto com a Materialidade financeira, os temas da dupla materialidade, ou seja, de relevância crítica e significativa, apontados no processo foram os seguintes: **GRI 3-2**

12 temas materiais direcionam nossa **gestão estratégica**

 Cadeia de valor sustentável	 Combate ao desperdício de alimentos	 Comunidades e responsabilidade social
 Diversidade, equidade e inclusão	 Economia circular	 Emissões e mudanças climáticas
 Ética, integridade e transparência	 Governança corporativa	 Produtos responsáveis e seguros
 Relacionamento e satisfação dos(as) clientes	 Relações e ambiente de trabalho	 Tecnologia, inovação e segurança da informação

Mais informações na página 127.



Colaboradores(as) na sede corporativa

6

Governança corporativa



Sobre este relatório

Mensagens da liderança

Identidade

Estratégia corporativa

Estratégia de sustentabilidade

Governança corporativa

Nossa gente

Cadeia de valor responsável

Impacto ambiental

Impacto social

Reconhecimentos

Anexos



Colaboradores(as) se reúnem na sede corporativa

Ética, transparência e **compliance**

GRI 3-3 – Ética, integridade e transparência | 2-23

Pautamos nossas ações e nossos relacionamentos nos princípios éticos e de integridade, assim como acreditamos que os(as) colaboradores(as) e parceiros(as) devem atuar de forma transparente, responsável e consciente. Trabalhamos continuamente para treinar e atualizar nossas equipes em relação às melhores práticas, de acordo com o nosso Programa de Ética e *Compliance*. O programa foi elaborado em conformidade com a lei anticorrupção (Lei 12.846/2013) e normativas internas, sendo sustentado por três pilares – **Prevenir, Detectar e Responder** – além de contemplar temas como anticorrupção, conflito de interesses, recebimento ou oferta de brindes e presentes, bem como sobre viagens e entretenimento. Adicionalmente, contamos com a [Carta de Ética para Fornecedores\(as\)](#), que tem como objetivo esclarecer e facilitar as informações e nossas expectativas no GPA. Todos(as) os(as) nossos(as) fornecedores(as), ao se cadastrarem em nossos sistemas, submetem-se a um termo de compromisso, ao Código de Ética e à Política Anticorrupção, assim como ao firmarem um contrato 100% dos(as) parceiros(as) de negócio comprometem-se com as nossas condições gerais de contratação, que incluem uma cláusula robusta sobre *compliance*, na qual os(as) fornecedores(as) declaram conhecer, observar e garantir que seus(uas) colaboradores(as) respeitem e cumpram essas diretrizes.

Por meio do Programa de Ética e *Compliance*, procuramos reforçar o respeito indispensável aos direitos humanos no tratamento a todos os indivíduos, sendo vetada qualquer tipo de discriminação por idade, gênero e/ou suas formas de expressão, orientação sexual, cor, deficiência, religião, estado civil, nacionalidade e/ou região geográfica de origem (incluindo pessoas em situações de refúgio) ou outros marcadores identitários.

Adotamos medidas para prevenir e detectar desvios de conduta, atuando para conferir tratamento adequado a cada caso identificado. O acompanhamento do programa é feito pelo Comitê de Ética, órgão interno deliberativo; pelo Comitê de Auditoria, que responde para o Conselho de Administração; e pelo próprio Conselho de Administração, que acompanha e garante a aderência ao Programa de Ética e *Compliance*.

O Comitê de Ética, composto pelo diretor-presidente, além de diretores(as) de áreas como *Compliance*, Recursos Humanos e Financeiro, se reúne trimestralmente e é responsável por acompanhar o desenvolvimento do Programa de Ética e *Compliance*, seus indicadores, bem como deliberar sobre casos críticos, determinando as medidas cabíveis, como programas de conscientização e medidas disciplinares aplicáveis.

Com sólida governança, investimos na **criação de valor positivo** para os nossos públicos

Outro pilar fundamental é a comunicação das práticas, políticas e diretrizes entre todos(as) os(as) colaboradores(as), a fim de garantirmos sua plena aplicação em toda a Companhia. Nesse sentido, além das ações de treinamento e capacitação, informações relativas ao programa constam em nosso *site* institucional e são divulgadas por meio do Notícias do Dia, *newsletter* interna diária; e pela Rádio GPA, veiculada nos canais digitais e nas lojas antes da abertura e após o fechamento às sextas-feiras; bem como pelo GPApp, aplicativo de comunicação destinado a 100% dos(as) colaboradores(as).

Com essas ações em prática, em 2024, houve amplo engajamento, principalmente da alta liderança, que, por exemplo, contribuiu significativamente para que o treinamento sobre o Código de Ética atingisse 97,4% dos(as) colaboradores(as), ou seja, mais de 35 mil colaboradores(as) impactados(as). A partir de 2025, contaremos com um consultor externo para a realização de mapeamento do grau de maturidade do nosso Programa de Ética e *Compliance* e, assim, nos manteremos atualizados, superando eventuais fragilidades, e estaremos aderentes a um elemento essencial do Programa: o aprimoramento contínuo. Esse trabalho será conduzido no âmbito do Conselho de Administração e das diretorias, dada à importância que atribuímos à questão. **GRI 2-24**

Comunicamos nossos compromissos éticos de forma **clara, transparente e acessível**

TREINAMENTOS 2024 **GRI 2-24**

Código de Ética – Treinamento *on-line* disponível na Universidade do Varejo GPA, que contempla vídeos educativos sobre nosso Código de Ética e um teste final para avaliar o conhecimento adquirido. Em 2024, foi realizado por 97,4% dos(as) nossos(as) colaboradores(as).

Programa de Ética & Compliance – Treinamento presencial ou *on-line* para a apresentação do programa às áreas internas que ocorre em pautas nas reuniões das diretorias e em encontros para a capacitação. Outras ações realizadas de forma recorrente são as palestras sobre Ética e *Compliance* no *onboarding* (ingresso de novos(as) colaboradores(as)) de cargos específicos, como gerentes regionais e especialistas de RH. Apresentamos o Programa e as nossas políticas durante o evento de divulgação da Cartilha Orientativa de Boas Práticas Socioambientais para Fornecedores(as) e Parceiros(as), em que diversos(as) fornecedores(as) e colaboradores(as) tiveram a oportunidade de aprender mais sobre ética e transparência por meio de uma palestra promovida pelo nosso parceiro, o Instituto Ethos.

Programa de Sucessão – Os times de *Compliance* e Ouvidoria participam com pautas em todos os treinamentos de sucessão realizados pela Universidade do Varejo GPA, *on-line* ou presenciais.

Workshop com Prestadores(as) de Serviços de Segurança – Em linha com o nosso compromisso de levar conhecimentos e melhores práticas também aos(as) nossos(as) colaboradores(as) terceiros(as), apresentamos os temas Ética, *Compliance* e Ouvidoria durante o *workshop* anual que reúne empresas prestadoras de serviços de segurança.

Quinzena da Diversidade e Sustentabilidade – O evento incluiu a palestra Governança, Ética e Transparência no Varejo, com mais de 245 participações.

Jornada Faça o Certo do Jeito Certo – Treinamentos *on-line* disponíveis na Universidade do Varejo GPA com conteúdo sobre o Programa de Ética e *Compliance*, Código de Ética, Conflito de Interesses, Anticorrupção e Análise de Risco Reputacional de Terceiros, com testes para verificar a compreensão dos temas.

Programa de Estágio – Também agrega pauta dos times de *Compliance* e Ouvidoria.

Programa de Trainees – Nosso time de *Compliance* e Ouvidoria participou do *onboarding* dos(as) *trainees*.



Colaboradora atende a cliente no *self checkout*

CANAL DE OUVIDORIA **GRI 2-26**

A Ouvidoria tem como objetivo principal garantir a apuração de manifestações que envolvem violações do Código de Ética, da Carta de Ética para Fornecedores(as) e da legislação vigente. Apura e dá tratativa correta a 100% das ocorrências apresentadas por colaboradores(as), fornecedores(as), parceiros(as) de negócio e clientes, garantindo confidencialidade e independência nos processos de investigação. Além disso, a Ouvidoria atua como segunda instância para resolver casos que eventualmente não sejam solucionados pelos canais de atendimento primários. Todas as denúncias são tratadas por meio de fluxo e procedimento estabelecidos, sempre observando a confidencialidade das informações tratadas, de modo que todos(as) os(as) envolvidos(as) no processo estão comprometidos(as) em manter o sigilo dos casos, garantindo a privacidade e a integridade das informações, bem como o tratamento adequado de todas as ocorrências.

As denúncias podem ser realizadas, inclusive, anonimamente, por meio do formulário de Ouvidoria disponível no *site* institucional, no endereço eletrônico e/ou pelo telefone, com dados suficientes e que possibilitem sua apuração. No momento do registro feito no canal, o(a) denunciante recebe um número de protocolo que permitirá o acompanhamento do *status* por meio de consulta via telefone.

Todas as ocorrências são registradas pela Ouvidoria em um sistema padrão, em que são triadas e classificadas de acordo com sua natureza. Feito isso, são direcionadas para as áreas responsáveis pela investigação/tratativa que atuarão de acordo com seus respectivos prazos de resposta e será elaborado relatório confidencial, quando cabível ao episódio.

Após apuração, a Ouvidoria analisa os elementos probatórios e define as ações corretivas, que podem incluir medidas disciplinares, desligamentos ou aprimoramento de processos. As decisões devem ser implementadas dentro de prazos definidos para garantir a eficácia das ações. O descumprimento das diretrizes estabelecidas poderá resultar em sanções disciplinares, conforme o Código de Ética e a Política de Consequências e Medidas Disciplinares.

Também mantemos um processo para acompanhar o cumprimento das medidas determinadas pela Ouvidoria. Assim, os indicadores são comunicados semanalmente aos(às) líderes, o que reforça a aplicação das condutas estabelecidas. Além disso, o número de denúncias recebidas pelo Canal de Ouvidoria relacionadas a ética e transparência, assim como a porcentagem de colaboradores(as) treinados(as) sobre o Código de Ética e os indicadores relativos à análise de risco reputacional realizada pelo time de *Compliance*, integram a composição de nossas metas internas.

Reporte ao Comitê de Ética: o Comitê de Ética se reúne trimestralmente para revisar os casos tratados pela Ouvidoria. Reuniões extraordinárias podem ser convocadas, conforme a urgência dos casos.

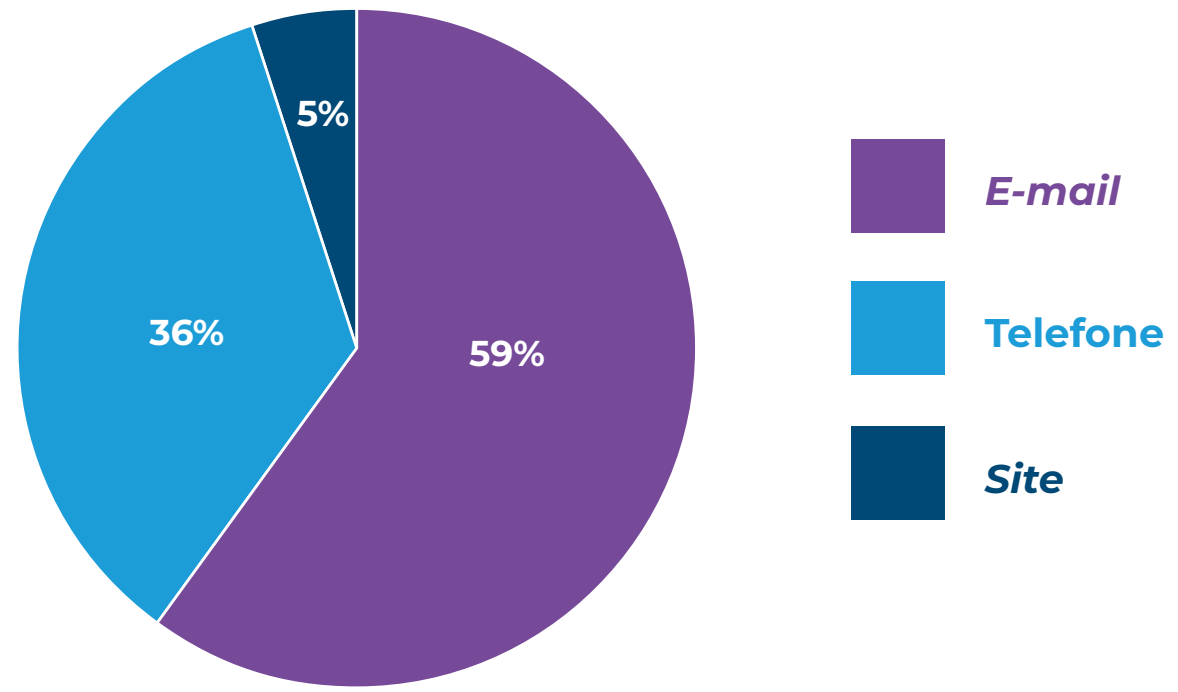
Índice de denúncias: no ano, o Canal de Ouvidoria recebeu 5.847 ocorrências, e medidas disciplinares foram aplicadas nos casos cabíveis. Em 2024, assim como no ano anterior, não houve ações judiciais pendentes ou encerradas referentes a concorrência desleal e violações de leis antitruste e antimonopólio em que fomos identificados como participantes. Ainda, há casos analisados pelo Canal de Ouvidoria que se referem à ineficiência dos canais de atendimento primários (N2) e insatisfações que foram relatadas no período de apuração, assim como direcionadas ações pertinentes para a sua melhoria. **GRI 2-26**



ouvidoria@gpabr.com
08000 55 57 11

segunda-feira a sábado,
das 8h às 20h

CANAIS DE ATENDIMENTO



4% dos(as) colaboradores(as) (ativos(as) e afastados(as)) já acionaram o canal

85% das denúncias identificadas com sigilo mantido e 15% das denúncias foram anônimas

A partir desses índices, a [Ouvidoria](#) identifica e fomenta melhorias nos processos, visando minimizar crises, riscos ou conflitos. Com isso, e utilizando como referência os temas tratados em 2024, foi possível promover melhoria em duas políticas internas. Assim, assegura-se a utilização dos dados apurados para a revisão e aprimoramento das políticas internas, além de garantir a manutenção da nossa integridade e solidez.



- Sobre este relatório
- Mensagens da liderança
- Identidade
- Estratégia corporativa
- Estratégia de sustentabilidade
- Governança corporativa**
- Nossa gente
- Cadeia de valor responsável
- Impacto ambiental
- Impacto social
- Reconhecimentos
- Anexos

CONFLITO DE INTERESSES GRI 2-15

Estabelecemos diretrizes sobre conflito de interesses no [Código de Ética](#) e na Política de Conflito de Interesses – que prevê expressamente que os(as) colaboradores(as) atuem com ética e integridade e, ao se depararem com situação de conflito de interesses, reportem a situação a seu(sua) gestor(a) e não participem da decisão ou das negociações.

Também disponibilizamos a Declaração de Conflito de Interesses, em que colaboradores(as) com cargos elegíveis, como diretor(a), gerente, chefe, fiscal e especialista, reportam se há alguma possível situação conflituosa. O documento deve ser atualizado a cada dois anos ou em qualquer momento, caso haja mudanças nas situações de potencial conflito.

O time de Compliance apoia no controle, envio das declarações, na análise do possível conflito de interesses e nas consultas realizadas pelos departamentos. Caso sejam considerados críticos, o Comitê de Ética e/ ou o Comitê de Auditoria podem ser acionados para deliberação.

Dispomos, além disso, de uma [Política de Transações com Partes Relacionadas](#), que tem o propósito de estabelecer procedimentos para assegurar que as transações sejam realizadas em nosso melhor interesse e fundamentadas em princípios de transparência. A política visa prevenir e administrar situações de potencial conflito de interesses nas operações envolvendo partes relacionadas.

Nos casos em que as transações com partes relacionadas necessitem de aprovação, a pessoa envolvida no processo de aceite que tenha potencial benefício particular ou conflito de interesses com a decisão a ser tomada deverá declarar-se impedida, explicando seu envolvimento e, se for solicitada, detalhando a transação e as partes envolvidas.

DOCUMENTOS RELACIONADOS A ÉTICA E COMPLIANCE GRI 2-23

Contamos com amplo portfólio de normas, políticas e regulamentos para orientar nossas ações e as de nossos(as) parceiros(as). As informações relativas aos públicos externos estão disponíveis em nosso *site* corporativo e no dedicado a investidores(as). Nossos(as) colaboradores(as) podem consultar também, na rede corporativa, os documentos relacionados a procedimentos internos, entre eles:

- Carta de Ética para Fornecedores(as)
- Cartilha de Boas Práticas Socioambientais para Fornecedores(as) e Parceiros(as)
- Código de Ética

- Estatuto Social e Regimentos Internos dos Comitês
- Política Anticorrupção
- Política de Conflito de Interesses
- Política de Divulgação, Uso de Informações Relevantes e Preservação de Sigilo
- Política de Doação
- Política de Gestão e Programa de Ética e *Compliance*
- Política de Privacidade
- Política de Transações com Partes Relacionadas

MOVIMENTO TRANSPARÊNCIA 100%

Em 2024, aderimos ao [Movimento Transparência 100%](#), iniciativa de fomento à transparência corporativa no Brasil. O Movimento tem como objetivo encorajar e capacitar as empresas a irem além das obrigações legais, fortalecendo mecanismos de transparência e integridade, nos pilares de engajamento da alta liderança, visibilidade, construção de capacidades e monitoramento.

Ao assinar a carta-compromisso, estabelecemos as metas a serem cumpridas, em cada marcador temporal, até 2030, e nos comprometemos a divulgar o andamento de nossas ações e a comunicá-las ao Pacto Global da ONU.

Saiba mais na página de [Ética e Transparência](#) do nosso *site*.



Segurança da informação e TI

GRI 3-3 – Tecnologia, inovação e segurança da informação | SASB FB-FR-230a.2

Para garantir a segurança de dados e a manutenção de nossas operações com estabilidade, proporcionando assim a melhor experiência aos(às) clientes, mantemos políticas, controles técnicos, sistemas de monitoramento e supervisão de gerenciamento para lidar com ameaças cibernéticas. Seguimos um conjunto de diretrizes e regras baseadas nas melhores práticas do mercado e em estruturas (*frameworks*) de segurança da informação, tais como NIST, CIS *Control* e família ISO 27001, para a proteção de dados nos âmbitos processual, comportamental e técnico, e realizamos avaliações de risco periódicas para identificar e mitigar potenciais vulnerabilidades.

Como aprimoramento, em 2024, houve a instalação de um comitê extraoficial de Governança de Dados e um comitê extraoficial de Privacidade, que abordaram, entre outros assuntos, requisitos de Segurança da Informação e riscos que estamos mapeando ou monitorando. O objetivo desses comitês foi abordar de forma oficial as ações, responsabilidades e os reportes para o Conselho em relação aos assuntos de dados e privacidade, em conjunto com segurança da informação, facilitando as tomadas de decisão e tornando mais eficiente o fluxo de informações relativas às áreas de Segurança da Informação e Tratamento de Dados, tendo em conta a sensibilidade da questão.

A estrutura de Segurança da Informação e de Governança de Dados reporta-se à Diretoria-Executiva de Tecnologia da Informação, possuindo lideranças seniores dedicadas. Já a área de Privacidade reporta-se à Diretoria-Executiva Jurídica, tendo uma liderança gerencial e um(a) encarregado(a) de Proteção de Dados (*DPO as Service*).

De forma a evitar potenciais incidentes e mitigar riscos, nossa área de Segurança da Informação conta com o suporte dos serviços contratados *Managed Security Services* (MSS, na tradução Serviços Gerenciados de Segurança da Informação) e *Security Operation Center* (SOC, Centro de Operações da Segurança), além de ferramentas de Gestão de Ameaças e Gestão de Vazamento de Informações não estruturadas (DLP). Utilizamos dispositivos de segurança (*firewalls*), sistemas de detecção e prevenção de intrusões (IDS/IPS) e soluções de antivírus e anti-*ransomware* para proteger nossa infraestrutura. Também implementamos criptografia para garantir a segurança de dados em trânsito e em repouso, além de monitorar continuamente redes e sistemas para identificar atividades suspeitas. Em caso de identificação de ameaças e eventos suspeitos, são acionadas medidas de contenção, análise e ordem jurídica, utilizando, como referência, modelos de segurança da informação reconhecidos internacionalmente, como o *National Institute of Standards and Technology* (NIST, Instituto Nacional de Padrões e Tecnologia) e o *Center for Internet Security* (CIS, Centro de Segurança da Internet), entre outros.

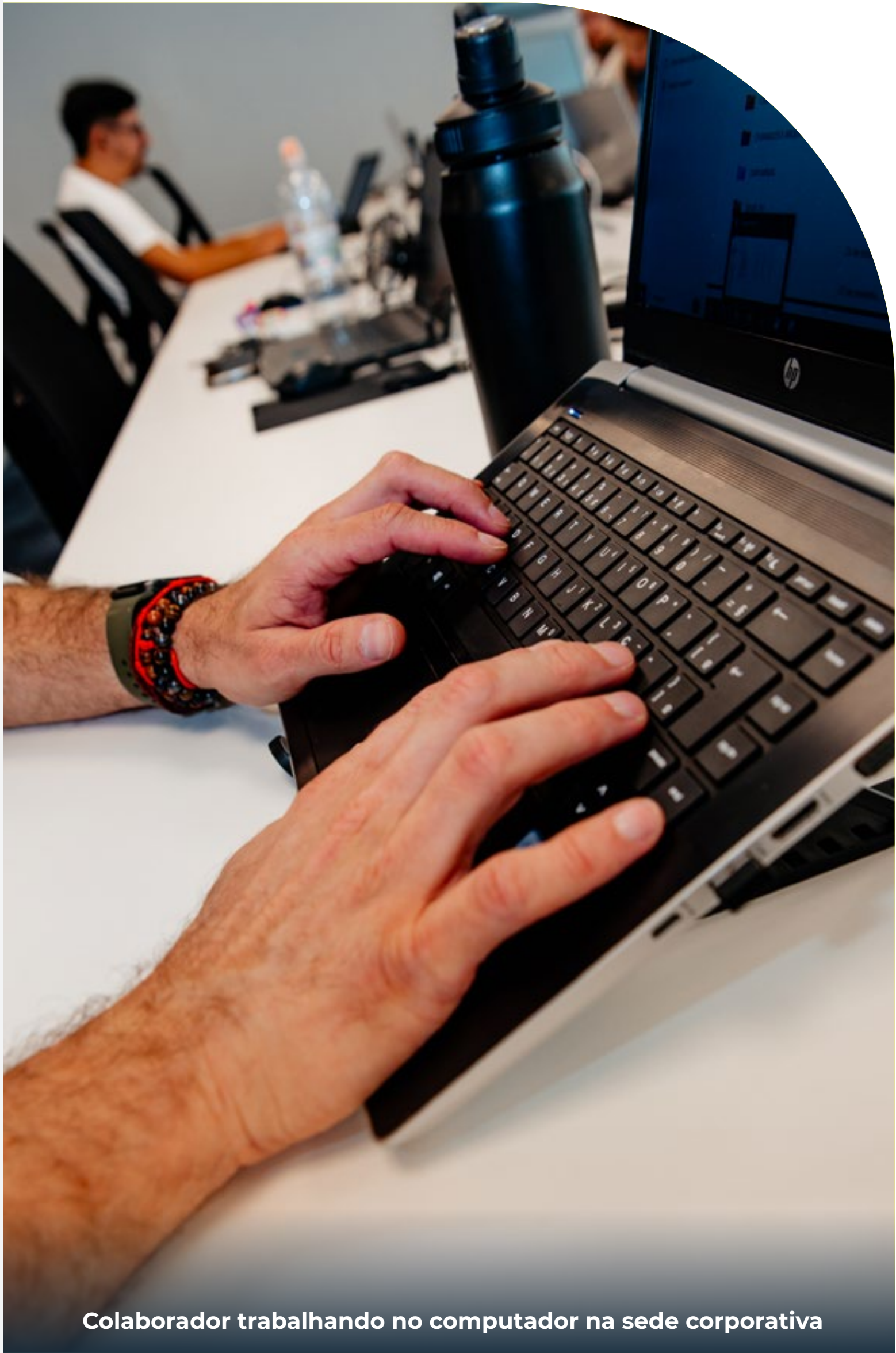
Mantemos cópias de segurança (*backups*) regulares dos dados críticos, planos de resposta a incidentes, visando minimizar os impactos de falhas ou ataques; Plano de Recuperação de Desastres (PRD), que envolve diretamente a TI sobre eventos relacionados à falha ou à interrupção tecnológica; e Plano de Continuidade de Negócios (PCN), para o rápido restabelecimento de processos essenciais, mesmo em caso de catástrofes.

Contamos com uma equipe de Resposta a Incidentes de Segurança qualificada para lidar com essas intempéries. Em caso de incidentes, os públicos afetados são rapidamente alertados, bem como são estabelecidos canais de comunicação para atender dúvidas e preocupações das partes envolvidas.

Os acessos aos nossos bancos de dados possuem etapas de autenticação e autorização baseadas em perfis controlados por pessoas-chave (*owners*). Temos ainda processos específicos de recuperação de dados, como políticas internas de *backup* e restauração (*restore*) para os principais ambientes.

Anualmente, oferecemos treinamentos a nossos(as) colaboradores(as), disponibilizados na Universidade do Varejo GPA, sobre nossa política de segurança, privacidade de dados e outros temas, além de campanhas de conscientização. Alertamos ainda para a criação de senhas fortes e a identificação de tentativas de *phishing*. Na contratação, nossos(as) profissionais assinam um termo de responsabilidade quanto à segurança da informação.

Instalamos comitês extraoficiais de **Governança de Dados e de Privacidade**



Colaborador trabalhando no computador na sede corporativa

PRIVACIDADE DE INFORMAÇÕES

Contamos com uma Política de Privacidade, elaborada em conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD, Lei nº 13.709/2018), que orienta nossas ações relativas à privacidade e à segurança dos dados pessoais de nossos(as) clientes, fornecedores(as) e colaboradores(as). O documento estabelece as atribuições das diversas áreas envolvidas e os regramentos aplicáveis à proteção, ao tratamento e ao eventual compartilhamento de dados.

Mantemos diversos procedimentos e políticas para garantia do **correto tratamento de dados** e informações internos e de nossos públicos

Por meio do Canal de Segurança da Informação (seguranca.informacao@gpabr.com) e/ou do Canal de Privacidade (dpo@gpabr.com), é possível comunicar quaisquer situações de risco para a segurança das informações internas e/ou dados sensíveis, atividades suspeitas, como acessos desprotegidos a informações, e compartilhamento de senhas, dados e informações sensíveis de forma não segura. As vulnerabilidades são monitoradas por ferramentas específicas e testes de invasão são realizados por nossos times de governança de dados. Uma vez identificadas, as falhas são imediatamente priorizadas e corrigidas.

Em 2024, não recebemos queixas relacionadas à violação da privacidade e não foram identificados vazamentos, furtos ou perdas de dados dos(as) clientes. **GRI 418-1**

POLÍTICAS E PROCEDIMENTOS SOBRE SEGURANÇA DE DADOS

- Política de Privacidade Geral** – Este é o documento-base que descreve como tratamos os dados dos(as) nossos(as) clientes, com vistas sempre à excelência no atendimento aos(às) consumidores(as).
- Avisos de Privacidade dos Produtos e Serviços** – Alguns de nossos produtos possuem características específicas e, por conta disso, precisamos desenvolver avisos determinados para cada um deles. Assim, é importante que os(as) colaboradores(as) tenham domínio das suas principais responsabilidades.
- Política de Segurança Cibernética e da Informação** – Uma vez que um dado pessoal esteja sob nosso controle, é papel de todos(as) contribuir para sua proteção e segurança, sendo que essa política descreve os principais processos e cuidados necessários.
- Política de Retenção e Descarte de Dados** – Seja por obrigação legal ou por interesse legítimo, é importante que alguns dados pessoais sejam retidos internamente por algum tempo, assim como também é mandatório descartá-los da maneira correta. Essa política descreve como fazer isso de maneira adequada e de acordo com a legislação.



Sobre este relatório

Mensagens da liderança

Identidade

Estratégia corporativa

Estratégia de sustentabilidade

Governança corporativa

Nossa gente

Cadeia de valor responsável

Impacto ambiental

Impacto social

Reconhecimentos

Anexos

Estrutura de governança

GRI 2-9 | 3-3 – Governança corporativa

Somos uma Companhia privada, de capital aberto, e negociamos ações na bolsa de valores brasileira, a B3, sob o código PCAR3. Respeitamos rigorosamente as leis e normas nacionais e internacionais e as exigências da Comissão de Valores Mobiliários (CVM). Também adotamos as melhores práticas de governança recomendadas, agindo com transparência, confiabilidade e agilidade em nosso relacionamento com acionistas, investidores(as) e demais *stakeholders*. Desde 2020, seguimos o regulamento do Novo Mercado, ao qual estamos incorporados. O segmento da B3 é composto por empresas que apresentam os mais elevados padrões de governança corporativa. **GRI 2-1**

Em 2024, concluímos a venda de nossa participação na Cnova, na qual detínhamos 34% do capital social, com a quitação dos 20% restantes do montante acordado. O ano também foi marcado pela saída do grupo francês Casino de nosso controle acionário, tendo sua participação reduzida a 22,5% do capital social. Para isso, em 13 de março, nosso Conselho de Administração aprovou o aumento de capital social, com a emissão de 220 milhões de ações ordinárias, em oferta pública de distribuição primária.

Nossa estrutura de governança inclui Conselho de Administração, Diretoria Estatutária, Conselho Fiscal e quatro comitês de assessoramento, responsáveis pela tomada de decisão e supervisão da gestão dos impactos relacionados a temas específicos: Comitê de Gestão, Pessoas e Sustentabilidade, Comitê Financeiro, Comitê de Estratégia e Comitê de Auditoria – informações sobre os membros dos órgãos de governança estão disponíveis em nosso [Formulário de Referência](#) (composição do CA e do Conselho fiscal estão disponíveis no item 7.3 e as informações sobre os Comitês de assessoramento, no item 7.4).

Para a escolha dos membros de cada instância, seguimos nossa [Política de Indicação e Remuneração](#). São avaliadas experiências profissionais, competências, capacitação técnica e acadêmica, bem como representatividades econômica, social e cultural. Adicionalmente, a determinação dos(as) profissionais leva em consideração aspectos de diversidade e a opinião de *stakeholders*, para garantir independência do processo. **GRI 2-10**

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO (CA)

Conforme disposto em nosso Estatuto Social, é de competência do CA a orientação geral dos negócios, a aprovação ou alteração do plano de investimentos corporativo, a decisão sobre diretrizes estratégicas que orientam as operações conduzidas pela Diretoria-Executiva e a avaliação de resultados e de impactos na economia, nas pessoas e no meio ambiente – temas que integram nossos indicadores de desempenho e cuja eficácia é analisada pelo CA ao menos trimestralmente, após acompanhamento e reporte da *performance* por parte dos órgãos de assessoramento, especialmente do Comitê de Gestão, Pessoas e Sustentabilidade. O CA também se mantém informado a partir da interação com a Diretoria de Governança Corporativa, responsável por realizar o intermédio entre as áreas operacionais, administrativas e o CA. Para isso, há reuniões periódicas, em que são endereçadas preocupações estratégicas das nossas atividades e realizada a gestão de impactos financeiro e socioambiental, que consideram também o resultado de [processo de materialidade](#), revisto em 2024, e a matriz de riscos socioambientais, revisada anualmente e aprovada pelo Conselho de Administração. Mais informações sobre o processo de avaliação e os riscos identificados estão disponíveis em nosso [Formulário de Referência](#), item 1.9 – Informações ambientais, sociais e de governança corporativa – ASG. **GRI 2-12 | 2-13 | 2-16**



Fachada do Extra Mercado Ricardo Jafet

A partir de abril de 2024, o Conselho de Administração passou a ser integrado por nove conselheiros(as), número máximo previsto em nosso Estatuto Social. Eles(as) se reúnem ordinariamente pelo menos seis vezes ao ano e extraordinariamente sempre que necessário. Dos membros, sete são homens e duas são mulheres, sendo uma negra, seis são independentes e todos(as) têm mais de 50 anos. Os(As) conselheiros(as) são eleitos(as) em Assembleia Geral para mandatos de dois anos, sendo permitida a reeleição. O presidente do Conselho não exerce função executiva na nossa Companhia. **GRI 2-11**

Nosso Conselho de Administração possui membros especialistas em assuntos ESG e está em constante atualização sobre o desenvolvimento sustentável ([veja mais nas páginas 136 e 138](#)). Os(As) membros do CA e dos comitês de assessoramento participam recorrentemente de fóruns ESG, bem como de treinamentos internos e em outras instituições.



Sobre este relatório

Mensagens da liderança

Identidade

Estratégia corporativa

Estratégia de sustentabilidade

Governança corporativa

Nossa gente

Cadeia de valor responsável

Impacto ambiental

Impacto social

Reconhecimentos

Anexos

Em 2024, foram realizadas seis reuniões ordinárias e 28 extraordinárias a respeito de temas relevantes do negócio, incluindo os abordados nos encontros do Comitê de Gestão, Pessoas e Sustentabilidade. Os comitês de assessoramento participam de reuniões do Conselho de Administração, apresentando as principais discussões.

O Conselho de Administração e os comitês, nos termos de seus respectivos regimentos internos, devem proceder, anualmente, à autoavaliação de suas atividades para identificar possibilidades de melhorias na forma de suas atuações. Também é de competência do CA promover, a cada dois anos, a avaliação formal dos nossos resultados e do desempenho da Diretoria, do Conselho de Administração, dos comitês e de cada diretor(a), conselheiro(a) e membro externo dos nossos comitês, individualmente. Os membros do Conselho de Administração e dos comitês de assessoramento também realizam sua autoavaliação periodicamente. **GRI 2-18**

Os(As) diretores(as), por sua vez, são submetidos(as) a uma avaliação anual rigorosa, que consiste em uma autoavaliação, uma avaliação pelo diretor-presidente, uma por seus(uas) subordinados(as) e uma por seus(uas) pares, sempre com base nas competências requeridas e comportamentos esperados para esses cargos. Com base nessa avaliação, é oferecido um processo de desenvolvimento dos(as) diretores(as), que contempla cursos e sessões de *coaching*, entre outros. Consideramos essa avaliação relevante para o desenvolvimento pessoal e profissional de nossos(as) diretores(as), bem como para o alinhamento das expectativas e competências esperadas. **GRI 2-18**

Comitê de Auditoria – Entre suas atribuições estão a análise e o monitoramento da qualidade e a integridade das informações trimestrais, das Demonstrações Financeiras e do Relatório da Administração; a avaliação quanto à estrutura de controles internos e dos processos de auditorias interna e independente; e o acompanhamento da exposição a riscos e o exame das transações com partes relacionadas. Em 2024, foram realizadas cinco reuniões ordinárias e quatro extraordinárias.

Comitê de Gestão, Pessoas e Sustentabilidade – Recomenda e acompanha a adoção das melhores práticas de governança corporativa; elabora ou revisa periodicamente os códigos, as políticas e os regimentos internos; discute e propõe o modelo de estrutura

organizacional, as políticas de gestão e de atração, retenção e desenvolvimento de pessoas; orienta sobre aspectos relacionados à sustentabilidade; recomenda mudanças ou revisões das propostas de investimentos estratégicos; sugere programas de combate às mudanças climáticas, consumo consciente, cadeias de valor e segurança alimentar; e elabora o planejamento e assegura a operacionalização da gestão de riscos e monitora a sua eficácia, entre outras atividades. Durante o ano, seus(uas) integrantes se reuniram em sete ocasiões ordinariamente e três extraordinariamente.

Comitê Financeiro – Responsável por revisar a viabilidade financeira e econômica dos planos e programas de investimentos, o fluxo de caixa, a política de endividamento e a estrutura de capital; recomendar medidas de negociação de fusão, aquisição ou transação; acompanhar e supervisionar a implementação e realização do plano anual de investimentos; e recomendar transações de financiamento que possam melhorar a estrutura de capital. Ao longo de 2024, foram promovidas cinco reuniões ordinárias e três extraordinárias.

Comitê de Estratégia – Recomenda e acompanha a adoção das melhores práticas de inovação e elabora ou revisa documentos relacionados ao tema; e contribui com a análise de tendências e a avaliação de projetos, iniciativas e propostas de investimentos em tecnologia e inovação. Reuniu-se uma vez de forma ordinária e uma de forma extraordinária durante 2024.

DIRETORIA ESTATUTÁRIA

Eleita pelo Conselho de Administração, tem entre suas atribuições: aprovar os planos, programas e normas gerais de operação, administração e controle interno, observadas as orientações estabelecidas pelo Conselho de Administração; elaborar e apresentar à Assembleia Geral relatório das atividades de negócios; comandar as atividades em linha com diretrizes traçadas pelo CA; propor planos e programas de investimentos; autorizar a abertura e o encerramento de lojas, centros de distribuição, etc.; e, em conjunto com o Conselho de Administração, desenvolver e executar o Plano de Participação nos Resultados.

RELAÇÕES INSTITUCIONAIS **GRI 2-28**

Temos uma área responsável pela gestão do relacionamento com associações de classes e órgãos públicos, a fim de promover o diálogo e a colaboração nas discussões com tomadores de decisão em matérias que são de interesse de atores sociais e econômicos. Mantemos agenda representativa nas principais entidades setoriais e associações de classe, como [Abrás](#) e [Apas](#), a fim de contribuir ativamente com o processo de construção de novas decisões que afetem diretamente nossas atividades, o setor e a sociedade, a exemplo de políticas de jornada de trabalho e tributação de bens de consumo e serviços, entre outros.



Colaboradores(as) na sede corporativa



Sobre este relatório

Mensagens da liderança

Identidade

Estratégia corporativa

Estratégia de sustentabilidade

Governança corporativa

Nossa gente

Cadeia de valor responsável

Impacto ambiental

Impacto social

Reconhecimentos

Anexos

Gestão de **riscos**

GRI 2-12

Nossa [Política de Gestão de Riscos](#) contém diretrizes que permitem identificar, avaliar, tratar, monitorar e comunicar os riscos capazes de impactar nosso plano estratégico. Todo o processo é conduzido de forma integrada, visando à gestão proativa e eficaz dos riscos.

O processo de identificação de riscos parte de entrevistas com os(as) nossos(as) principais executivos(as), como o presidente do Conselho de Administração, os(as) integrantes do Comitê de Auditoria, os(as) diretores(as)-executivos(as) e os(as) demais diretores(as). É aplicado ainda um formulário de autoavaliação aos(às) gerentes de cada linha de negócios – com os(as) quais reforçamos o diálogo em 2024, realizando duas consultas, em consonância com nossa nova visão de aproximar as áreas operacionais dos processos de gestão de riscos.

Com as informações reunidas, a área de Gestão de Riscos analisa os temas relevantes, apontando causas e consequências associadas, a probabilidade ou a frequência com que o evento se materializou, assim como os possíveis impactos, que podem ser de natureza financeira e/ou reputacional. O levantamento permite a elaboração da matriz de riscos, monitorada constantemente com o auxílio das áreas responsáveis, que desenvolvem e implementam planos de ação para evitar, mitigar, compartilhar ou, em alguns casos, cooperar com o risco, quando inerentes ao negócio e em nível condizente com o apetite ao risco.

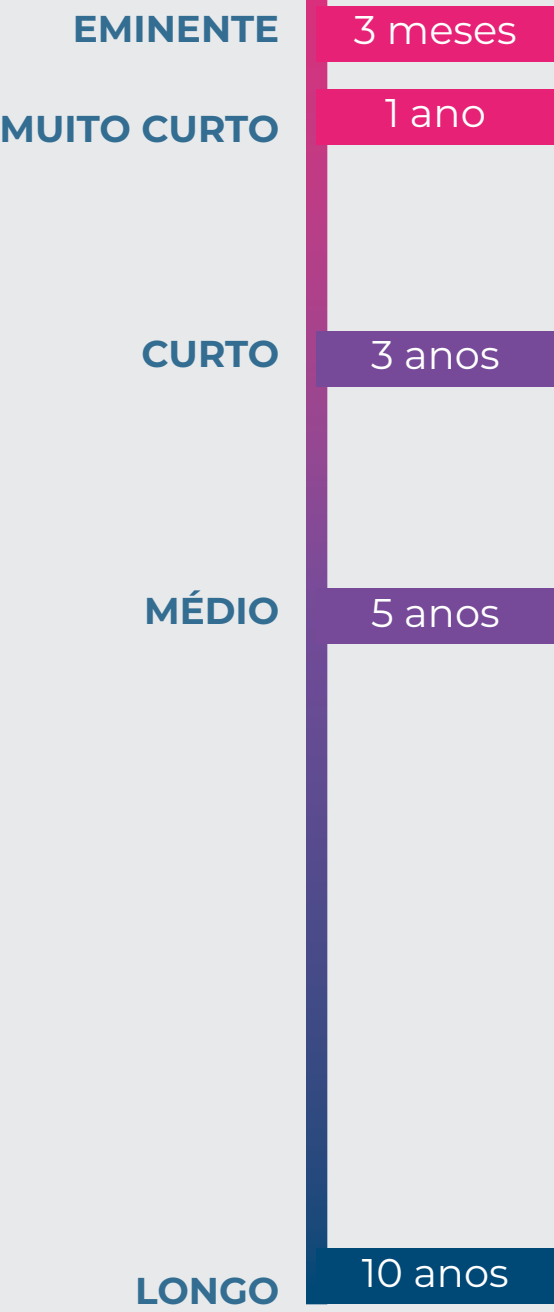
Todo o processo de identificação dos riscos e monitoramento das medidas de prevenção e mitigação é supervisionado pelo Comitê de Auditoria, que também utiliza a matriz de riscos para orientar as auditorias necessárias. O Conselho de Administração, por sua vez, é responsável pela aprovação da Política de Gerenciamento de Riscos.

A metodologia utilizada no gerenciamento de impactos e riscos reputacionais e/ou financeiros é baseada nas recomendações do *Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission* (Coso, Comitê das Organizações Patrocinadoras da Comissão *Treadway*) e procura integrar-se à norma ISO 31000:2018. Além disso, alinha a governança e a gestão da Tecnologia da Informação aos Objetivos de Controle para Informações e Tecnologias Relacionadas (Cobit).

A área de Gestão de Riscos responde para a Diretoria de Auditoria Interna, Investigação Corporativa e Controles Internos, que, por sua vez, reporta-se diretamente ao CEO e ao Comitê de Auditoria. No decorrer de 2024, a área promoveu treinamentos com outros setores internos para apresentar os riscos existentes – ação que terá continuidade em 2025, com a previsão de capacitações focadas no controle de riscos. Já o Comitê de Auditoria é responsável por informar o Conselho de Administração sobre a implementação das medidas de gerenciamento de riscos. Três de seus membros também integram o Conselho de Administração, acompanhando regularmente as providências adotadas.

Além do acompanhamento dos riscos globais, anualmente ao menos um projeto com temas críticos é trabalhado com mais profundidade. Já foram tratados, por exemplo, resíduos, segurança alimentar e, mais recentemente, seguros e questões tributárias. Em 2025, a atenção será direcionada à gestão de acessos e ao plano de continuidade de negócios.

HORIZONTES TEMPORAIS CONSIDERADOS NO MAPEAMENTO DOS RISCOS:





Sobre este relatório

Mensagens da liderança

Identidade

Estratégia corporativa

Estratégia de sustentabilidade

Governança corporativa

Nossa gente

Cadeia de valor responsável

Impacto ambiental

Impacto social

Reconhecimentos

Anexos

PRINCIPAIS RISCOS **GRI 3-3**

Os riscos aos quais estamos expostos são agrupados em oito aspectos:



Segurança alimentar – Alimentos contaminados, sem a qualidade necessária ou em condições impróprias para o consumo podem causar danos à nossa reputação, implicar na necessidade de trocas/devoluções de itens, com consequentes perdas financeiras, além de eventuais penalidades por impactos na saúde dos(as) consumidores(as).



Tecnologia da Informação – Violações de segurança cibernética, não garantia de sigilo de informações sensíveis, vazamento de dados e indisponibilidade de sistemas de tecnologia podem levar à interrupção das atividades e à quebra da confiança dos nossos públicos de relacionamento.



Financeiro – A incapacidade de honrarmos no curto prazo obrigações financeiras, a determinação de depósitos judiciais ou garantias em processos judiciais, administrativos ou arbitrais podem prejudicar nossa capacidade de obtenção de resultados financeiros.



Operacional – Erros humanos, falhas na nossa cadeia de abastecimento e em processos e procedimentos internos podem prejudicar a rotina de nossas operações.

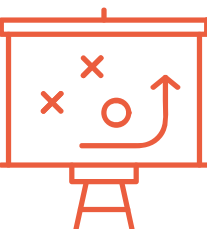


Legal – A não conformidade com leis e regulamentações em diversos âmbitos, como em segurança alimentar, determinações trabalhistas, tributárias e de propriedade intelectual, pode resultar em litígios, penalidades financeiras e danos reputacionais.



ESG (Ambiental, Social e Governança) – A consideração dos melhores padrões socioambientais e de práticas de governança são essenciais para mitigar repercussões legais negativas, perda de reputação e até facilitar o acesso ao mercado financeiro. São riscos ESG mapeados:

- Impactos na cadeia de valor (socioambientais e bem-estar animal);
- Redução das emissões atreladas a gases refrigerantes;
- Gestão de resíduos;
- Segurança alimentar;
- Promoção da diversidade e luta contra a discriminação.



Estratégicos – A não consideração na estratégia de aspectos como maior concorrência, alterações no nosso setor e mudanças nas demandas dos(as) clientes pode afetar nossa *performance*.



Conformidade (Compliance) – O não cumprimento de normas, regulamentos e políticas pode implicar em danos reputacionais e penalidades legais. Esse risco inclui práticas como fraudes, subornos, corrupção – nas quais avaliamos, em 2024, 100% de nossas operações –, lavagem de dinheiro e outras condutas que possam comprometer a nossa integridade, seja por ações deliberadas, seja por falhas não intencionais em aderir às exigências legais e regulatórias. **GRI 205-1**



RISCOS EMERGENTES

Os riscos emergentes podem ser eventos inéditos ou já conhecidos, mas que surgem em novas condições ou contextos, apresentando um alto nível de incerteza quanto à sua evolução, gravidade e probabilidade de ocorrência. Geralmente influenciados por fatores externos, são de difícil previsão e exigem uma abordagem estruturada para seu gerenciamento.

Identificamos esses riscos por meio da mesma metodologia aplicada à avaliação dos demais riscos. Para garantir seu controle, mantemos um monitoramento contínuo e realizamos revisões semestrais em conjunto com as áreas responsáveis. Esse processo fortalece a governança e assegura a mitigação dos impactos associados.

Mudanças climáticas

A mudança climática é um risco emergente, pois seus impactos estão se tornando mais frequentes, severos e imprevisíveis, afetando empresas, mercados e sociedades. Seus efeitos podem se manifestar de três formas principais:

- **Riscos físicos:** eventos climáticos extremos, aumento do nível do mar e escassez de recursos naturais;
- **Riscos de transição:** novas regulamentações ambientais, mudanças na matriz energética e inovação tecnológica;
- **Riscos de reputação:** pressão de consumidores(as) e investidores(as), além de litígios ambientais.

Geopolítico

O risco geopolítico é um risco emergente, pois os conflitos internacionais, instabilidade política e tensões entre países estão se tornando mais frequentes, impactando empresas, mercados e sociedades. Seus efeitos podem se manifestar de três formas principais:

- **Riscos operacionais:** sanções econômicas, restrições comerciais e interrupções em cadeias de suprimentos;
- **Riscos regulatórios:** mudanças em políticas governamentais e restrições a investimentos estrangeiros;
- **Riscos reputacionais:** boicotes, pressões de *stakeholders* e aumento da polarização política.

LINHAS DE DEFESA DE GERENCIAMENTO DE RISCOS

1ª LINHA

Engloba diretorias, gerências e demais colaboradores(as) das unidades de negócio que atuam nas operações e atividades do dia a dia. A eles(as) cabe administrar o desempenho e os riscos assumidos de acordo com o estabelecido em nossa Política de Gerenciamento de Riscos. As áreas adotam controles, planos de ação e prestam oportunamente contas das informações relacionadas às ameaças.

2ª LINHA

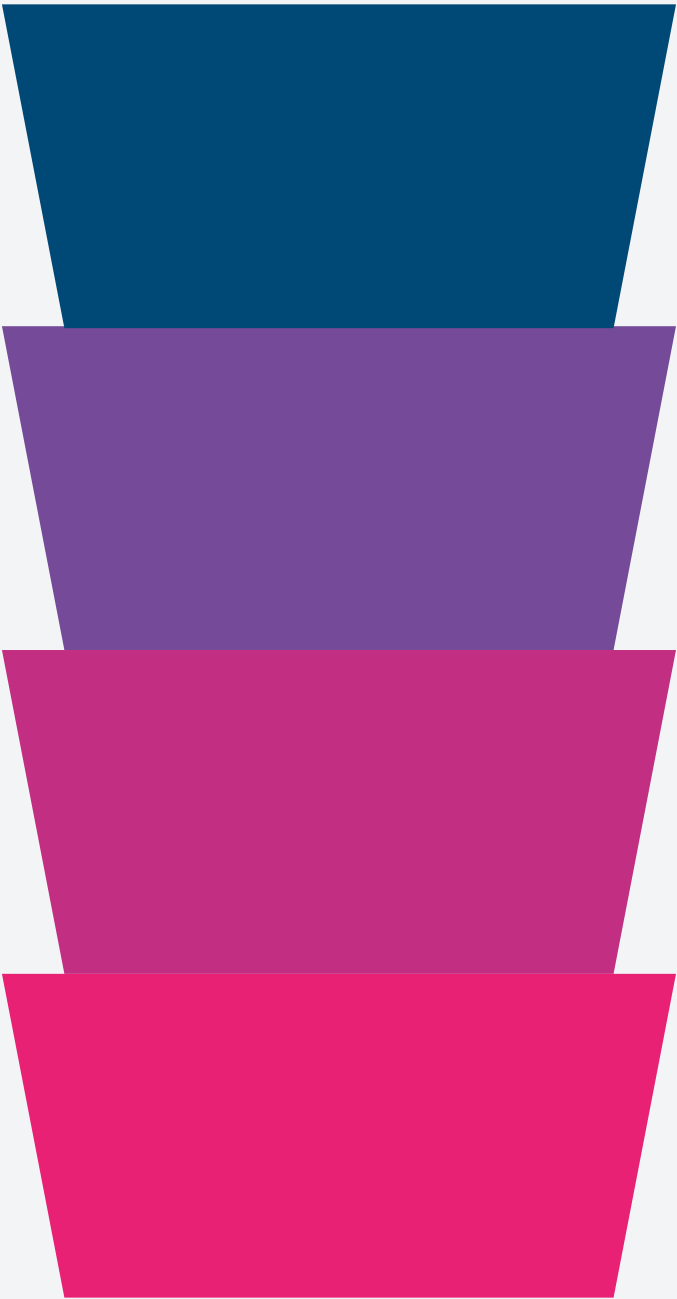
Integrada pelas áreas de Controles e Funções de Suporte, representadas pela Diretoria de Gestão de Riscos, que, por sua vez, pode demandar o assessoramento de outras áreas, como as de *Compliance*, Controles Internos e Segurança da Informação. Além de orientar, monitorar e avaliar a aderência aos padrões e às políticas, deve dar suporte à 1ª linha de defesa para atingir nossos objetivos, assim como facilitar, comunicar e monitorar as práticas de gestão das ameaças e auxiliar na identificação delas, em linha com o apetite ao risco estabelecido.

3ª LINHA

Nesse nível está a Auditoria Interna, responsável por avaliações ou revisões de práticas de gerenciamento de riscos e dos controles, da garantia de eficácia da governança e por identificar problemas e oportunidades de melhoria com independência, objetividade e autoridade para as recomendações.

4ª LINHA

Diz respeito à auditoria externa independente contratada, que avalia a qualidade dos controles internos para o preparo de demonstrações financeiras e reporta eventuais fragilidades encontradas em tais controles.





7

Nossa Gente

Colaborador do Pão de Açúcar



Colaboradores(as) do Pão de Açúcar Fresh

Nossa Gente

GRI 2-30 | 3-3 – Relações e ambiente de trabalho | SASB FBFR-310a.2

Nosso processo de recrutamento e seleção reflete o compromisso com a ética, diversidade, inclusão, transparência e alinhamento às melhores práticas de governança e responsabilidade social. Cumprimos rigorosamente a LGPD, com sigilo das informações dos(as) candidatos(as). Valorizamos a promoção da diversidade e equidade de oportunidades, com atenção especial a grupos sub-representados, como mulheres em posições de liderança, pessoas pretas e pardas, jovens, idosos(as) e pessoas com deficiência, em processos seletivos justos e com critérios claros. Já para evitar conflitos de interesses, nossa Política de Contratação veda a subordinação direta entre parentes. Todas essas práticas são monitoradas por indicadores de diversidade, retenção e impacto social, com resultados reportados no contexto das metas ESG.

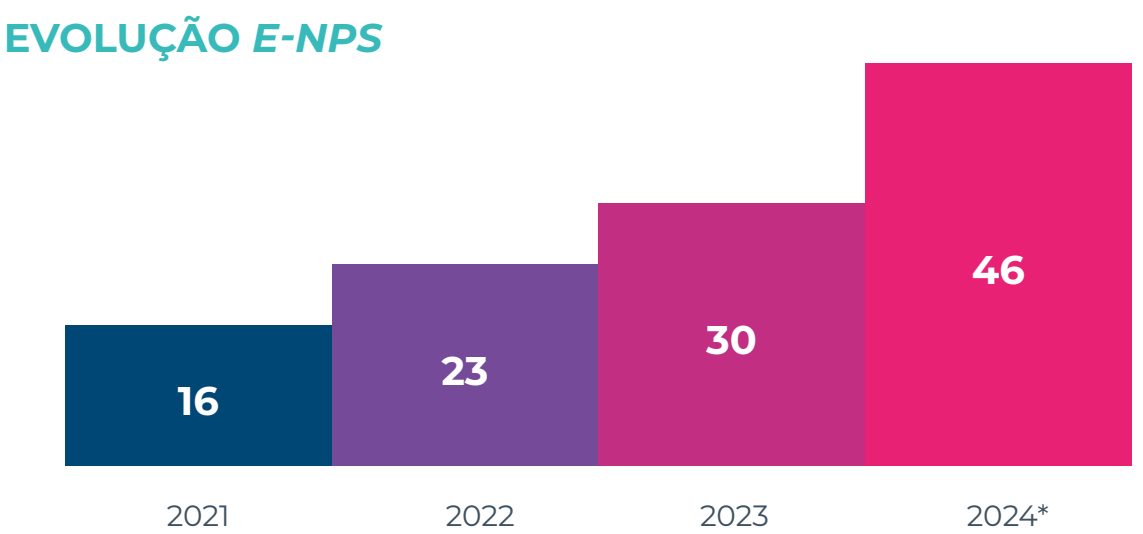
Nesse contexto, no encerramento de 2024 mantínhamos 39.320 colaboradores(as), dos quais 47% homens e 53% mulheres, regidos(as) pelo propósito de “Alimentar sonhos e vidas”, que direciona a nossa cultura corporativa ([saiba mais na página 9](#)).

Todos(as) os(as) colaboradores(as) têm plena liberdade de associação e participação nos sindicatos representativos de suas categorias: mais de 152 entidades com as quais negociamos convenções e acordos coletivos que abrangem 100% dos(as) colaboradores(as). Após a assinatura dos acordos e das convenções, informamos aos(às) gestores(as) os principais aspectos estabelecidos para que os termos sejam cumpridos.

Ao longo de 2024, realizamos o nosso ciclo de engajamento, o Fale na Boa, um termômetro essencial para ouvir nossa gente e fortalecer a nossa cultura. O processo aconteceu em quatro ciclos durante o ano, combinando três Pesquisas Pulso, com perguntas objetivas sobre a satisfação dos(as) colaboradores(as), e uma pesquisa de engajamento mais completa, conduzida anualmente em parceria com a *Great Place to Work* (GPTW). Com mais de 126 mil participações ao longo do ano, alcançamos uma impressionante média de 88% de adesão. Além disso, nosso índice de confiança teve uma média de 70 pontos, em uma escala até 100.

Para reforçar ainda mais nosso compromisso com a escuta ativa e a evolução da nossa cultura, criamos o Selo Fale na Boa – Sua voz faz a diferença. Esse selo destaca as ações concretas que nasceram a partir dos principais *insights* da pesquisa, garantindo que cada *feedback* gere impacto real no nosso dia a dia. Algumas das ações que receberam o selo foram: melhoria dos espaços da sede corporativa, com o início da reforma dos andares em 2024; melhoria dos benefícios relacionados à alimentação dos(as) colaboradores(as) de loja; estruturação de processos mais próximos com as empresas de assistência médica, etc.

Desde 2021, avaliamos o e-NPS (*Employee Net Promoter Score*) que mede o nível de satisfação e recomendação dos(as) nossos(as) colaboradores(as). A pergunta-chave é: “Eu recomendaria o GPA para minha família ou amigos(as) como um bom lugar para trabalhar?”. Em 2024, demos um salto significativo, evoluindo 16 pontos em relação a 2023 e alcançando uma média de 46. Esse avanço mostra que estamos no caminho certo, construindo um ambiente de trabalho cada vez melhor para se trabalhar.



*Média das quatro pesquisas do ano.

No sentido de capturar e valorizar as percepções dos(as) profissionais, lançamos o programa de influenciadores(as) internos(as), os(as) Super *Influencers* GPA. O processo de seleção superou 350 inscrições, resultando na escolha de 37 pessoas, que receberam orientações e treinamentos para serem Super *Influencers* GPA, integrando um grupo focado na disseminação de novidades por meio de suas redes sociais. O projeto já obteve grandes alcances de visualizações nas plataformas usadas para comunicação, como LinkedIn e Instagram.

“ Com 16 anos e sete meses de carreira, nunca vivi uma experiência tão enriquecedora como a de ser Super Influencer do GPA. O programa me proporcionou oportunidade única de multiplicar nossa cultura e nossos valores para milhares de pessoas, ao mesmo tempo que fortalece minha conexão com a marca e com os princípios que defendemos. Ser reconhecida internamente, dentro de uma empresa tão comprometida com a excelência e com valores como Gente boa e feliz, Paixão pelo(a) cliente e Atitude de dono, é um grande orgulho. Esses pilares não são apenas palavras, mas atitudes que, como influenciadora, consigo levar adiante em todas as minhas ações. Ter a oportunidade de representar o GPA nas redes sociais e ver o impacto dessa imagem é algo que me motiva e inspira, sabendo que estamos contribuindo para uma mudança positiva tanto para nossos(as) clientes quanto para nossos(as) colaboradores(as). É um privilégio fazer parte de algo tão grande e tão transformador.”

Edna Vieira, Coordenadora de Supply Chain



Colaboradora do Mini Extra

Para estreitar o diálogo com uma comunicação ágil e transparente, reforçando nossa cultura, foi criado o GPApp, plataforma digital que conecta 100% dos(as) colaboradores(as) em um ambiente inclusivo, dinâmico e fácil de usar. Mais do que um aplicativo, o GPApp é um *hub* de interação, informação e produtividade. Além de centralizar documentos em nuvem, ferramentas e sistemas em um único lugar – simplificando o dia a dia de trabalho –, o GPApp permite que os(as) colaboradores(as) acessem nossas notícias em tempo real, ampliem sua rede de contatos, participem de grupos de interesse e interajam com colegas por meio de publicações, reações e comentários.





Sobre este relatório

Mensagens da liderança

Identidade

Estratégia corporativa

Estratégia de sustentabilidade

Governança corporativa

Nossa gente

Cadeia de valor responsável

Impacto ambiental

Impacto social

Reconhecimentos

Anexos



Colaboradora na sede corporativa

Diversidade, equidade e inclusão

GRI 3-3 - Diversidade, equidade e inclusão

Com o objetivo de nos tornar cada vez mais diversos e inclusivos, fortalecemos o papel dos(as) nossos(as) colaboradores(as) como agentes de transformação, responsáveis pela construção de um ambiente livre de discriminação. Buscamos fomentar e valorizar o respeito, promovendo oportunidades equânimes para todos(as), independentemente de marcadores identitários, garantindo um espaço em que a diversidade, equidade e inclusão sejam reconhecidas, promovidas e respeitadas em sua totalidade. Para isso, mantemos, desde 2015, a estratégia de Diversidade, Equidade e Inclusão, com foco em cinco temas prioritários: Equidade de Gêneros, Equidade Racial, Respeito e Promoção aos Direitos LGBTQIA+, Inclusão e Desenvolvimento de Pessoas com Deficiência e Diversidade Etária.

O tópico Diversidade, Equidade e Inclusão é um dos pilares da nossa Estratégia de Sustentabilidade, com impacto direto e significativo em nosso negócio. Acreditamos que Diversidade é considerar e respeitar as diversas características de cada indivíduo; que Equidade visa garantir que todos(as) tenham as mesmas oportunidades; e que Inclusão vai além de reconhecer diferenças, mas buscar valorizá-las e fomentá-las de forma intencional, com foco em representatividade. Entendemos, assim, que todos(as) os(as) nossos(as) colaboradores(as) têm a responsabilidade de promover essa agenda, contribuindo para a construção de uma cultura organizacional inclusiva, justa e respeitosa para todos(as).

Nossas ações e iniciativas têm gerado resultados sólidos e mensuráveis, com impactos positivos visíveis em diversas frentes. O fortalecimento do senso de pertencimento entre nossos(as) colaboradores(as) e a crescente favorabilidade da gestão desse tema, refletido nas pesquisas internas de clima, demonstram esses avanços. A disseminação de nossa estratégia, por meio de treinamentos, sensibilizações, campanhas e [Grupos de Afinidade](#) é parte dessa evolução contínua. Essas iniciativas fortalecem práticas inclusivas já consolidadas, garantindo que nossas unidades de negócio estejam alinhadas aos nossos posicionamentos e direcionamentos relacionados à promoção de um ambiente de trabalho baseado na equidade, no respeito e na inclusão.

Em 2024, fomos reconhecidos entre as 55 empresas com melhores desempenhos na Pesquisa Ethos/Época de Diversidade, Equidade e Inclusão, que avaliou 204 organizações, em 12 itens, considerando níveis de adesão como cumprimento ou tratativa inicial, iniciativas e práticas, políticas, procedimentos, sistema de gestão e eficiência. Além disso, recebemos o selo que reafirma nosso compromisso com a promoção de Diversidade, Equidade e Inclusão ao participarmos do Perfil Social e de Gênero das 1.100 Maiores Empresas do Brasil e suas Ações Afirmativas.

Adicionalmente, os impactos positivos incluem a ampliação da representatividade de indivíduos de diferentes perfis em todos os níveis hierárquicos da organização, favorecendo, assim, o desempenho organizacional. Somos voluntariamente signatários de associações e alianças que são referências nacionais e internacionais na promoção dos direitos humanos, reforçando nosso compromisso com a não discriminação e alinhando nossas ações às melhores práticas e aos princípios globais de respeito e inclusão.

NOSSOS COMPROMISSOS E PACTOS

Aliança sem Estereótipo (ONU Mulheres)
Coalizão Empresarial para Equidade Racial e de Gênero
Coalizão Empresarial pelo Fim da Violência contra Mulheres e Meninas
Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+
Fórum Gerações e o Futuro do Trabalho
Iniciativa Empresarial pela Igualdade Racial
Movimento Elas Lideram 2030 (Pacto Global da ONU)
Movimento pela Equidade Racial (Mover)
Movimento Mulher 360 (MM360)
Movimento Raça é Prioridade (Pacto Global da ONU)
Pacto Global
Princípio de Empoderamento das Mulheres (ONU Mulheres)

[Saiba mais sobre cada um deles na página 34.](#)

CONSCIENTIZAÇÃO E CAPACITAÇÃO

Ao longo de 2024, realizamos inúmeras ações de integrações, sensibilizações e capacitações com os(as) nossos(as) colaboradores(as), abordando temas relacionados a diversidade, equidade, inclusão, direitos humanos e vieses inconscientes, com o foco na construção de um ambiente de trabalho mais respeitoso e inclusivo. Pela relevância do tema, no nosso Portal GPA pela Diversidade, disponível na Universidade do Varejo GPA, oferecemos uma ampla variedade de conteúdos relacionados aos nossos pilares prioritários de diversidade, equidade e inclusão. Entre os destaques, contamos com as políticas e diretrizes relacionadas ao tema de Diversidade, Inclusão e Direitos Humanos, Comunicação Inclusiva e Diretrizes para Combate à Discriminação e Promoção da Equidade Racial. Além disso, disponibilizamos guias e cartilhas, como o Guia da Pessoa Aliada LGBTQIA+, bem como *webseries* e pílulas de conhecimento, que reforçam nosso compromisso com o desenvolvimento contínuo dos(as) nossos(as) colaboradores(as).

Entre os treinamentos estratégicos e obrigatórios está o GPA pela Diversidade: Promovendo o Respeito e a Inclusão, disponível para 100% dos(as) colaboradores(as), cujo foco foi a promoção dos direitos humanos por meio do fortalecimento de uma cultura organizacional baseada no respeito e na inclusão. Entre os principais conteúdos abordados estão os nossos temas prioritários de diversidade, equidade e inclusão, diretrizes e posicionamentos do Grupo, como a valorização e o respeito a todas as pessoas, independentemente dos marcadores identitários, combate à discriminação, a qualquer tipo de violência e a construção de um ambiente de trabalho inclusivo e diverso. O conteúdo foi estruturado e alinhado à nossa Política de Diversidade, Inclusão e Direitos Humanos, reforçando o papel de cada colaborador(a) como agente de transformação na criação de práticas e estratégias para um espaço de trabalho justo, respeitoso e representativo. Em 2024, encerramos o ano com 87,2% dos(as) colaboradores(as) treinados(as).

Outra capacitação dessa agenda anual foi o Procon Racial: 10 Princípios Básicos para o Combate ao Racismo nas Relações de Consumo – Desenvolvido pelo Procon-SP e a Universidade Zumbi dos Palmares para fortalecer ações de prevenção e fiscalização contra práticas discriminatórias por motivo racial nas relações de consumo. Exclusivo para os(as) colaboradores(as) do Estado de São Paulo, o conteúdo abordou princípios fundamentais, como a proibição de abordagens, revistas ou imobilizações baseadas na cor da pele, raça



Colaboradores(as) das seções de perecíveis do Extra Mercado

ou etnia ou qualquer outra forma de discriminação; o reconhecimento de atos discriminatórios, como impedir ou constranger o ingresso ou permanência em estabelecimentos abertos ao público; e a importância de tratar todas as pessoas com respeito. Encerramos o ano de 2024 com 86,9% dos(as) colaboradores(as) capacitados(as), consolidando as relações de consumo livres de discriminação.

Já para o time que atua em nossas operações, ofertamos o treinamento Segurança, Abordagem e Atendimento de Denúncia em Loja que incluiu conteúdo teórico e teste prático para reforçar conhecimentos sobre o combate ao racismo e assegurar abordagens corretas e respeitosas no atendimento aos(às) nossos(as) clientes.

Outro destaque foi o treinamento de Desconstrução de Estereótipos na Publicidade sobre a metodologia 3Ps (Presença, Perspectiva e Personalidade), conduzido pela Aliança Sem Estereótipo da ONU Mulheres, da qual somos signatários desde 2019. O evento contou com a participação dos times que se comunicam com os públicos interno e externo, como *Marketing*, Comunicação, Imprensa e Comercial.



Sobre este relatório

Mensagens da liderança

Identidade

Estratégia corporativa

Estratégia de sustentabilidade

Governança corporativa

Nossa gente

Cadeia de valor responsável

Impacto ambiental

Impacto social

Reconhecimentos

Anexos

Para o time de Atratividade e Seleção, realizamos o treinamento de Diversidade, Inclusão e Vieses Inconscientes em Processos Seletivos, com foco em estratégias para tornar os processos seletivos mais inclusivos. O treinamento abordou a quebra de estereótipos e vieses relacionados a grupos sub-representados, além de práticas que garantem avaliações mais justas e equitativas. Também destacamos a sensibilização de gestores(as) para reconhecer e minimizar vieses ao longo das etapas de seleção, contribuindo para uma contratação mais diversa e alinhada aos nossos compromissos com a inclusão.

Além disso, mantivemos nossa participação ativa em todos os treinamentos realizados no Programa de Sucessão da Universidade do Varejo GPA, abordando temas como direitos humanos, vieses inconscientes, assédio moral, e comunicação inclusiva, promovendo a conscientização e oferecendo apoio aos(às) líderes em formação.

Para disseminar ainda mais o tema para o público interno, conduzimos no ano diversos concursos culturais, relacionando-os às temáticas de diversidade, equidade e inclusão: #Deixa com Elas, em março; #Arrasou no Respeito e Promoção aos Direitos LGBTQIA+, em junho; e #Arrasou na Consciência, em novembro. Para aprofundar as abordagens, foram produzidos conteúdos exclusivos, disponibilizados na Universidade do Varejo GPA. A conscientização dos(as) colaboradores(as) foi reforçada ainda com publicações internas e externas voltadas às principais datas do calendário de diversidade, equidade e inclusão. Ao todo, foram mais de 400 publicações realizadas.

Os grupos são espaços seguros e colaborativos, criados para **promover o acolhimento** e a **troca de experiências**

GRUPOS DE AFINIDADES

Contamos com três Grupos de Afinidade (GAs), apoiados pela Diretoria de Recursos Humanos, Sustentabilidade e Comunicação e por lideranças internas que atuam como *sponsors* ou embaixadores(as). Em 2024, mais de 390 pessoas fizeram parte de nossos grupos, como: GPA Madiba, direcionado à equidade racial; GPA pela Equidade de Gêneros; e GPA Orgulho LGBTQIA+. Os grupos são espaços seguros e colaborativos, criados para promover o acolhimento e a troca de experiências entre colaboradores(as) de diferentes áreas. Esses grupos desempenham um papel essencial como catalisadores de iniciativas e ideias que fortalecem a diversidade, equidade e inclusão no ambiente de trabalho.

Também contribuem para conscientizar e engajar colaboradores(as), estimulando-os(as) a adotar posturas de respeito e compromisso de atuarem como agentes de transformação e aliados(as) dos temas. Em 2024, promovemos uma agenda consistente de encontros, com sessões de letramento dedicadas às temáticas de cada grupo e reuniões estratégicas para a idealização de iniciativas conectadas a datas comemorativas, como o Dia Internacional da Mulher, o Dia Internacional do Orgulho LGBTQIA+ e o Dia da Consciência Negra.



Visita do grupo de afinidade GPA Madiba à exposição Terra de Gigantes



Sobre este relatório

Mensagens da liderança

Identidade

Estratégia corporativa

Estratégia de sustentabilidade

Governança corporativa

Nossa gente

Cadeia de valor responsável

Impacto ambiental

Impacto social

Reconhecimentos

Anexos

“Fazer parte do GPA Madiba tem sido ótimo, especialmente pela cultura de pertencimento que promove, além de proporcionar conexões valiosas e ampliar minha visão sobre identidade e inclusão. Como advogada, sei o quão desafiador é me ver representada em posições de destaque, e essa rede reforça a importância de ocuparmos esses espaços. Acredito no papel transformador dos Grupos de Afinidade, em especial o do GPA Madiba.



Essas iniciativas impulsionam uma cultura mais diversa e inclusiva dentro do ambiente corporativo.”

Victoria Hellen Nascimento Oliveira, Advogada da área de Jurídico Societário, GPA Madiba

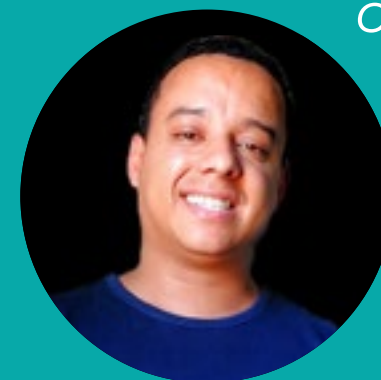
“Lidero o time de precificação estratégica do GPA há mais de quatro anos e sempre vi a diversidade como um valor essencial aqui na empresa. Fazer parte do grupo de equidade de gêneros fortaleceu ainda mais minha visão sobre o tema, que tem um significado especial para mim, pois aqui no time de Pricing 50% do quadro são mulheres. No GPA, aprimorei minha consciência sobre o tema e entendi que



equidade de gêneros vai além da igualdade de direitos – é garantir que mulheres tenham oportunidades justas em uma sociedade ainda desigual. Estou ciente que é um aprendizado contínuo, e sigo comprometido com essa transformação.”

Emerson Melo, Gerente de Pricing, GPA pela Equidade de Gêneros

“Os Grupos de Afinidade do GPA vão além de espaços de conexão — eles representam a essência do nosso compromisso com a diversidade e inclusão. Ao longo da nossa trajetória, vimos como essas iniciativas transformam vidas, criando um ambiente onde cada pessoa se sente respeitada, valorizada e encorajada a ser quem realmente é. Nesses grupos, histórias se entrelaçam, vozes se fortalecem e barreiras são quebradas, reforçando diariamente que a diversidade não é apenas um valor, mas a força que nos impulsiona a construir um futuro mais justo e acolhedor para todos(as). Como homem gay, participar desses grupos é viver o acolhimento na prática e aprender todos os dias. Nem sempre temos todas as respostas, mas estamos abertos a ouvir, compartilhar e evoluir juntos(as). O que buscamos não é ser melhores que ninguém — é respeito. E, nos Grupos de Afinidade, encontramos apoio para lidar com desafios e compartilhar experiências. Nem todas as empresas



oferecem espaços de conexão como esses, e é por isso que tenho tanto orgulho de fazer parte do GPA.”

Denis Costa Santos, Analista de Abastecimento, Orgulho LGBTQIA+ GPA



Sobre este relatório

Mensagens da liderança

Identidade

Estratégia corporativa

Estratégia de sustentabilidade

Governança corporativa

Nossa gente

Cadeia de valor responsável

Impacto ambiental

Impacto social

Reconhecimentos

Anexos

“Promover a equidade de gêneros exige ações consistentes e o compromisso da liderança em ampliar oportunidades para o desenvolvimento das mulheres. Como sponsor do grupo de afinidade, vejo esses espaços como essenciais para impulsionar mudanças, promovendo debates que resultam em iniciativas concretas para a representatividade feminina na Companhia. A cada ação, reforçamos a importância de um ambiente onde mulheres tenham acesso a oportunidades equânimes. Um dos avanços



mais marcantes tem sido o desenvolvimento de talentos femininos e a construção de trajetórias mais equitativas na Companhia.”

Maria Cristina de Amarante Merçon, Diretora de Marketing, Fidelidade e Clientes e Sponsor, GPA pela Equidade de Gêneros

“Como sponsor do grupo Orgulho LGBTQIA+ GPA, vejo os grupos de afinidade como pilares essenciais para fortalecer uma cultura organizacional mais inclusiva e acolhedora. Meu papel é garantir que as vozes desse grupo sejam ouvidas e que suas necessidades sejam incorporadas às estratégias da Companhia. A participação ativa de todos(as) é fundamental para impulsionar mudanças reais e inspirar a valorização da diversidade. Um avanço importante foi a implementação de políticas mais assertivas de inclusão, refletindo nosso compromisso com a equidade e o respeito.”



Camila Silvestre de Melo, Diretora de Auditoria, Riscos, Controles e Forense e sponsor, Orgulho LGBTQIA+ GPA

“Acredito que espaços de escuta e aprendizado, como os grupos de afinidade, são fundamentais para promover um ambiente corporativo mais inclusivo. Esses momentos nos permitem conhecer de perto as realidades e vivências das pessoas, ampliando nossa compreensão e fortalecendo o respeito às diferenças. O GPA Madiba estimula o diálogo aberto e fortalece a construção de relações de aliados(as) envolvendo tanto pessoas negras quanto não negras no compromisso com a equidade racial. Criar esse espaço seguro para compartilhar histórias, reflexões e ideias contribui para o desenvolvimento de todos(as). Como liderança, reconheço a importância de estarmos sempre dispostos a ouvir, aprender e apoiar iniciativas que valorizem e promovam a diversidade.”



Renata Castiglioni Amaral, Gerente de Sustentabilidade, Diversidade e Investimento Social, sobre o GPA Madiba

EMBAIXADORES(AS) DA DIVERSIDADE

Em andamento há cinco anos está o programa EmbaixadorEs(As) da Diversidade, composto por pessoas que exercem o papel de influência positiva nos cinco pilares prioritários em nossas lojas e centrais de distribuição. Os(As) participantes se voluntariam ou são indicados(as), independentemente do cargo e/ou função, para ampliar o próprio conhecimento e promover a conscientização dos(as) colegas e líderes relacionados às temáticas de gênero, raça, promoção e respeito aos direitos LGBTQIA+, diversidade etária e inclusão e desenvolvimento de pessoas com deficiência por meio de rodas de conversas e cartazes informativos.

Em 2024, o programa superou a marca de mil embaixadores(as) inscritos(as). Para auxiliar os(as) novos(as) participantes, contamos com o Guia de Integração EmbaixadorEs(As) da Diversidade, disponível na plataforma da Universidade do Varejo GPA, com orientações sobre papéis e responsabilidades e acesso à trilha exclusiva para formação.

Durante a Quinzena da Diversidade e Sustentabilidade, realizamos o Dia dos(as) EmbaixadorEs(As), com reconhecimento aos(às) que se destacaram por ativações, comprometimento com o aprendizado e disseminação das pautas de diversidade, equidade e inclusão no ambiente de trabalho.

“ Ser embaixadora da diversidade é uma grande oportunidade de desenvolvimento pessoal e profissional, além de contribuir para a construção de um ambiente de trabalho mais diverso e inclusivo. Estou prestes a completar 18 anos na Companhia e ter acompanhado a evolução do programa de Diversidade desde o início é algo maravilhoso. Tive o prazer de ser reconhecida como embaixadora destaque a nível Brasil – uma experiência emocionante e sem preço.”



Marilza Pereira da Costa Santos, Atendente de Vinhos, Pão de Açúcar Guarujá (SP)

“ Ser embaixadora da diversidade me fez enxergar como a inclusão transforma realidades. Como fiscal da loja 1217 em Peruíbe (SP), fui reconhecida pelo meu atendimento às mães atípicas, garantindo um espaço acolhedor para elas e seus(uas) filhos(as). Aplicando os aprendizados do programa, reforcei na equipe a importância do respeito e da empatia, mostrando que um atendimento humanizado pode fazer toda a diferença na experiência de cada cliente.”



Alessandra Neves de Jesus, Fiscal de Caixa, Extra Mercado Peruíbe (SP), reconhecida via Crachá Dourado (saiba mais na página 19)



Embaixadores(as) da diversidade



Sobre este relatório

Mensagens da liderança

Identidade

Estratégia corporativa

Estratégia de sustentabilidade

Governança corporativa

Nossa gente

Cadeia de valor responsável

Impacto ambiental

Impacto social

Reconhecimentos

Anexos

EQUIDADE DE GÊNEROS

A Equidade de Gêneros é um tema que acompanhamos de perto, estabelecendo metas, compromissos e ações para garantir um ambiente em que homens e mulheres tenham oportunidades equânimes. Assinamos, em 2024, o Movimento Elas Lideram, do Pacto Global, e estamos cada vez mais próximos de alcançar nossa meta de 50% de mulheres em cargos de liderança até 2025 – em 2024, foi de 49,6%. **GRI 405-1**

Esses resultados refletem nossos compromissos e nossas políticas, como a Política de Atratividade e Seleção, que estabelece que pelo menos 1/3 da lista de finalistas para cargos de liderança seja composta por mulheres. Para garantir o cumprimento, adotamos uma abordagem estratégica, conduzindo processos seletivos com 100% de candidatas mulheres para posições de liderança, reforçando nosso compromisso com a equidade de gêneros em áreas estratégicas. Para cargos de sucessão, a política exige que, no mínimo, uma mulher esteja presente como candidata para as posições da alta liderança, consolidando nossa estratégia de desenvolvimento e promoção feminina.

Diferença salarial

Além do foco na equidade nas seleções e progressão de carreira, realizamos um acompanhamento contínuo da diferença salarial entre homens e mulheres. Esse monitoramento é parte de nossa estratégia para garantir que os salários sejam justos e compatíveis com as responsabilidades, sem discriminação. Em 2024, a diferença salarial entre homens e mulheres foi de 1,1%.



Colaboradoras da Central de Distribuição

Deixa com Elas: mês da mulher

Em março, celebramos o Dia Internacional da Mulher com o tema: Deixa com Elas: Homens e Mulheres juntos(as) pela Equidade de Gêneros. As iniciativas abordaram protagonismo feminino, liderança e marca pessoal, além de palestras sobre Produtividade sustentável e Jornada do bem-estar: desvendando os segredos do autocuidado. Para reforçar o protagonismo feminino, o Foco Semanal, agenda com toda a nossa liderança, foi conduzido exclusivamente por mulheres. No geral, contamos com mais de 4.500 participações de colaboradores(as). Ainda como parte das ações programadas, por meio do Colabora, programa de voluntariado interno, realizamos uma visita à instituição Afesu, uma das primeiras organizações sociais do

Brasil a oferecer educação e qualificação profissional de forma 100% gratuita para mulheres, de sete a 25 anos.

Outra ação foi o evento Mulheres de Proximidade em Ação, que reuniu líderes das nossas lojas Minuto Pão de Açúcar, Mini Extra e Pão de Açúcar *Fresh*. O encontro contou com apresentações sobre saúde e bem-estar, diversidade, *marketing*, ouvidoria e *compliance*. A marca Extra Mercado realizou ainda a campanha Juntas somos extrafortes, reforçando a importância da rede de apoio e a sororidade entre as mulheres. Já a marca Pão de Açúcar realizou a campanha Tempo das Mulheres que, dessa vez, trouxe destaque para as mulheres que atuam no cultivo, no negócio e na cultura do café.

Programa de Desenvolvimento de Mulheres e Liderança Feminina

De 2019 a 2024, mais de 2.700 mulheres foram impactadas por nosso Programa de Desenvolvimento da Liderança Feminina e Mulheres Não Líderes. Em sua sexta edição, a iniciativa incentiva mulheres na ambição de carreira, desenvolvendo as competências necessárias para as posições de comando nas lojas, nos escritórios ou nas centrais de distribuição. Das mulheres que participaram do treinamento, 29% foram promovidas no ano.

Esse programa apoia o desenvolvimento de competências como visão crítica, empoderamento feminino, conscientização sobre vieses inconscientes, valorização da sororidade e planejamento para crescimento profissional de nossas colaboradoras e está dividido em três frentes:

- **Empodera:** busca nivelar conhecimentos sobre temas relevantes para o desenvolvimento de competências e estimular o empoderamento feminino e a equidade de gêneros.
- **Ambição:** as participantes não líderes formadas pelo Empodera foram convidadas a participar da trilha de sustentação Ambição.
- **Sororidade:** as participantes líderes que concluíram a capacitação no Empodera foram convidadas a participar da trilha de sustentação Sororidade.

Além dos módulos, há rodas de conversa com participação de nossas diretoras.

Participação em eventos

Em 2024, participamos do painel Plano de Sucessão – Como Assegurar a Presença de Mulheres em Posições de Liderança?, promovido pelo Movimento Mulher 360°, associação da qual somos voluntariamente signatários desde 2016. O Movimento é composto por mais de 100 empresas comprometidas com o objetivo de acelerar o avanço da equidade de gêneros no segmento corporativo.



Encontro do Programa de Desenvolvimento de Mulheres

“ O Programa de Desenvolvimento de Mulheres no GPA é uma iniciativa incrível, que proporciona uma troca enriquecedora sobre diversos temas, como finanças, sororidade, imagem pessoal, entre outros. Participar desse programa trouxe uma verdadeira transformação no meu mindset, reforçando o quanto somos capazes de fazer a diferença no mundo. Participei ativamente dos encontros e aplico no meu dia a dia os aprendizados adquiridos. Tenho um orgulho imenso de fazer parte do GPA, uma empresa que genuinamente se preocupa com o desenvolvimento das mulheres. Além disso, o GPA reafirmou esse compromisso ao assumir publicamente a meta de alcançar 50% de mulheres na liderança até 2025 — e eu tenho a felicidade de fazer parte dessa jornada!”

Marcela de Medeiros, Consultora de RH



Compromisso com o combate à violência contra mulheres e meninas

Em 2024, reafirmamos nosso compromisso no combate à violência contra mulheres e meninas, promovido pela Coalizão Empresarial pelo Fim da Violência contra Mulheres e Meninas. Participamos da Vozes Entrelaçadas, campanha da Coalizão, compartilhando informações sobre a Lei Maria da Penha, os tipos de violência, o papel das empresas e os canais de suporte, como a assistente virtual Ângela, além da campanha dos 16 Dias de Ativismo pelo Fim da Violência contra as Mulheres, reforçando a conscientização e a ação no enfrentamento da violência de gênero. Pela nossa participação nessas campanhas, fomos reconhecidos entre as empresas signatárias que mais contribuíram para a mobilização empresarial e ampliação do impacto sobre o tema.

Também disponibilizamos guias informativos sobre o tema na Universidade do Varejo GPA para nossos(as) colaboradores(as) e nossos apps Pão de Açúcar Mais e Extra Mercado contam com banners #IsoladasSimSozinhasNão, que também dão acesso à assistente virtual Ângela. Mantemos ainda o canal de Serviço Social para apoio psicológico e orientação jurídica, com atendimento 100% gratuito e confidencial.

EQUIDADE RACIAL

Nosso quadro de colaboradores(as) contava com 14,4% de autodeclarados(as) pretos(as) e 48,2% pardos(as) em 2024. A equidade racial é um dos pilares prioritários em Diversidade, Equidade e Inclusão. Por todas as ações que estão sendo realizadas ao longo dos últimos anos, fomos destaque no Índice de Equidade Racial Empresarial (IERE) 2024, no 4º Fórum Internacional de Equidade Racial Empresarial, promovido pela Iniciativa Empresarial pela Igualdade Racial. Conquistamos o 1º lugar no Destaque Geral, além de liderar nos pilares de Recenseamento Empresarial, Recrutamento e Capacitação. O índice contou com a participação de 49 empresas signatárias. **GRI 405-1**

Fomos reconhecidos, pelo terceiro ano consecutivo, na premiação Melhores Empresas em Práticas e Ações da Diversidade, realizada pela Iniciativa Empresarial pela Igualdade Racial. Garantimos o segundo lugar na categoria Engajamento na Cadeia de Valor, que avalia projetos e iniciativas que contemplem políticas ou códigos de contratação de fornecedores(as) e prestadores(as) de serviços, considerando aspectos como inclusão e diversidade. O reconhecimento veio pelo *Workshop* com Prestadores(as) de Serviço de Segurança, realizado desde 2019. Participamos ao lado de outras 17 empresas, com mais de 75 projetos avaliados, abrangendo organizações de médio e grande portes de diversos segmentos.

Outro marco importante no ano foi a assinatura do [Movimento Raça é Prioridade](#), durante a Quinzena da Diversidade e Sustentabilidade. Esse compromisso público, promovido pelo Pacto Global da ONU, visa engajar 1.500 empresas no Brasil para garantir que 50% de seus cargos de liderança sejam ocupados por pessoas negras até 2030, compromisso que já possuímos todos os anos.

Conheça algumas de nossas iniciativas para a promoção da equidade racial:

Estágio afirmativo: lançamos a quarta seleção de estágio afirmativo, dedicada exclusivamente a candidatos(as) pretos(as) e pardos(as). Desde a primeira edição, 83 pessoas que se autodeclaram pretas e pardas já estagiaram conosco. A iniciativa conta com Trilha de Desenvolvimento dividida em três pilares: Competências GPA, Competências técnicas e Empoderamento racial. Nossos(as) estagiários(as) viveram ainda uma experiência imersiva em visita ao Museu Afro, em São Paulo, reconhecido por seu vasto acervo e pela forma como apresenta a trajetória do povo africano e afro-brasileiro.

Patrocínio de eventos: fomos uma das empresas patrocinadoras do evento II Imersão *Black Sisters In Law*, que teve como objetivo proporcionar aprendizados, conexão, *network* e impulsionar carreiras de juristas negras.

Capacitação e inclusão: para fortalecer a inclusão de pessoas negras no ambiente corporativo e ampliar oportunidades de desenvolvimento por meio de capacitação, contemplamos, em parceria com o Movimento pela Equidade Racial (Mover), mais de 540 colaboradores(as) negros(as) com cursos livres e de idiomas, mentorias personalizadas, bolsas de estudos para programas de pós-graduação e treinamentos especializados para o desenvolvimento de futuros(as) líderes. Todos(as) os(as) colaboradores(as) também puderam participar do Desafio do Mover, jogo com a missão de combater o racismo e atuar na transformação da sociedade.

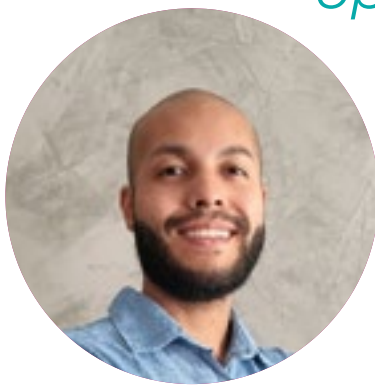


Visita da turma de estagiários(as) ao Museu Afro Brasil



Workshop com Prestadores(as) de Serviço de Segurança

“Participei do treinamento do Programa ProLíder em 2024, promovido pelo Instituto Four em parceria com o Mover. O programa proporcionou uma jornada transformadora, com conteúdo sobre liderança inclusiva e combate ao racismo. Essa vivência ampliou minha visão sobre o papel da liderança na promoção da equidade, destacando a importância de liderar com empatia, escuta ativa e responsabilidade social. Também fortaleceu minhas habilidades para implementar práticas mais inclusivas no ambiente corporativo, como a criação de espaços seguros para discussões sobre diversidade, o incentivo ao desenvolvimento de talentos diversos e a adoção de políticas que combatam a discriminação estrutural. Agradeço ao GPA por viabilizar essa oportunidade, que reforça nosso compromisso com a construção de ambientes profissionais mais diversos e justos.”



Douglas Nakagawa Prates, Auditor de Riscos

Além dos cursos em parceria com o Mover, disponibilizamos, em nossa Universidade do Varejo GPA, diversos conteúdos para promoção da equidade racial, tais como pílulas antirracistas, webseries e guias práticos que fomentam a conscientização e o engajamento dos(as) colaboradores(as) no tema.

Apoio ao afroempreendedorismo: ainda em parceria com o Mover, iniciamos a participação na plataforma Mover Negócios, que conecta empreendedores(as) negros(as) às áreas de compras de empresas comprometidas com uma cadeia de fornecedores(as) mais diversa. Em 2024, conversamos com alguns(umas) fornecedores(as) da plataforma e iniciamos uma relação comercial com a DaMinhaCor, passando a disponibilizar toucas que atendem diferentes tipos e volumes de cabelo em nossas operações, como afro e volumosos.

Workshop com Prestadores(as) de Serviço de Segurança: realizamos durante a Quinzena da Diversidade e Sustentabilidade o treinamento anual com 100% de nossos(as) prestadores(as) de serviço de segurança, com foco na promoção dos direitos humanos e combate ao racismo.

Semana da Consciência Negra: disponibilizamos para os(as) colaboradores(as) a segunda temporada da webserie #ArrasouNaConsciência – A Consciência Negra Começa em Nós, que reúne episódios com temas como: Consciência Negra é coletiva, Branquitude: Como pessoas brancas podem ser aliadas, saúde mental das pessoas negras e protagonismo negro. Os(As) integrantes do GPA Madiba visitaram a exposição Terra de Gigantes no Sesc Casa Verde e contribuíram para a construção do Guia Prático #ArrasouNaConsciência, que aborda temas como herança e identidade, colorismo e educação antirracista para crianças. Em parceria com o Instituto GPA, incentivamos doações para a Uneafro, organização que prepara jovens e adultos(as) negros(as) de escolas públicas para o Enem e concursos públicos via Stix.



- Sobre este relatório
- Mensagens da liderança
- Identidade
- Estratégia corporativa
- Estratégia de sustentabilidade
- Governança corporativa
- Nossa gente**
- Cadeia de valor responsável
- Impacto ambiental
- Impacto social
- Reconhecimentos
- Anexos

RESPEITO E PROMOÇÃO AOS DIREITOS LGBTQIA+

Nossa atuação na promoção dos direitos de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transexuais, *Queers*, Intersexos, Assexuais e mais (LGBTQIA+) não se limita ao Mês do Orgulho LGBTQIA+, celebrado em junho. Durante todo o ano, promovemos campanhas de conscientização e capacitações entre nossos(as) colaboradores(as). Com apoio do grupo de afinidade Orgulho LGBTQIA+ GPA, realizamos ações em datas como o Dia Internacional de Combate à LGBTfobia e os dias de Visibilidade Lésbica, Bissexual, Intersexo, Trans e Travesti. Como parte das celebrações do Mês do Orgulho LGBTQIA+, realizamos a palestra Orgulho em Foco: Saúde Mental e Inclusão LGBTQIA+, com o psicólogo Fabio Sobral e a palestra *Insights* corporativos por uma Drag, com Ikaro Kadoshi. Também reforçamos a importância dessas datas e incentivamos o acesso à nossa Política de Diversidade, Inclusão e Direitos Humanos, ao Guia da Pessoa Aliada LGBTQIA+ e à *webserie* Desconstruindo a LGBTfobia, com o jornalista Marcelo Cosme, disponíveis na Universidade do Varejo GPA.

Adotamos como prática a extensão dos direitos estabelecidos aos(as) cônjuges dos(as) colaboradores(as) de uniões homoafetivas em Convenção do Trabalho. Outra ação do ano foi o treinamento A palavra-chave é respeito!, conduzido pela equipe de Diversidade, Equidade e Inclusão com a liderança das lojas Pão de Açúcar, Extra Mercado, Minuto Pão de Açúcar e Mini Extra mapeadas como circuito da 28ª Parada do Orgulho LGBTQIA+ de São Paulo. O objetivo foi preparar os(as) gestores(as), gerentes regionais e chefes de áreas dessas lojas sobre o contexto histórico da Parada LGBTQIA+, comunicação inclusiva e nossas diretrizes a respeito de políticas e processos de combate à discriminação e de promoção do respeito aos direitos humanos.

Entre as iniciativas externas, destaca-se nossa participação no *workshop* sobre Atração e Permanência de Talentos LGBTQIA+, promovido pelo Instituto Mais Diversidade. O evento abordou a empregabilidade de pessoas trans, processo seletivo inclusivo, estratégias de atratividade, ambiente seguro e boas práticas de

mercado. Nossos times de Atratividade e Seleção e RH Integra também marcaram presença no Mutirão de Empregabilidade da Diversidade 2024, exclusivo para o público LGBTQIA+ que busca oportunidades de emprego. Foram atendidas mais de 50 pessoas, interessadas em integrar nosso time.

Pelo segundo ano consecutivo, fomos reconhecidos entre as 79 melhores empresas para profissionais LGBTQIA+ trabalharem, segundo a pesquisa HRC Equidade BR. O reconhecimento, concedido pela HRC *Foundation*, destaca as empresas que se comprometem com a promoção de ambientes de trabalho inclusivos e seguros para pessoas LGBTQIA+.

Mantivemos ainda o patrocínio à 10ª edição da Feira DiverS/A, promovida pelo Instituto Mais Diversidade, que se consolidou como o principal evento de conexão e articulação de oportunidades entre estudantes e profissionais LGBTQIA+ e empresas comprometidas com a promoção da diversidade e inclusão em seus times. Em 2024, a Feira reuniu mais de 560 participantes, em dois dias de evento. Como empresa apoiadora, mantemos nosso compromisso em fomentar a empregabilidade de pessoas LGBTQIA+, e encaminhamos vagas mensalmente para as pessoas inscritas — uma ação realizada em parceria com o time de Atratividade e Seleção e RH Integra.

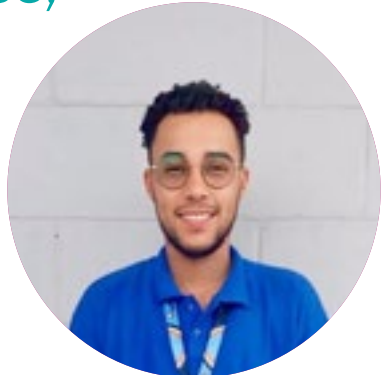
Pelo segundo ano consecutivo, participamos como apoiadores do projeto Orgulho do Meu RG, em parceria com a Bicha da Justiça, instituição responsável pela ação, que apoiou a retificação de nome e/ou gênero na certidão de nascimento dos(as) nossos(as) colaboradores(as) que se identificam como pessoas trans ou travestis. Com outras empresas patrocinadoras do projeto, participamos também de roda de conversa promovida pela Bicha da Justiça, com o tema Três Chaves da Diversidade na sua Empresa. A ação foi realizada em razão do Dia Internacional da Visibilidade Trans e Travesti e abordou estratégias para criar ambientes mais inclusivos.



Reunião do grupo de afinidade Orgulho LGBTQIA+ GPA com a Pepsico

“Estou muito feliz pela oportunidade e pela diferença que o GPA fez na minha vida. Graças ao projeto Orgulho do Meu RG, consegui retificar meu nome e, com isso, evitarei diversos constrangimentos no meu dia a dia.”

Vinicius Santos dos Santos, Operador de Caixa do Extra Mercado



DIVERSIDADE ETÁRIA

Enfrentamos o etarismo promovendo oportunidades para talentos em todas as fases da carreira, desde quem está começando até profissionais com mais de 50 anos. Nossa equipe é formada por 42% de pessoas com menos de 30 anos e 11,5% de profissionais com idade acima de 50 anos. **GRI 405-1**

Acreditamos que a troca intergeracional proporciona benefícios como aprendizado contínuo, inovação e criatividade, além de melhor desempenho, em um ambiente diverso e inclusivo. Sob essa visão, promovemos:

Programa de Estágio: aberto a jovens talentos e/ou a profissionais que buscam recolocação no mercado de trabalho, o programa é afirmativo e destinado a pessoas a partir de 18 anos que estejam cursando graduação, sem limite máximo de idade para participação ou preferência por determinada instituição de ensino ([mais informações na página 61](#)). Eliminamos a exigência de conhecimentos de língua inglesa e adotamos a metodologia de seleção oculta, em que os(as) gestores(as) desconhecem origens e características dos(as) candidatos(as), de forma a evitar a interferência de vieses inconscientes. Disponibilizamos uma trilha especialmente concebida para os(as) candidatos(as) selecionados(as), focada no início das carreiras, com conteúdo sobre Competências GPA, Competências Técnicas e Empoderamento Racial. Além disso, no pré-*onboarding* do Programa, fornecemos à liderança um *workshop* para auxiliar na construção de pontes com os(as) jovens da Geração Z, gerando maior sintonia entre as variadas gerações.

Em agosto de 2024, para celebrar o Dia da Pessoa Estagiária, preparamos junto aos(às) nossos(as) voluntários(as) do programa Colabora e o Instituto GPA, uma visita ao Grupo Vida Brasil, que atua com idosos(as), com foco na interação entre diferentes gerações.

Jovem Aprendiz: contamos com um time especializado para o recrutamento e a integração de jovens aprendizes. A Universidade do Varejo GPA disponibiliza o canal Meu Futuro, com curadoria de conteúdo para o Despertar, o Planejar e o Realizar dos(as) selecionados(as). Na plataforma também oferecemos a Jornada do(a) Aprendiz, com materiais exclusivos. Em 2024, 1.663 jovens aprendizes atuavam em nossas lojas, escritórios e centrais de distribuição.

Viva a Longevidade: nossos(as) colaboradores(as) com mais de 50 anos contam com o canal Viva a Longevidade, na Universidade do Varejo GPA. A plataforma dispõe de conteúdos sobre Carreira e Propósito, Saúde e Bem-estar e Planejamento e Finanças, entre outros materiais desenvolvidos por empresas especializadas em diversidade etária, como a Maturi.

Fórum Gerações e Futuro do Trabalho: sediamos o primeiro *workshop* do Fórum Gerações e Futuro do Trabalho, com o tema Aprendizagem Sociotécnica Intergeracional – Construindo Jornadas para Carreira e Pós-Carreira. O encontro reuniu empresas signatárias, representadas pelas áreas de Diversidade e Inclusão, Treinamento e Desenvolvimento e Recursos Humanos, para promover uma discussão sobre os compromissos do Fórum, com sugestões de como incorporá-los às políticas e às ações internas corporativas.

Ofertamos oportunidades e proporcionamos **evolução profissional** para colaboradores(as) de **diferentes faixas etárias:** desde quem está começando até os(as) que já passaram dos 50 anos





- Sobre este relatório
- Mensagens da liderança
- Identidade
- Estratégia corporativa
- Estratégia de sustentabilidade
- Governança corporativa
- Nossa gente**
- Cadeia de valor responsável
- Impacto ambiental
- Impacto social
- Reconhecimentos
- Anexos



Colaborador do Pão de Açúcar

INCLUSÃO E DESENVOLVIMENTO DE PESSOAS COM DEFICIÊNCIA

No fim de 2024 contávamos com mais de 1.600 colaboradores(as) com deficiência em nosso quadro funcional. Buscando fortalecer nosso compromisso com o desenvolvimento e a inclusão em todas as suas formas, realizamos ações e projetos que fomentam o tema, em parceria com instituições como o Instituto Jô Clemente. Com a aplicação da metodologia do Emprego Apoiado, colaboramos com a inclusão das pessoas com deficiência no mercado de trabalho.

Um dos destaques do ano foi o lançamento do Guia Prático de Atendimento à Pessoa com Deficiência, com orientações para um atendimento mais inclusivo e respeitoso. O material está disponível na Universidade do Varejo GPA e complementa o curso básico de Comunicação em Libras, que ensina sinais essenciais para o dia a dia. Essa iniciativa reforça nosso compromisso com a inclusão e apoia nossos(as) colaboradores(as) na construção de um ambiente mais acessível para todos(as).

“Minha experiência aqui está sendo ótima, as pessoas são acolhedoras, o time é unido e todos(as) se ajudam. Eu, como uma pessoa autista, ficava preocupada se eu me adaptaria e se minhas necessidades seriam entendidas pelos(as) meus(minhas) colegas. Aqui no GPA, todos(as) que trabalham comigo me entendem, me apoiam e estão dispostos(as) a me ensinar no dia a dia. Sinto que aqui posso evoluir e aprender, o que me traz felicidade e vontade de aprender cada vez mais.”



Aghata Monteiro Cavalcanti de Barros Pereira, Operadora de Perecíveis FLV na Central de Distribuição de Duque de Caxias

Mantivemos algumas ações de seleção, retenção e desenvolvimento de pessoas com deficiência:

PARCERIAS:

- **INSS:** mantivemos com o Instituto Nacional do Seguro Social (INSS) um Acordo de Capacitação Técnica para reinserção profissional. Por meio dele, beneficiários(as) em reabilitação profissional podem voltar ao mercado de trabalho, em funções distintas das que ocupavam anteriormente, atuando em nossas lojas, centrais de distribuição e áreas corporativas.
- **Centro de Apoio ao Trabalho e Empreendedorismo (Cate), serviço da Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Trabalho da Prefeitura de São Paulo:** nosso time de RH realizou processos seletivos para fomentar a empregabilidade de pessoas com deficiência e jovens aprendizes.
- **Instituto Jô Clemente:** realizamos em parceria com o Instituto processos seletivos presenciais voltados para a contratação de pessoas com deficiência. O Instituto atua por meio do propósito de promover a autonomia e inclusão das pessoas com deficiência intelectual, doenças raras e Transtorno do Espectro Autista (TEA). Além disso, em parceria com o Instituto, realizamos um treinamento voltado para capacitar lideranças, especialistas e demais colaboradores(as) das regionais da Região Nordeste do Pão de Açúcar e Extra Mercado, com o objetivo de promover um atendimento mais inclusivo e garantir um momento de compra mais acessível e acolhedor para pessoas com deficiência.
- **Campanhas de conscientização:** foram promovidas ao longo do ano em datas como o Dia Mundial da Conscientização sobre o Autismo, o Dia da Pessoa com Deficiência Física, Intelectual, Visual e Surda, o Dia Nacional de Luta das Pessoas com Deficiência e o Dia Universal de Libras.

PROGRAMAS DE APOIO À EMPREGABILIDADE E À INCLUSÃO

- **Você + 1 Talento:** nossos(as) colaboradores(as) podem indicar pessoas com deficiência para fazer parte do time ou integrar nosso banco de talentos.

- **Acompanhamento do ingresso dos(as) colaboradores(as):** após a contratação, as áreas de Atratividade e Seleção e Diversidade, Equidade e Inclusão acompanham os(as) recém-chegados(as) e seus(uas) gestores(as) por 90 dias. As equipes, nas quais os(as) novos(as) profissionais vão atuar, também recebem treinamento. O objetivo é compreender expectativas, identificar necessidades específicas e criar trilhas de carreira alinhadas aos interesses e aos talentos individuais.
- **Participação em eventos:** em comemoração aos 33 anos da Lei de Cotas PcD (24/7), a Câmara Paulista para Inclusão da Pessoa com Deficiência e suas empresas parceiras prepararam um evento para discutir o trabalho como um direito de todas as pessoas. Fomos representados no evento pelo time de Atratividade e Seleção, especialistas de RH e colaboradores(as) da bandeira Extra Mercado.
- **Bate-papo com lideranças:** a edição de setembro do Café com Liderança nas lojas do Pão de Açúcar, conduzido por gerentes regionais nas unidades, recebeu colaboradores(as) com deficiência para momentos de trocas, escuta ativa e acolhimento. Nos encontros foi destacada a importância de ouvir experiências dos(as) participantes em um diálogo aberto para que juntos(as) possamos contribuir para a construção de um ambiente mais diverso e inclusivo para todos(as). Ainda na Central de Distribuição, realizado pela Gerente de Operações Logísticas, o encontro reuniu colaboradores(as) com deficiência para falar sobre a importância da promoção da diversidade, equidade e inclusão e como podemos garantir o desenvolvimento de pessoas com deficiência em nossas operações e construir um espaço mais diverso e inclusivo para todos(as).
- **Acessibilidade nas lojas:** nossas unidades estão adaptadas nas mais diversas áreas (estacionamento, acesso à loja, salão de vendas, sanitários de clientes e espaços de uso comum dos(as) colaboradores(as)) para permitir o acesso de pessoas com deficiência e/ou mobilidade reduzida.

Atração e retenção de talentos

GRI 401-2



Sobre este relatório

Mensagens da liderança

Identidade

Estratégia corporativa

Estratégia de sustentabilidade

Governança corporativa

Nossa gente

Cadeia de valor responsável

Impacto ambiental

Impacto social

Reconhecimentos

Anexos

A seleção de nossos talentos é uma etapa importante para garantir a adesão dos(as) colaboradores(as) à nossa cultura e aos nossos valores, assim como para o alcance de resultados operacionais e econômicos sustentáveis. Procuramos garantir que as pessoas tenham orgulho de trabalhar conosco, razão pela qual oferecemos remunerações e benefícios compatíveis com o mercado, múltiplos benefícios¹ excluindo os usuais, além da possibilidade de desenvolvimento pessoal e de carreira, formando sucessores(as) que se tornarão nossos(as) futuros(as) líderes.

Adotamos um processo seletivo *on-line*, com divulgação das vagas em nossa Página de Carreiras, em que os(as) interessados(as) podem acompanhar as etapas e o andamento do processo para a vaga de seu interesse. Também participamos de feiras e eventos realizados por universidades e instituições a fim de atrair talentos. Valorizamos nossos(as) colaboradores(as) por meio de Processo de Seleção Interno (Prosin), Programa de Sucessão e Avaliação de Potencial. Em 2024, 17% das vagas foram preenchidas por pessoas de nosso quadro.

Entre os benefícios oferecidos para todos(as) os(as) colaboradores(as), além dos previstos em lei, destacamos a extensão da licença-maternidade para 180 dias, da licença-paternidade para 20 dias e da licença parental para colaboradores(as) homoafetivos(as), bem como nossos [programas de saúde e bem-estar](#). Oferecemos assistência médica e odontológica extensiva a dependentes. Para o(a) titular, custeamos 100% do plano e, para o(a) dependente, colaboramos com um percentual. Um benefício opcional é o de previdência privada para aqueles(as) que desejam fazer um planejamento financeiro para a realização dos seus projetos de vida.

¹ Alguns benefícios podem variar dependendo da localidade, devido à disponibilização do benefício e das operadoras dos serviços.

Temos ainda a GPAtiva (Cooperativa de Crédito) que oferece acessibilidade a crédito, de forma justa, promovendo educação financeira e finanças sustentáveis por meio de benefícios diversos, focados nos pilares de saúde, educação, moradia e apoio financeiro. Entre eles, estão:

- **Bolsas de estudo com até 80% de desconto para colaboradores(as)** associados(as) e dependentes;
- **Reembolso de até R\$ 350,0, promovendo saúde visual**, para apoiar na compra de óculos ou lentes de contato;
- **Reembolso de até R\$ 6.000,0 na compra de dispositivos assistidos** (aparelhos auditivos, próteses e órteses, cadeira de rodas, entre outros), promovendo saúde física e qualidade de vida aos(às) colaboradores(as) com deficiência;
- **Auxílio financeiro de R\$ 85,0, por dependente em período escolar (entre quatro e 18 anos)**, para a compra de material escolar dos(as) filhos(as) e dependentes legais dos(as) colaboradores(as) associados(as);
- **Pagamento integral da inscrição (até R\$ 100,0) do 1º Enem**, para os(as) dependentes legais entre 17 e 18 anos para auxiliar no ingresso na graduação;
- **Subsídio com pagamento integral de vacina e aplicação, durante a campanha de vacinação anual**. Colaboradores(as) associados(as) têm a vacina paga pela própria GPAtiva. A imunização geralmente é feita contra a gripe com as vacinas tri ou tetravalente, mas pode variar de acordo com a necessidade;



Colaboradora do Mini Extra

- **Parcerias e convênios com descontos em diversos produtos e serviços focados em saúde** (consultas e exames laboratoriais), **moradia** (materiais e mão de obra para reformas residenciais), e **educação** (parceria com instituições de ensino);
- **Crédito pessoal, com taxas abaixo do mercado, e liberação em até dois dias úteis**, para assistir diversas necessidades, de forma rápida e justa;
- **Auxílio de cesta de Natal** para apoiar na compra de produtos natalinos para a ceia familiar;
- **Seguro de vida com cobertura adicional**, para proteção e apoio ao(à) familiar, em caso de falecimento do(a) colaborador(a) associado(a);
- **Promoção de reserva financeira para o futuro**, por meio da contribuição de 1% do salário, limitado a R\$ 100,0 mensais, cumulativos no CPF de cada colaborador(a) associado(a);
- **Trilhas de saúde financeira e finanças pessoais**, para promoção da educação quanto a esse tema.

PROGRAMA DE *TRAINEES* **GRI 404-2**

Como parte do nosso projeto estratégico de talentos e com o objetivo de fomentar o desenvolvimento de futuros(as) líderes no varejo alimentar brasileiro, relançamos em 2024 o Programa de *Trainee* GPA. Recebemos cerca de 7 mil inscrições e realizamos a seleção sem a visualização do currículo, ou seja, sem considerar a universidade de origem dos(as) candidatos(as). Como resultado, selecionamos, entre os dez *trainees*, 50% de mulheres e 40% de pessoas pretas e/ou pardas.

Nosso programa conta com trilha de desenvolvimento composta por integração, rodízio de áreas, desenvolvimento de projetos, mentoria com nossos(as) diretores(as), avaliação de desempenho e acesso à plataforma de desenvolvimentos técnico e comportamental.

Na primeira etapa do programa, os(as) *trainees* conheceram nossas operações e a rotina de gestores(as) e lojas, processos, reuniões e indicadores. Na fase de *job rotation*, passaram algumas semanas em cada bandeira: Pão de Açúcar, Extra Mercado, Minuto Pão de Açúcar, Mini Extra e Pão de Açúcar *Fresh*, além de se conectarem com o núcleo de RH e a Central de Distribuição. Os(As) *trainees* também participaram de uma edição do *Picker Day*, para conhecer a operação digital, e realizaram atividades de selecionadores(as) das compras do e-commerce.



Turma de *trainees* do GPA

“ O GPA é dono de uma cultura sólida e tradição incontestável no varejo alimentar. É uma honra fazer parte do retorno do programa de trainees, especialmente após mais de uma década da edição anterior. Nossa trilha de desenvolvimento foi muito bem planejada, proporcionando pautas enriquecedoras com a alta liderança, momentos diversos de imersão na cultura e no negócio da Companhia, além de agendas robustas de treinamento e desenvolvimento pessoal e profissional. Alguns dos grandes marcos dessa experiência até agora: vivenciar

um importante momento de fortalecimento cultural e estratégico da organização, conhecer o dia a dia da operação na prática (lojas e CDs) e vivenciar o job rotation, agora no corporativo, em projetos integrados aos pilares estratégicos. Sou muito feliz por essa oportunidade no GPA, que representa o maior salto de desenvolvimento da minha carreira até aqui. Um lugar rico em diversidade, inclusão, em que posso ser quem sou e trabalhar em linha com os meus valores.”

Larissa Hatano, *Trainee*





Desenvolvimento e **capacitação**

GRI 404-2

Anualmente, realizamos o Ciclo de Desempenho e Desenvolvimento – Avance, um processo essencial para impulsionar o crescimento da nossa gente. Avaliamos a aderência dos(as) colaboradores(as) às competências esperadas, analisamos seu desempenho em entregas e resultados, identificando oportunidades de desenvolvimento.

Por meio do Avance, mapeamos capacitações técnicas e comportamentais necessárias, reconhecemos méritos e promoções e, principalmente, fortalecemos a cultura do *feedback* contínuo, garantindo que cada colaborador(a) tenha clareza sobre seu papel, metas e oportunidades de evolução.

ETAPAS DO CICLO DE DESEMPENHO E DESENVOLVIMENTO – AVANCE

Avaliação: por meio de um formulário no sistema Avance, os(as) colaboradores(as) fazem a autoavaliação e os(as) líderes avaliam as competências dos(as) colaboradores(as) do seu time. Além disso, gestores(as) realizam o mapeamento do time em quatro classificações, de acordo com o desempenho demonstrado: Inconsistente, Parcialmente Consistente, Consistente e Destaque.

Comitê de Carreira (calibração): um fórum colegiado analisa cada colaborador(a) individualmente, ampliando a visão sobre suas entregas, seus comportamentos e seu potencial de desenvolvimento.

Fechamento de metas e PPR: 20% do Painel de Metas e do Programa de Participação nos Resultados (PPR) é discricionário, considerando tanto o desempenho do(a) avaliado(a) quanto a discussão no comitê.

Devolutiva (*feedback*): cada colaborador(a) recebe um *feedback* estruturado, com *insights* sobre sua *performance*, seu reforço ou ajustes de comportamento, alinhamento de expectativas e suporte para a construção do Plano de Desenvolvimento Individual.

No lançamento do Ciclo de Desempenho e Desenvolvimento ofertamos a palestra Avance com Propósito: Protagonismo e Desenvolvimento, conduzida pela consultoria *Great People Leadership*, para 100% de nossos(as) colaboradores(as). A partir dos resultados, criamos trilhas de desenvolvimento personalizadas para os(as) profissionais que se destacaram, além de embasar decisões estratégicas sobre nosso time.

Mantemos também o Programa de Sucessão, que cumpre papel estratégico ao preparar nossos(as) futuros(as) líderes. A iniciativa visa criar um banco de talentos interno e capacitar os(as) colaboradores(as) para trilharem uma jornada de desenvolvimento de carreira. Aplicado pela Universidade do Varejo GPA, em 2024 participaram 18 turmas, com 543 pessoas, das quais 75% conquistaram novos cargos. Por já terem integrado processo seletivo e formação, os(as) sucessores(as) são os(as) primeiros(as) candidatos(as) às vagas de liderança. O programa abrange as bandeiras Pão de Açúcar, Minuto Pão de Açúcar, Extra Mercado, Mini Extra e Pão de Açúcar *Fresh*.



Sobre este relatório

Mensagens da liderança

Identidade

Estratégia corporativa

Estratégia de sustentabilidade

Governança corporativa

Nossa gente

Cadeia de valor responsável

Impacto ambiental

Impacto social

Reconhecimentos

Anexos

Outra ação em andamento é a Jornada da Liderança, direcionada a profissionais que ocupam cargos de liderança de Operações. Em 2024, realizamos jornadas com os(as) chefes e encarregados(as) de centrais de distribuição, com chefes de seção das bandeiras Pão de Açúcar e Extra Mercado e com os(as) gestores(as) de loja e chefes de área do Minuto Pão de Açúcar e Mini Extra. Desenvolvida pela Universidade do Varejo GPA, a jornada tem o propósito de potencializar o exercício de liderança nas lojas, abordando temas de gestão de pessoas e estratégias de negócio. No ano, foram mais de 260 turmas destinadas a mais de 4.500 participantes em encontro único.

Jornada de trabalho – Em 2024, promovemos uma ação de desenvolvimento para todos(as) os(as) líderes sobre Jornada de trabalho, com foco em garantir que todos(as) os(as) colaboradores(as) realizem uma jornada que respeite suas escalas, atividades e responsabilidades, contribuindo para o aumento da satisfação no trabalho e minimizando impactos negativos na vida pessoal dos(as) colaboradores(as), além de prevenir possíveis questões trabalhistas. Ao todo foram mais de 5 mil participantes em 33 turmas, totalizando uma adesão de 95% da liderança.

Papo de carreira – Programa de mentoria que conecta colaboradores(as) a líderes de áreas para troca de conhecimento e experiência sobre carreira. Em 2024, a iniciativa contou com 50% de participação feminina entre os(as) mentores(as) disponíveis na plataforma. O programa reuniu mais de 70 mentores(as) voluntários(as) e mais de 190 mentorados(as), em mais de 600 encontros. A novidade do ano foi a revitalização da página, mais dinâmica e intuitiva, para agendamento das conversas com os(as) líderes. Além disso, os(as) gerentes de lojas também puderam agendar conversas. O programa tem sido bem avaliado pelos(as) participantes, com NPS de 97.

Dia do desenvolvimento – Programa de autodesenvolvimento contínuo que capacita nossos(as) colaboradores(as) em temas comportamentais e técnicos, alinhados às necessidades do negócio. O objetivo é fortalecer habilidades e conhecimentos, permitindo que nossa gente contribua de forma ativa e significativa para o sucesso dos negócios. Os encontros ocorrem mensalmente, sendo

que os(as) colaboradores(as) têm a liberdade de se inscrever de acordo com sua afinidade com os temas propostos. O programa oferece diversos formatos, como *workshops* interativos, palestras com especialistas, dinâmicas presenciais e *on-line*, além do CineGPA, uma abordagem inovadora que utiliza filmes para debater e capacitar em temas específicos. Em 2024, realizamos 36 ações, alcançando mais de 2.900 participações, números que refletem o engajamento e o comprometimento de nossa equipe com o crescimento contínuo e a excelência profissional.

Formação técnica – Inauguramos, em 2024, a primeira Loja Formadora exclusiva para os times Pão de Açúcar *Fresh*. Ela está situada na unidade João Dias, que passou a contar com estrutura e time dedicados à formação técnica dos(as) recém-admitidos(as).

Uma ação que tem funcionado muito bem na formação técnica de todas as bandeiras são as Pílulas de Conhecimento – projeto desenvolvido há dois anos no qual foram produzidos mais de 1 mil publicações com dicas e orientações sobre produtos e vendas de cada área. São materiais didáticos sobre aplicação e reforço do padrão operacional, conhecimento técnico, dicas de produtos e outras informações.

Entre os treinamentos técnicos desenvolvidos ao longo do ano, destacam-se ainda o mutirão de capacitação, com foco em padaria, para mais de 150 gestores(as) de lojas Minuto Pão de Açúcar, Mini Extra e Pão de Açúcar *Fresh*; e o treinamento da primeira turma de especialistas de perecíveis, na unidade Pão de Açúcar Ricardo Jafet.



Colaboradores(as) do time de Formação técnica

UNIVERSIDADE DO VAREJO GPA GRI 404-1

Nossa plataforma *on-line* Universidade do Varejo GPA oferece mais de 5 mil conteúdos para os(as) colaboradores(as), agrupados em diferentes canais, como a Uniflix, com *webseries* diversas, o Portal GPA pela Diversidade e o Canal Lidera, dedicado às lideranças. Também reúne alguns de nossos treinamentos obrigatórios, como Código de Ética, Abordagem em Loja, Procon Racial, Cliente Mais e Semana Interna de Prevenção a Acidentes de Trabalho (Sipat); e capacitações técnicas e processos, além de tendências de varejo e temas comportamentais.

Com foco no digital, disponibilizamos o *Blog* Super-E, que oferece conteúdos práticos e relevantes para aprimorar o atendimento dos nossos times de *e-commerce*, desde o sistema de pedidos até entrega e pós-venda. Há ainda o treinamento de Gerentes Digitais, com videoaulas objetivas com funcionalidades e orientações para alavancar as vendas e os resultados com produções simples de *marketing* digital.

Em 2024, promovemos mais de 689 mil horas de capacitação para 39.320 colaboradores(as), o que representa uma média de 17,5 horas por profissional. Do total, 77% das capacitações foram realizadas presencialmente e 23% por meio *on-line*.

“Fazer parte da universidade como colaborador, mas também como aluno, foi crucial para meu desenvolvimento. Os treinamentos me proporcionaram domínio nas ferramentas, permitindo análises eficientes e criação de relatórios impactantes. Em decorrência disso, tornei-me um profissional mais estratégico. Hoje sinto que sou capaz de contribuir muito mais com a área e com a Companhia. Fácil acesso ao conhecimento é essencial para o crescimento de uma empresa e seus(uas) colaboradores(as). Com a plataforma da Universidade do Varejo GPA, vejo que possibilita fácil acesso aos conteúdos para o desenvolvimento de diversas competências que podem auxiliá-los(as) dentro e fora do GPA.”



Rafael Vieira, Analista de RH Sr.

TREINAMENTO DOS(AS) EXECUTIVOS(AS)

Em 2024, promovemos a formação do Programa *Master GPALID* para um grupo de executivos(as) selecionados(as) pela Diretoria, em parceria com a instituição *ISE Business School*. O curso teve seis módulos, abordando temas exclusivos de negócio, e metodologia de *cases*. Além da formação *in Company*, alguns(umas) participantes foram selecionados(as) para realizar mentoria com a nossa Diretoria-Executiva, com o objetivo de desenvolver competências primordiais para a sustentação do nosso negócio. A mentoria é composta por oito sessões, que já iniciaram e serão finalizadas em 2025.

AÇÕES DE DESENVOLVIMENTO

Entre as capacitações realizadas na Universidade do Varejo GPA em 2024, destacam-se:

DNA Comercial: destina-se à formação de multiplicadores(as) da área Comercial, abordando as etapas e os objetivos da negociação, zona de acordo possível, melhor alternativa sem acordo, técnicas de influência e de perguntas para negociação avançadas; e prática de táticas, concessões e resoluções de impasses e conflitos.

Eiro Vendedor: apresenta uma iniciativa estratégica para impulsionar as vendas e elevar a experiência do(a) cliente nas seções de perecíveis das bandeiras Extra Mercado e Pão de Açúcar. A partir da capacitação, o programa transforma a abordagem dos(as) profissionais, convertendo um atendimento mecânico em uma venda consultiva e proativa. Inicialmente o programa foi aplicado na escola de formação de Eiros e em 17 lojas-piloto, totalizando mais de 280 colaboradores(as) capacitados(as) em 36 turmas.

Transformando Perdas em Resultados: como parte da nossa estratégia no combate às quebras, realizamos duas turmas com os(as) coordenadores(as) e os(as) especialistas de Prevenção de Perdas para falar da importância da análise, da persuasão e do protagonismo e o papel que desempenham nessa ação. Foram totalizadas mais de 350 horas de treinamento, com 44 colaboradores(as) participando presencialmente.

Combate às Quebras no Caixa (CQC): orienta sobre os principais procedimentos e rotinas da frente de caixa com o objetivo de evitar erros que podem causar problemas no estoque da loja. O curso foi concluído por mais de 1 mil colaboradores(as).

Ergonomia para Operadores(as) de Checkout: dissemina conhecimento sobre ergonomia para melhorar a saúde e o bem-estar do(a) operador(a) de *checkout*.



Colaboradora do Mini Extra

Saúde, segurança e bem-estar

GRI 403-1 | 403-2 | 403-4 | 403-7

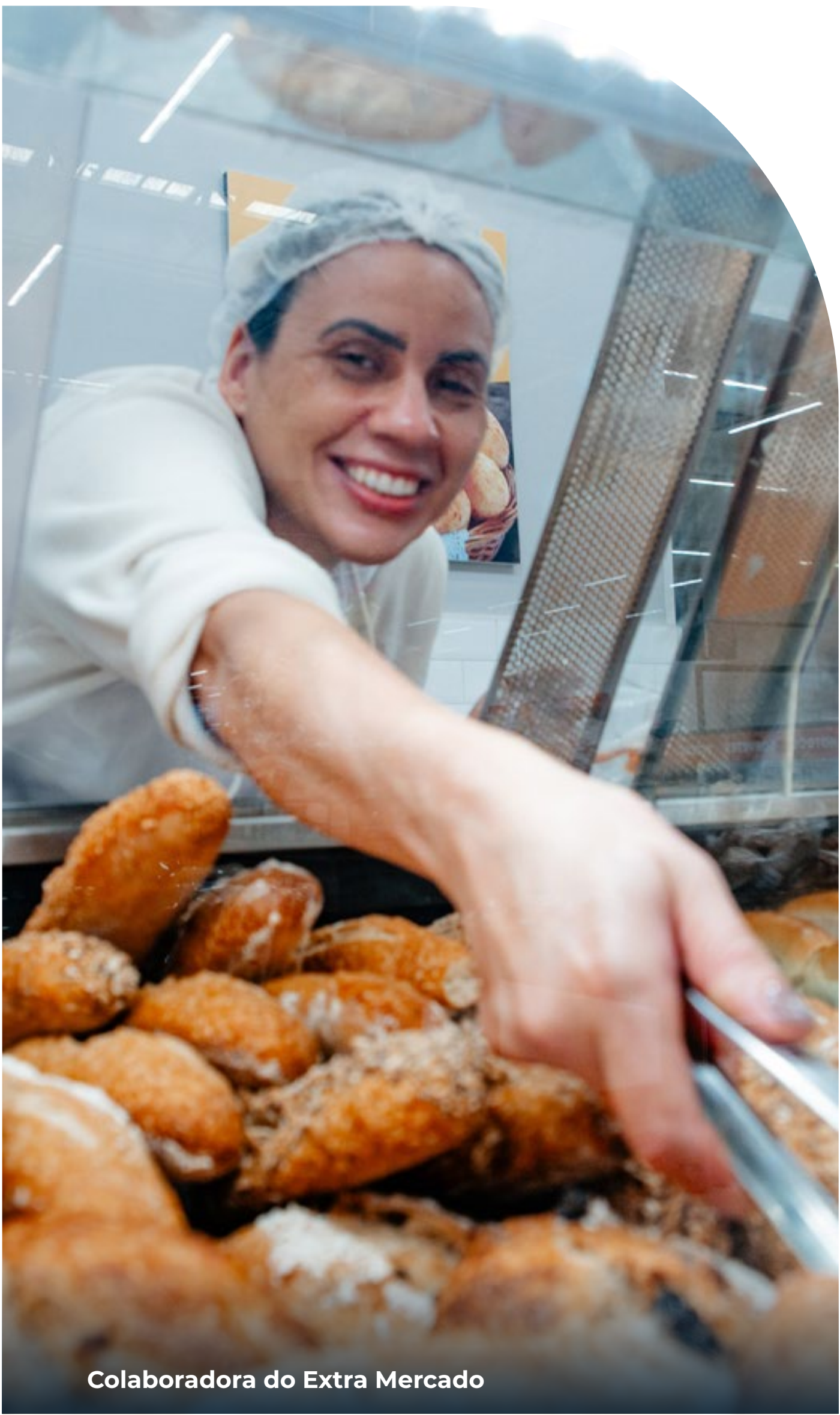
Buscamos consolidar a cultura de saúde e segurança e atingir zero acidente, adotando gestão estruturada, com práticas alinhadas às exigências legais e ao compromisso de garantir a proteção dos(as) colaboradores(as) próprios(as) e terceiros(as). Nesse sentido, consideramos que promover a segurança é uma atribuição de todos(as), que devem conhecer e atuar seguindo nossas Sete Regras de Ouro.

REGRAS DE OURO

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



Operador de empilhadeira na Central de Distribuição



Colaboradora do Extra Mercado

Mantemos uma série de ações e programas para gerenciar riscos ocupacionais inerentes de nossas operações, como atuação em câmaras frias, padarias e manuseio de máquinas. Além de controles como dispositivos de segurança, treinamentos contínuos, exigência de uso de Equipamentos de Proteção Individual (EPIs), mantemos Sistema de Gestão em Saúde e Segurança do Trabalho que abrange a todos(as) os(as) colaboradores(as), próprios(as) e terceirizados(as), de todas as unidades operacionais, atendendo a Normas Regulamentadoras (NRs) do Ministério do Trabalho e Emprego¹. Por meio do Sistema, realizamos a gestão de indicadores, criamos parâmetros de *status* e utilização de serviços e, assim, aperfeiçoamos continuamente nossas ações. Assim, nossa estrutura de saúde e segurança cobre 100% das operações, garantindo proteção integral a todos(as) os(as) envolvidos(as), não há trabalhadores(as), atividades ou locais de trabalho excluídos(as). **GRI 403-8**

Dispomos de Programa de Gerenciamento de Riscos Ocupacionais (PGR) para gestão de situações de risco por meio de aplicação da hierarquia de controles, inspeções regulares, capacitação profissional e monitoramento das condições de trabalho. Também acompanhamos e registramos controles de segurança e saúde por meio de *softwares*, garantindo que fornecedores(as) e seus(uas) colaboradores(as) atendam a todos os requisitos legais e normativos antes de iniciarem suas atividades em nossas instalações. Com o mesmo propósito, realizamos inspeções e auditorias para ações corretivas e preventivas.

Os perigos que apresentam risco de acidentes de trabalho com consequências graves são identificados por meio de visitas técnicas realizadas pelo(a) Técnico(a) de Segurança do Trabalho. Durante essas visitas, é feito um levantamento detalhado de perigos e riscos presentes no ambiente laboral. Em casos de situações de risco grave e iminente, são fornecidas orientações imediatas para garantir a segurança dos(as) colaboradores(as). Também orientamos os(as) gestores(as) a assumirem um papel protagonista em segurança, promovendo uma cultura preventiva em suas equipes. A identificação de riscos ocorre ainda com a atuação de Comissões Internas de Prevenção de Acidentes (Cipas), da Ouvidoria e do Atendimento de Serviço Social, além das áreas de apoio, como o Serviço Especializado em Engenharia de Segurança e Medicina do Trabalho (Sesmt).

¹ Entre os(as) trabalhadores(as) terceiros(as), aproximadamente 7.734 possuem documentação válida para serviços esporádicos de manutenção (serviços de manutenção temporários, obras para reformas, instalação de equipamentos, entre outros), e aproximadamente 5 mil trabalhadores(as) em serviços como limpeza, segurança, manutenção e *merchandising*.

A rotina das equipes inclui a elaboração de Relatórios de Segurança do Trabalho (RSTs) a partir de vistorias periódicas nas operações. Com a utilização de um *checklist*, técnicos(as) em segurança classificam os espaços de acordo com o seu nível de criticidade e identificam oportunidades de correções e/ou melhorias. Em 2024, nossas inspeções técnicas totalizaram 1.067 RSTs que variam de 0% a 100%, sendo que quanto mais próximo de 100%, mais adequado. Nossa meta é que todas as lojas estejam acima de 85% no atendimento aos requisitos de segurança e saúde. No ano atingimos uma média de conformidade de 66%.

Como parte de nossa agenda, realizamos ainda os Diálogos de Segurança, encontros que ocorrem virtualmente nas lojas ou presencialmente nas centrais de distribuição, em que discutimos formas de prevenir acidentes, apresentando situações de risco. Adicionalmente, adotamos sistema de biometria para Registro de Coleta de Equipamentos de Proteção Individual (EPIs), em que os(as) profissionais registram suas digitais ao receber os EPIs, gerando mais controle nas entregas desses materiais.

MELHORIA CONTÍNUA EM SEGURANÇA

Os resultados dos processos de identificação, avaliação e controle de perigos e riscos são a base para a revisão contínua de nossas práticas de saúde e segurança. A partir deles são elaborados planos de ação para mitigar os riscos identificados, atualizando procedimentos, aprimorando treinamentos e reforçando o cumprimento das NRs. O monitoramento contínuo da eficácia das ações corretivas é realizado por meio de indicadores de segurança, avaliados semanalmente. Também temos uma agenda mensal com os(as) *Business Partners* (BPs) e gestores(as) operacionais para discussão de incidentes e proposição de soluções para dirimir riscos. Esse ciclo contínuo de análise, ação e revisão nos permite identificar as melhorias necessárias e, proativamente, promover ajustes que possibilitem a evolução de nossos processos de segurança.

CAPACITAÇÃO EM SAÚDE E SEGURANÇA DO TRABALHO **GRI 403-5**

Nossa cultura de prevenção de acidentes inclui ações de capacitação em saúde e segurança do trabalho e treinamentos específicos, conforme exigido pelas NRs aplicáveis às nossas atividades. Todos(as) os(as) recém-admitidos(as) recebem acesso à plataforma da Universidade do Varejo GPA, que conta com conteúdos completos e interativos sobre saúde e segurança no trabalho com trilhas específicas de acordo com a função.

Em 2024, destacam-se o treinamento promovido pelo time do Sesmt Rio de Janeiro para qualificar a equipe na avaliação dos trabalhos em altura e o destinado a gerentes e coordenadores(as) sobre a importância de promover um ambiente de trabalho saudável, feliz, seguro e respeitoso para todos(as), além do novo treinamento obrigatório sobre a Norma Regulamentadora 1 (NR-1).

EMBAIXADORES(AS) DE SAÚDE E BEM-ESTAR

Os(As) integrantes da Cipa, do Sesmt e voluntários(as) têm como principal papel cuidar da nossa gente, desenvolvendo e implementando estratégias para assegurar tanto a saúde mental, quanto física dos(as) nossos(as) colaboradores(as). Isso inclui promover os benefícios e serviços disponíveis, além de propor inovações que possam melhorar ainda mais o ambiente de trabalho.

CUIDADO COLETIVO **GRI 403-3 | 403-6**

Nossa Semana Interna de Prevenção aos Acidentes de Trabalho (Sipat) teve como tema A segurança no trabalho começa por você!. O propósito foi reforçar a responsabilidade individual e fortalecer a cultura de cuidado e bem-estar. Além de palestras, divulgamos o *podcast* Cuidando de Nossa Segurança. As ações mobilizaram 5.913 colaboradores(as).

“A Sipat 2024 foi um momento especial para reforçarmos a saúde e segurança como parte da nossa cultura aqui no GPA. Foi incrível ver como conseguimos trazer informações importantes, conscientizar sobre os riscos e, principalmente, motivar todos(as) a adotarem o comportamento seguro no dia a dia. Afinal, cuidar de quem cuida do(a) cliente é a nossa missão. Nesta edição, fizemos algo novo, com o primeiro podcast do Sesmt e encontros ao vivo com os(as) nossos(as) especialistas, além de uma programação cheia de palestras, dinâmicas e gamificação. Discutimos temas que são essenciais para o nosso dia a dia, como a cultura de segurança, saúde mental e comportamento seguro, tudo com o objetivo de criar um ambiente mais seguro e saudável para todos(as).”



Rebeca Teles, Engenheira de Segurança do Trabalho

Com foco na saúde, seguimos anualmente um cronograma de exames específicos para cada função, permitindo um acompanhamento mais próximo dos(as) colaboradores(as) e a oferta de orientações personalizadas. As colaboradoras são beneficiadas por parceria com laboratório especializado em cuidados femininos, o Femme.

Por tratarmos a saúde e o bem-estar dos(as) colaboradores(as) como prioridade, contamos com ambulatórios especializados, além de mantermos contrato com clínicas de medicina ocupacional em todos os municípios com operações. Possuímos equipe qualificada, formada por médicos(as) do trabalho, enfermeiros(as) e psicólogos(as), e realizamos auditorias e monitoramentos contínuos para reforçar a excelência e adequação dos atendimentos. Em nossa sede, em São Paulo (SP), dispomos do Espaço de Saúde e Bem-estar, com consultórios médico e psicológico, além de ambiente para prática de atividades de relaxamento. Nas outras unidades, médicos(as) de saúde integrativa oferecem consultas assistenciais, encaminhamentos, solicitações e retorno de exames, avaliação de bioimpedância, entre outros, de forma *on-line*. Adicionalmente, todos(as) os(as) colaboradores(as) de tempo integral recebem benefícios para realizarem atividades físicas por meio de parcerias mantidas com plataformas como *WellHub* e *TotalPass*. Nosso time e seus(uas) familiares podem contar ainda com o atendimento gratuito do Serviço Social do Comércio (Sesc).

Outras ações integram nosso conjunto de compromissos com o bem-estar dos(as) colaboradores(as), entre elas:

Psicoterapia – Oferecemos atendimento psicossocial gratuito aos(as) colaboradores(as) e familiares, 24 horas por dia por telefone, para auxiliar na resolução de questões relacionadas a saúde, bem-estar e acesso a serviços. Contamos também com atendimentos presenciais em nossa sede e em duas centrais de distribuição em São Paulo (SP). O Atendimento Psicológico Breve visa ao acolhimento de questões emocionais e psicológicas da pessoa. Em 2024, 644 profissionais foram atendidos(as) de forma presencial e 3.026 acolhidos(as) via telefone.

Programa Gestar – Oferece às colaboradoras e dependentes gestantes acesso à equipe multidisciplinar de profissionais de saúde que, em 2024, proporcionaram atendimento prioritário e orientações a 250 futuras mães. No âmbito do programa foi promovida a palestra Saúde Física e Emocional: da Gestação ao Puerpério, ressaltando a importância do autocuidado para gestantes e puérperas.

Uma novidade do ano foi termos passado a oferecer às gestantes cadastradas descontos de 25% em fraldas, toalhas umedecidas, hastes flexíveis, algodão e lava roupas da nossa marca própria e exclusiva Qualitá, e de 20% nos produtos para bebês de outras marcas.

Mantivemos também a oferta do Cartão Mamãe a mais de 1.278 mulheres que recebem salário até R\$ 3 mil. A ajuda é de R\$ 154 mensais para a compra de produtos básicos de alimentação e higiene para as crianças entre seis meses e dois anos incompletos.

“ O Programa Gestar me surpreendeu positivamente em vários sentidos. No final da gestação pude contar com o estacionamento no prédio da sede, evitando um deslocamento mais longo. Ao retornar de licença-maternidade, que requer uma série de adaptações à nova rotina, contar com o espaço mamãe foi essencial para manter o aleitamento materno do meu pequeno.”

Fernanda Baptista, Arquiteta



Paternidade Ativa – Incentivamos nossos colaboradores que têm filhos(as) a exercer a paternidade ativa, fortalecendo seus vínculos familiares e assumindo postura corresponsável na criação dos(as) filhos(as). Realizamos a palestra Um pai presente muda tudo, com o profissional Vinicius Bretz, da consultoria Filhos no Currículo, sobre temas como paternidade e economia do cuidado, habilidades parentais e seus impactos positivos na carreira e paternidade e masculinidade saudável, entre outros. Em parceria com a consultoria, também disponibilizamos a *webserie* Parentalidade e Família, que aborda planejamento, conciliação de filhos(as) e carreira, parentalidade e desenvolvimento da criança.

Cuida GPA – Desde 2023, nossa iniciativa de saúde integral, o Cuida GPA, nos permitiu realizar atendimentos de grande impacto. Em nossa sede demos andamento também ao Circuito de Saúde, antes das Reuniões Mensais de Resultados (RMRs). Promovemos a aferição de pressão, glicemia e acuidade visual. A ideia é estimular a cultura de prevenção, por meio do envolvimento das principais lideranças com o tema.

Campanhas de vacinação e saúde – Anualmente, realizamos campanha de vacinação contra gripe H2N3, e, em 2024, atingimos 46% do público-alvo.

Ações de incentivo - Aplicamos protocolo de saúde e segurança relacionado a doenças respiratórias, que contempla incentivo à imunização e à adoção de medidas preventivas. Em comemoração ao Dia Mundial da Saúde (7/4), promovemos o *Gympass Day*, para estimular a prática de atividades físicas e cognitivas. Durante o ano realizamos ações de yoga e meditação na sede corporativa com a participação de mais de 90 colaboradores(as). Promovemos também o Dia do Desafio com o time de Suprimentos e Suporte, em parceria com o Sesc, em que a área de Saúde e Bem-estar realizou sessões de ginástica multifuncional com os(as) colaboradores(as) da Sede Brigadeiro. Já a Central de Distribuição do Rio de Janeiro elaborou ação de saúde bucal em conjunto com a assistência odontológica. Em parceria com o Sesc, tivemos também uma oficina de postais e diversas iniciativas em diferentes estados em que temos operação, como credenciamento das carteirinhas, cabelereiro(a) e ginástica laboral e funcional.



Colaborador do Extra Mercado



Colaboradores(as) realizam treinamento no Maio Amarelo

GPA em cores – Seguimos o calendário da Organização Mundial de Saúde (OMS), que evidencia temas como:

- **Abril Verde (prevenção a acidentes de trabalho)** – O time do Sesmt do Rio de Janeiro conduziu ações para incentivar os(as) colaboradores(as) a realizarem os treinamentos obrigatórios de Segurança do Trabalho e Embaixadores(as) de Saúde e Bem-estar, disponíveis na Universidade do Varejo GPA. No Centro-Oeste, foi promovida a Semana Verde de Prevenção de Acidentes, orientando sobre as medidas de prevenção de acidentes e doenças no trabalho.
- **Maio Amarelo (segurança no trânsito)** – Nossa equipe de Segurança e Medicina do Trabalho do Rio de Janeiro realizou ação de conscientização de motoristas e fornecedores(as) sobre a condução segura de veículos. A iniciativa incluiu palestra da equipe da Lei Seca RJ, em que os(as) participantes puderam testar óculos que simula a visão após a ingestão de álcool e ouviram relatos de pessoas cadeirantes vítimas de acidentes de trânsito.
- **Junho Vermelho (incentivo à doação de sangue)** – Durante o mês, o time da CD no Rio de Janeiro, em parceria com a HemoRio, realizou ação para conscientizar e engajar os(as) colaboradores(as) a se tornarem doadores(as) e contribuírem com a causa.
- **Agosto Lilás (combate à violência contra mulheres e meninas)** – Conduzimos campanha pela quebra dos ciclos de violência contra mulheres e meninas, informando como entrar em contato com a Central de Atendimento à Mulher, pelo número 180, e com a Ângela, assistente virtual do Instituto Avon, para pedir ajuda e orientações ([Saiba mais na página 60](#)). Também disponibilizamos materiais como o Guia de Bolso Relacionamentos Saudáveis e Agosto Lilás – A Lei Maria da Penha, na Universidade do Varejo GPA.
- **Setembro Amarelo (prevenção ao suicídio)** – Demos andamento à campanha de conscientização sobre a prevenção ao suicídio e reforçamos a divulgação de nossos serviços de atendimento psicossocial, gratuito, confidencial, disponível 24h por dia, e de nosso atendimento psicológico presencial, no Espaço Viva Bem GPA, na sede Brigadeiro. Fizemos duas edições da palestra Saúde e bem-estar para todos(as) os(as) colaboradores(as) e três encontros voltados para operações. Ainda tivemos uma ação de distribuição de flores amarelas que alertavam sobre a importância do assunto na sede corporativa.

- **Outubro Rosa (prevenção do câncer de mama e do colo do útero)** – Divulgamos informações sobre o tema e promovemos, em parceria com a rede de saúde Dasa, bate-papo sobre a importância da prevenção e do autoexame. As centrais de distribuição do Rio de Janeiro e Brasília também fizeram palestras e disponibilizaram contatos para a realização de exames preventivos, além de ofertarem bioimpedância e aferição de pressão, conduzidos pela equipe da Drogasil. Fizemos também uma ação de *check-up* na sede corporativa, com exames como Papanicolau, com dois dias de operacionalização. Tivemos ainda dez palestras com o médico do trabalho em nossas operações, com 949 participações.

“Foi muito interessante a palestra, super informativa e cativante, nos mostrando a importância do Outubro Rosa e o quanto é importante detectarmos e observarmos qualquer sintoma ou algo de diferente, além de cuidar da nossa saúde sempre!”



Daniela de Jesus Vicente, Conferente na Central de Distribuição 04

- **Novembro Azul (prevenção ao câncer de próstata)** – Alertamos sobre a importância de exames regulares e de diálogos abertos sobre saúde, quebrando tabus e incentivando os homens a cuidarem de seu bem-estar, e promovemos a palestra Saúde do Homem: A Importância do Diagnóstico e Prevenção ao Câncer. Realizamos quatro palestras com o médico do trabalho para falar sobre o assunto, com 275 participações.



Colaboradora do Pão de Açúcar Fresh

8

Cadeia de valor
responsável



Sobre este relatório

Mensagens da liderança

Identidade

Estratégia corporativa

Estratégia de sustentabilidade

Governança corporativa

Nossa gente

Cadeia de valor responsável

Impacto ambiental

Impacto social

Reconhecimentos

Anexos

Cadeia de **valor responsável**

GRI 3-3 – Cadeia de valor sustentável | SASB FB-FR-430a.3

Integramos um ecossistema diverso, com uma cadeia de valor que inclui mais de 3 mil fornecedores(as) de diferentes portes, como produtores(as), indústrias e empresas de distribuição e de serviços, abrangendo todas as etapas de produção, processamento e distribuição dos produtos até o(a) consumidor(a) final. **GRI 2-6**

Para garantir a conformidade, qualidade e eficácia nessa cadeia de valor, seguimos normas legais, procedimentos definidos em conjunto com nossos(as) parceiros(as) e políticas internas, aprovadas pelo Conselho de Administração e que incluem Código de Ética; Política de Relacionamento com a Comunidade e com as Partes Interessadas; Carta de Ética para Fornecedores(as); Cartilha de Boas Práticas Socioambientais para Fornecedores(as) e Parceiros(as); Política de Diversidade, Inclusão e Direitos Humanos; Política de Gestão Ambiental; Política de Bem-Estar Animal; Política de Direitos Humanos na Cadeia de Valor; Política Socioambiental de Compras de Carne Bovina; Política Socioambiental de Compras de Produtos com Óleo de Palma; e Política Socioambiental de Compras de Pescados ([para acessar os documentos, clique aqui](#)). Estamos comprometidos com a mitigação dos riscos socioambientais e impactos negativos potenciais de nossas cadeias de valor e promoção das oportunidades e impactos positivos. **GRI 2-23**

Cuidamos do relacionamento com nossos(as) fornecedores(as) e parceiros(as) desde o processo de homologação que inclui consulta à Lista Suja de Trabalho Escravo, do Ministério do Trabalho e Emprego, e aos embargos do Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (Ibama). Esse monitoramento também é feito de forma contínua e automatizada para 100% dos(as) fornecedores(as) e parceiros(as) ativos(as) em nossas bases. **GRI 308-1 | 414-1**

No ano, 601 fornecedores(as) foram avaliados(as) em relação aos impactos ambientais e 175 foram identificados(as) como potenciais causadores(as) de impactos negativos nas cadeias críticas prioritárias. Esse processo de monitoramento, atualizado ano a ano, nos permite definir políticas e procedimentos para a melhoria e controle dos processos. Em três fornecedores(as) (0,02% do total), foram encerradas as relações de negócio por não conformidades. No geral, os impactos ambientais identificados foram relacionados a possíveis riscos correlatos à disponibilidade de recursos naturais, à supressão de ecossistemas nativos e a abusos e maus-tratos na produção animal. **GRI 308-2**

Somos ainda mais criteriosos no acompanhamento de nossas marcas próprias e exclusivas. Seguimos regulamentos técnicos e normativas nas rotulagens e mantemos especificações técnicas com composição de ingredientes; modo de preparo; lista de alergênicos; tabela nutricional; orientações de conservação; validade; e parâmetros sensoriais, microbiológicos, físico-químicos e microscópicos. Contamos também, ao selecionar fornecedores(as) de marcas próprias e exclusivas, com critérios de homologação e avaliação específicos relacionados às condições trabalhistas, à atuação socioambiental responsável e à segurança alimentar. **SASB FB-FR-260a.2**

Aos nossos times, realizamos e disponibilizamos na Universidade do Varejo GPA treinamentos sobre os temas socioambientais na cadeia de valor, tais como sobre a Política Socioambiental de Compras de Carne Bovina (obrigatório aos times comerciais de perecíveis), procedimento de auditorias sociais em fornecedores(as), entre outros.

Mantemos relações de **respeito e confiança** com mais de **3 mil fornecedores(as)** de diferentes portes



Produto da marca própria e exclusiva Taeq na gôndola

PROXIMIDADE E QUALIFICAÇÃO DE FORNECEDORES(AS)

GRI 3-3 – Cadeia de valor sustentável | 3-3 – Produtos responsáveis e seguros

Em 2024, em continuidade ao processo de identificação de práticas ESG de nossos(as) fornecedores(as) e parceiros(as), por meio de questionário enviado no ano anterior, incluímos em nossos sistemas de cadastro e atualização de dados de parceiros(as) ativos(as) questões relacionadas aos temas de diversidade, governança e gestão ambiental. O objetivo é mapear de forma sistêmica e abrangente a maturidade das políticas de sustentabilidade de cada fornecedor(a), entender seus desafios e contribuir para aprimorar suas práticas. Além disso, desenvolvemos um *dashboard* para auxiliar no mapeamento das respostas dos(as) fornecedores(as) e no direcionamento de treinamentos, apoiando o desenvolvimento em temas ESG de nossos(as) parceiros(as).

Ao longo de 2024, como resultado desse mapeamento e com o objetivo de apoiar nossos(as) fornecedores(as) e parceiros(as) a evoluírem suas práticas, realizamos também diversas ações de engajamento e sensibilização. Um destaque foi o lançamento da [Cartilha de Boas Práticas Socioambientais para Fornecedores\(as\) e Parceiros\(as\)](#), que tem como objetivo auxiliá-los(as) na gestão dos negócios, na prevenção e mitigação de eventuais impactos negativos e no impulso a ações positivas em nossa cadeia de fornecimento. Nesse sentido, apresentamos os temas nos quais esperamos que atuem, buscando a melhoria contínua dos processos. O lançamento ocorreu durante a Jornada ESG, evento híbrido que contou com a participação de mais de 700 pessoas, entre fornecedores(as) de revenda e indiretos(as), e palestras com instituições parceiras, como Pacto Global da ONU, Instituto Ethos, WayCarbon, Mover e Iniciativa Empresarial pela Igualdade Racial sobre direitos humanos, diversidade e inclusão, mudanças climáticas e *compliance* empresarial.

“Participar do evento de lançamento da Cartilha de Boas Práticas Socioambientais foi uma oportunidade para reforçarmos nosso compromisso com a sustentabilidade. O evento nos permitiu trocar experiências, entender as expectativas do GPA e identificar oportunidades para melhorar nossas práticas ESG. A Cartilha tem sido um excelente guia para alinhar nossas práticas aos padrões do mercado, destacando eficiência no uso de recursos, rastreabilidade e ações sociais. Com esse material, conseguimos definir ações mais estratégicas para aumentar nosso impacto positivo. Ao preenchermos o questionário ESG, avaliamos nossas iniciativas e identificamos pontos de melhoria. Já temos um planejamento estruturado com foco em gestão de recursos, desenvolvimento social e governança transparente, nos ajudando a visualizar claramente onde estamos e onde podemos evoluir. O GPA tem sido fundamental no engajamento dos(as) fornecedores(as), fornecendo diretrizes claras e suporte para implementar as melhores práticas ESG, ajudando-nos a evoluir e garantir uma atuação mais sustentável.”

Genesio Gomes, Executivo de contas sênior da Urbano Alimentos



Roda de conversa na Jornada ESG



Cartilha para fornecedores(as) e parceiros(as)

Diagnóstico e riscos socioambientais

GRI 2-25 | 3-3 – Cadeia de valor sustentável | 3-3 – Produtos responsáveis e seguros

Desde 2018, realizamos o diagnóstico dos riscos socioambientais que podem comprometer o desenvolvimento sustentável de nossas cadeias produtivas. O estudo nos permite priorizar as cadeias e os riscos a serem trabalhados com fornecedores(as) e parceiros(as), apoiando a tomada de decisão estratégica e a mitigação de riscos.

Em 2024, esse diagnóstico foi atualizado, com apoio de consultoria externa, considerando as melhores práticas do setor varejista alimentar, evidências qualitativas e quantitativas de fontes diversas e referências de sustentabilidade globais, como *SASB Standards*, *CSR Risk Check*, e percepções do *World Economic Forum*. Como resultado, o diagnóstico abordou 16 cadeias produtivas e sete riscos relacionados a matérias-primas nas etapas de cultivo, produção ou transformação dos produtos. As cadeias que apresentam maior risco socioambiental para o nosso negócio foram classificadas em uma matriz, com avaliação de severidade e probabilidade, considerando critérios de impacto reputacional e faturamento.

Atualizamos em 2024
nossa análise de **riscos socioambientais** nas
cadeias produtivas

CADEIAS CRÍTICAS PRIORITÁRIAS*			
 Açaí	 Arroz	 Aves e ovos	 Banana
 Bovinos	 Cacau	 Café	 Cana de açúcar
 Leite e laticínios	 Madeira e derivados	 Palma e derivados	 Palmito
 Pescados	 Soja, milho e derivados	 Suínos	 Trigo
RISCOS SOCIOAMBIENTAIS PRIORITÁRIOS*			
 Abusos e maus-tratos aos animais	 Contaminação e poluição ambiental	 Impactos na biodiversidade e na disponibilidade de recursos naturais	 Intensificação das mudanças climáticas
 Produção, extração e transação ilegal	 Supressão de ecossistemas nativos	 Violações de direitos humanos	

*Riscos e cadeias em ordem alfabética.

Os novos riscos e as cadeias serão incluídos na avaliação e construção do planejamento da Estratégia de Sustentabilidade do próximo triênio, alinhada à nossa estratégia de negócio. Para produtos mais vulneráveis, definiremos planos de ação que contemplem as etapas de homologação, rastreabilidade, monitoramento e engajamento, com estabelecimento de metas e indicadores-chave a serem monitorados. Além disso, para estimular a participação e o pensamento coletivo, realizamos um *webinar* com os times internos diretamente relacionados aos temas mapeados para apresentação da metodologia e construção dos resultados do novo diagnóstico.



Gôndola de frutas, legumes e verduras do Pão de Açúcar *Fresh*



Sobre este relatório

Mensagens da liderança

Identidade

Estratégia corporativa

Estratégia de sustentabilidade

Governança corporativa

Nossa gente

Cadeia de valor responsável

Impacto ambiental

Impacto social

Reconhecimentos

Anexos



Rebanho de gado nelore

Bem-estar **animal**

GRI 2-23 | 2-24 | SASB FB-FR-430a.3

O bem-estar animal tem norteado a evolução de práticas internas e compromissos públicos e intensificado a divulgação dos nossos resultados. Por meio da [Política de Bem-estar Animal](#), expressamos a visão, os compromissos e as metas relacionados ao tema nas cadeias produtivas de ovos, frangos, bovinos e suínos, e definimos critérios de integridade, conformidade, qualidade e sustentabilidade para os(as) fornecedores(as) desses produtos, assim como os balizadores do processo de compra. As ações nesse sentido se baseiam em quatro pilares:

1

Abastecimento e rastreabilidade: estruturamos processos para que todas as nossas lojas sejam abastecidas com produtos que respeitem práticas de bem-estar animal e que nossos(as) colaboradores(as) estejam treinados(as) para orientar nossos(as) clientes.

2

Engajamento da cadeia de fornecedores(as): realizamos visitas técnicas, treinamentos e conversas regulares com nossos(as) parceiros(as) para fortalecer relações e incentivar práticas de produção mais sustentáveis. Também realizamos auditorias, distribuimos materiais informativos e promovemos eventos de engajamento com fornecedores(as) para apoiar a transição a uma produção responsável.

3

Consumo consciente: trabalhamos na sensibilização dos(as) consumidores(as), incentivando escolhas que priorizem produtos alinhados aos princípios de bem-estar animal.

4

Advocacy e regulamentação: participamos de eventos e articulações setoriais para fortalecer legislações e regulamentações que promovam boas práticas produtivas.

Em 2024, uma evolução foi a implementação, em nossas plataformas de e-commerce, de um selo nos produtos que contemplam o bem-estar animal, auxiliando nossos(as) clientes na identificação desses produtos, o que intensifica a promoção do consumo consciente.

Já em reconhecimento pelas práticas relacionadas ao bem-estar animal, em 2024 fomos convidados a participar como palestrantes em diversos eventos promovidos por organizações parceiras, como:



Selo de produtos que contemplam o bem-estar animal



Webinar Bem-estar Animal nos Compromissos Cage-Free: Cenário Regulatório e o Papel do Setor Varejista, realizado pela ONG Alianima, que teve como propósito promover os resultados da 1ª edição do Observatório do Ovo, questionário que mapeia como os(as) supermercadistas brasileiros(as) estão avançando em direção ao compromisso de vender apenas ovos de galinhas livres de gaiolas, contribuindo para a discussão sobre práticas e regulamentações atuais no setor, no qual alcançamos o 3º lugar do *ranking* do varejo, com nota A+.



Brasil: Rumo à liderança em proteína animal sustentável - onde estamos e para onde vamos?, simpósio realizado em parceria com a Produtor do Bem, empresa de certificação em bem-estar animal, que abordou como podemos construir um futuro mais sustentável e ético na produção animal. O evento contou com representantes de empresas de produção e distribuição de alimentos, academia e setor público.



Conexão Livre: Primeiro Encontro de Produtores e Empresas do Mercado de Ovos Livres de Gaiolas, promovido pelas iniciativas Mira e EggLab, ambos projetos da ONG Fórum Animal, que conectou empresas que se relacionam com a cadeia dos ovos com produtores(as) comprometidos(as) com práticas éticas e sustentáveis.



Bem-estar Animal na Produção de Ovos, organizado pela ONG Sinergia Animal para apresentar os benefícios dos sistemas livres de gaiolas na produção de ovos e como as empresas podem alinhar suas diretrizes para promoção de políticas e compromissos de bem-estar animal mais eficazes.

Para dar transparência aos nossos avanços sobre o tema, também participamos voluntariamente de diversas pesquisas lideradas por organizações do setor que monitoram os compromissos públicos relacionados ao bem-estar animal assumidos pelas empresas, como o Observatório Suíno, liderado pela ONG Alianima, e Questionário EggLab, promovido pela Fórum Animal.



Ovos Taeq

COMPROMISSOS EM BEM-ESTAR ANIMAL

GRI 3-3 – Produtos responsáveis e seguros | SASB FB-FR-430a.3



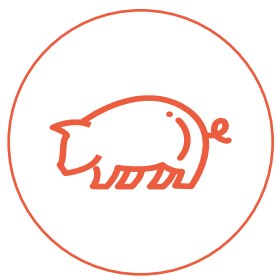
Ovos – Em linha com nossos compromissos de atingir 100% da venda de ovos livres de gaiolas em nossas marcas próprias e exclusivas até 2025 e em todas as marcas até 2028, mantivemos diversos incentivos, em 2024, para nossos(as) clientes relacionados ao consumo de ovos de galinhas livres de gaiolas, divulgando as vantagens associadas e realizando promoções ao longo do ano. Desde 2023, itens da *Rotisserie* e do Espaço Café de nossas lojas, como omeletes e ovos mexidos, utilizam ovos de galinhas livres de gaiolas. Em 2024, aplicamos auditorias de bem-estar animal em dois fornecedores(as) de ovos de marcas próprias e exclusivas que não possuem certificação no tema. Como resultado, mapeamos boas práticas de manejo na criação comercial de ovos e implementamos planos de ação para a transição das produções de ovos convencionais.



Bovinos – Temos como compromisso engajar 100% dos(as) fornecedores(as) frigoríficos(as) de carne bovina *in natura*, para que estejam publicamente comprometidos(as) com a aplicação de critérios de bem-estar animal na cadeia produtiva até 2025. Em 2024, antecipamos a meta e atingimos 100% dos(as) fornecedores(as) engajados(as) no tema.



Frangos de corte – Como objetivo para alcançar o compromisso estabelecido para a cadeia em nossos produtos de marcas próprias e exclusivas até 2028, aprovamos um *checklist*, em 2024, para aplicação das auditorias de bem-estar animal a serem realizadas nas granjas dos(as) fornecedores(as) de frangos de corte de marcas próprias e exclusivas a partir de 2025.



Suínos – Para incentivar a evolução das práticas de nossas cadeias de suínos na direção de nosso compromisso, desde 2022, realizamos auditorias de bem-estar animal em nossos(as) fornecedores(as) de suínos: em 2024 oito granjas de três fornecedores(as) foram auditadas. Como resultado, mapeamos boas práticas de manejo e de bem-estar animal na criação comercial de suínos e implementamos planos de ação para eventuais melhorias. De forma a apoiar nossos(as) fornecedores(as) no tema, em parceria com a Associação Brasileira de Criadores de Suínos (ABCS), atualizamos o *checklist* de auditoria nas granjas, de forma a trabalhar o desenvolvimento da cadeia, e distribuímos regularmente a Cartilha de Biosseguridade e Bem-Estar Animal, que orienta sobre os aspectos técnicos dos nossos compromissos.

“

A Cartilha Orientativa de Bem-estar Animal, desenvolvida pelo GPA em parceria com a ABCS, representa um avanço significativo para a suinocultura brasileira. Mais do que um guia técnico, ela comunica de forma acessível ao(à) consumidor(a) as boas práticas essenciais para o bem-estar animal ao longo de toda a cadeia produtiva. Ao mesmo tempo, orienta o(a) suinocultor(a) na priorização de aspectos-chave que impactam diretamente a qualidade, produtividade e sustentabilidade do setor. Baseada em sólidos conhecimentos científicos e alinhada às legislações nacional e internacional, essa iniciativa pioneira no varejo reforça o compromisso com a transparência e a responsabilidade, tornando-se um modelo de referência para o mercado e inspirando novos padrões na produção suinícola.”



Marcelo Lopes, Presidente da Associação Brasileira de Criadores de Suínos (ABCS)

Compromissos públicos

	2022	2023	2024
100% dos ovos de marcas próprias e exclusivas serão provenientes, até 2025, de galinhas livres de gaiolas	51,9%	62,9%	66,9%
100% dos ovos vendidos (marcas nacionais) serão provenientes, até 2028, de criação de galinhas livres de gaiolas	40,2%	43,0%	43,4%
100% da carne suína vendida em nossas lojas será proveniente, até 2028, de fornecedores(as) que contemplam o bem-estar animal em sua cadeia de produção	Em andamento	65,0%	61,0%
100% dos(as) fornecedores(as) de carne bovina devem estar publicamente comprometidos(as) com a aplicação do bem-estar animal até 2025	64,0%	83,0%	100%
100% do volume de frango de corte das marcas próprias e exclusivas devem atender, até 2028, às diretrizes da Política de Bem-Estar Animal	Em andamento	22,0%	28,0%

Combate ao desmatamento

GRI 2-23 | 2-24 | 3-3 – Cadeia de valor sustentável

Há mais de uma década, contribuímos para a construção de cadeias de valor sustentáveis, estabelecendo parcerias estratégicas, desenvolvendo políticas e adotando ferramentas de monitoramento e controle para combater o desmatamento e a conversão de vegetação nativa. Buscamos ainda promover os direitos humanos e proteger os direitos e o modo de vida de povos indígenas e comunidades tradicionais. Nesse contexto e alinhados ao mapeamento de riscos realizado em nossas cadeias de forma recorrente ([saiba mais na página 80](#)), entendemos que as cadeias da carne bovina e do óleo de palma são prioritárias, considerando a representatividade em nosso portfólio e os riscos socioambientais associados.

CADEIA DA CARNE BOVINA

Apoiar a proteção das florestas e vegetação nativa nos motiva a evoluir continuamente em políticas e processos de monitoramento da cadeia produtiva de carne bovina, assim como na promoção de diálogo entre fornecedores(as), governos e instituições fiscalizadoras, organizações sociais, entre outros, para a identificação de práticas e tecnologias que apoiem a ampliação de controle e de soluções.

Por meio da [Política Socioambiental de Compras de Carne Bovina](#), adotamos um procedimento para a aquisição de carne bovina *in natura* de forma a monitorar o cumprimento das normas e leis aplicáveis e dos protocolos Boi na Linha e Monitoramento Voluntário do Cerrado, dos quais somos codesenvolvedores. De acordo com

essas regras, os(as) fornecedores(as) frigoríficos(as) que comercializam a carne bovina *in natura* de origem nacional devem respeitar os seguintes princípios:

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

Esses aspectos norteiam os padrões operacionais que todos(as) os(as) nossos(as) fornecedores(as) devem respeitar. Ao fim de 2024, 87% da carne bovina comercializada em nossas lojas era de marcas nacionais e 13% da marca própria Qualitá. Todos(as) os(as) fornecedores(as) de carne bovina *in natura*, congelada ou resfriada, que trabalham conosco são homologados(as) e comprovam alinhamento e aderência aos nossos compromissos no momento do cadastro e ao longo da relação comercial.

Além de prevermos em nossa Política Socioambiental de Compras de Carne Bovina o monitoramento do desmatamento e da conversão nos biomas Cerrado e Amazônia, incentivamos nossos(as) fornecedores(as) frigoríficos(as) a avançar na rastreabilidade das fazendas indiretas vinculadas aos(as) produtores(as) do último elo. Em 2024, evoluímos



no engajamento no tema por meio da conexão com associações e organizações da sociedade civil e com apoio a projetos-piloto, abordando a importância desse mapeamento.

Para nossas marcas próprias e exclusivas, os(as) fornecedores(as) frigoríficos(as) devem fazer parte de um programa específico de monitoramento e controle socioambiental, por meio do qual incentivamos à adesão de iniciativas para a promoção do desenvolvimento sustentável no campo. Nesse sentido, o monitoramento contempla um diagnóstico e verificação em campo, focando em critérios socioambientais e de qualidade para avaliar aspectos legais, ambientais, sociais, econômicos, de bem-estar animal e de rastreabilidade. Em 2024, avaliamos oito fazendas vinculadas ao(à) nosso(a) fornecedor(a) frigorífico(a) de marca própria e exclusiva para identificar pontos de melhoria e as melhores práticas dos(as) produtores(as).



Cliente seleciona bandejas de carne

ETAPAS DE COMPRA

Cinco etapas são conduzidas no decorrer do processo de compras de carne bovina: homologação; monitoramento socioambiental pelos(as) fornecedores(as) frigoríficos(as) prévio a compra do gado, em que 100% devem possuir, obrigatoriamente, sistema de geomonitoramento; rastreabilidade, com obrigatoriedade de os(as) fornecedores(as) darem informações sobre a origem do produto; re Checagem, que consiste na confirmação, de nossa parte, da conformidade socioambiental; e tratativas, em que as fazendas são suspensas em caso de confirmação de não conformidade.

Essas fases, seus indicadores, *status* de execução dos planos de ação e as eventuais alterações, são validadas internamente e acompanhadas pela Diretoria-Executiva e pelo Comitê de Gestão, Pessoas e Sustentabilidade. O Conselho de Administração, por sua vez, é a instância máxima de monitoramento da Política Socioambiental de Compras de Carne Bovina.

ETAPA 1 – HOMOLOGAÇÃO

- Comprometer-se formalmente com a nossa Política Socioambiental de Compras de Carne Bovina.
- Ter ou contratar sistema de geomonitoramento via satélite para analisar as fazendas de gado em critérios socioambientais.
- Informar as informações de origem e qualidade no nosso sistema de rastreabilidade a cada lote de compra.
- Assegurar a qualidade dos produtos por meio do Sistema de Inspeção Federal (SIF).

ETAPA 2 – MONITORAMENTO PELO(A) FORNECEDOR(A)

- Todos(as) os(as) fornecedores(as) com abatedouro devem realizar uma análise socioambiental prévia das fazendas de onde compram gado, considerando a aderência aos critérios da nossa Política.

ETAPA 3 – RASTREABILIDADE

- Todos(as) os(as) fornecedores(as) informam de forma sistêmica, via ferramenta de rastreabilidade, os detalhes sobre as origens do gado, os abatedouros em que ocorreram os abates e as informações relacionadas à segurança alimentar e à qualidade.

ETAPA 4 - REANÁLISE SOCIOAMBIENTAL

- Re analisamos os dados das fazendas rastreadas, por meio de um sistema de geomonitoramento próprio, em relação à conformidade com os critérios socioambientais estabelecidos em nossa Política.

ETAPA 5 – TRATATIVAS

- No caso de suspeita de inconformidade, a fazenda é suspensa e solicitamos evidências de justificativas. Em caso de falso positivo, registramos a liberação, e no caso de confirmação da irregularidade, registramos o bloqueio definitivo. Além disso, implementamos plano de ação com o frigorífico com medidas educativas, corretivas ou punitivas.

Realizamos regularmente treinamentos e capacitações de colaboradores(as), para garantir os processos internos de compra de carne bovina e mantê-los(as) atualizados(as) sobre nossas políticas. Ao longo do ano, 44 colaboradores(as) foram treinados(as) na Universidade do Varejo GPA sobre temas relacionados à nossa Política Socioambiental de Compras de Carne Bovina. Com nossos(as) fornecedores(as) temos relacionamento próximo, de forma a aprimorarmos conjuntamente práticas e processos.

WORKSHOPS E TREINAMENTOS

Em 2024, realizamos um treinamento exclusivo para a equipe Comercial de perecíveis sobre o tema Combate ao Desmatamento: Protocolos de Monitoramento Socioambiental de Carne Bovina. O evento *on-line* contou com a participação das organizações parceiras Imaflora e Proforest, que compartilharam as atualizações sobre o [Protocolo Boi na Linha](#) da Amazônia aprovadas pelo Ministério Público Federal (MPF), e o lançamento do Protocolo de Monitoramento Voluntário do Cerrado.

Para nossos(as) fornecedores(as) frigoríficos(as), promovemos um *workshop* técnico *on-line* sobre a atualização do Protocolo Boi na Linha, com o objetivo de apoiá-los(as) no processo de adequação, a ser implementado a partir de 2025, que contou com a participação da ONG Imaflora.

“ Os treinamentos promovidos pelo GPA, com o apoio do Imaflora, em 2024, têm um papel essencial na atualização do Protocolo Boi na Linha 2.0. Voltadas para fornecedores(as) e colaboradores(as), essas oficinas ajudam a esclarecer dúvidas, alinhar expectativas e impulsionar a adoção de melhores práticas na cadeia da carne bovina. A iniciativa de um grande varejista em investir nessa capacitação gera um impacto positivo significativo, engajando frigoríficos e fornecedores(as) na implementação de critérios mais robustos de rastreabilidade e controle socioambiental. Esse movimento fortalece o combate ao desmatamento, promove maior transparência no setor e contribui para uma cadeia de suprimentos cada vez mais sustentável.”

Guilherme Whyte Afonso Ferreira, Coordenador de Projetos do Imaflora



Colaborador da seção de açougue do Extra Mercado

RESULTADOS 2024

- 18 fornecedores(as) ativos(as) em 31/12/2024
- 19.015 fazendas reanalisadas de acordo com os critérios socioambientais da Política (Sistema de geomonitoramento próprio)

ENTRE 2017 E 31 DE DEZEMBRO DE 2024

- 22 fornecedores(as) de carne apresentaram não conformidades e foram bloqueados(as)
- 5 fornecedores(as) bloqueados(as) apresentaram planos de ação e retornaram a fornecer para nós
- 17 fornecedores(as) permanecem bloqueados(as)

COOPERAÇÃO

Participamos de iniciativas que atuam em busca de soluções e melhores práticas setoriais para o combate ao desmatamento e à conversão na cadeia da pecuária brasileira, entre elas:

- Protocolo Boi na Linha;
- Protocolo Voluntário de Monitoramento de Fornecedores de Gado no Cerrado;
- Coalizão Brasil Clima, Florestas e Agricultura;
- Grupo de Trabalho dos Fornecedores Indiretos (GTFI);
- Mesa Brasileira da Pecuária Sustentável (MBPS); e
- Coalizão Floresta Positiva, do *Consumer Goods Forum*, por meio do Grupo de Trabalho de Carne Bovina.

Em 2024, contribuímos com as discussões a respeito da elaboração da proposta sobre a Política Nacional de Rastreabilidade Individual Obrigatória, entregue ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa), por meio das associações Coalizão Brasil e Mesa Brasileira da Pecuária Sustentável. O objetivo é assegurar que todos os animais destinados ao abate sejam 100% identificados e rastreados até 2032, promovendo a transparência e responsabilidade na produção pecuária brasileira.

LANÇAMENTO DO PROTOCOLO VOLUNTÁRIO DE MONITORAMENTO DE FORNECEDORES DE GADO NO CERRADO

Mantivemos nossa participação ativa no Conselho Deliberativo, por meio de reuniões com os principais frigoríficos, organizações da sociedade civil e varejistas, para a elaboração do [Protocolo Voluntário do Cerrado](#), lançado em abril de 2024 em evento presencial, liderado pela organização Proforest. Foram definidos critérios e parâmetros de compra responsável que as empresas podem seguir a fim de contribuir para uma cadeia pecuária do Cerrado mais responsável.

Todos os critérios de monitoramento foram baseados em dados públicos abertos, e a definição de quais critérios deveriam ser incluídos foi realizada a partir de um processo intenso de consultas públicas envolvendo as principais partes interessadas.

“ Desde o início, o GPA tem sido um parceiro estratégico no desenvolvimento e na implementação do Protocolo do Cerrado, impulsionando a agenda do setor. Em 2024, o GPA esteve presente no lançamento do Protocolo e apoiou a Proforest e Imaflora na divulgação e convites aos(as) seus(uas) fornecedores(as) para participarem dos workshops presenciais em seis estados do Cerrado. Além disso, o GPA promoveu uma capacitação exclusiva para seus(uas) colaboradores(as), demonstrando como é importante o compromisso da Empresa com a gestão dos(as) fornecedores(as). Essas ações são essenciais para garantir a ampla disseminação do Protocolo do Cerrado, buscando a adesão de mais atores da cadeia e aumentando o impacto positivo na compra e produção sustentável de gado.”

Cecilia Korber Gonçalves, Diretora-Adjunta de Projetos e Programas da Proforest



CADEIA DA PALMA **GRI 3-3 – Cadeia de valor sustentável**

O óleo de palma é o óleo vegetal mais utilizado em todo o mundo e está presente em diversos produtos – alimentícios e não alimentícios. No entanto, riscos socioambientais estão associados à produção de palma, como o desmatamento de florestas tropicais para dar espaço ao plantio.

Para contribuir com a minimização de impactos nessa cadeia, desde 2020, contamos com uma [Política Socioambiental de Compras de Produtos com Óleo de Palma](#), que se aplica a todos(as) os(as) fornecedores(as) de marcas próprias e exclusivas. Com essas medidas, rastreamos a origem e controlamos as certificações do volume internacional, mitigando os riscos de o produto ter sido obtido em áreas desmatadas ou propriedades em condições inadequadas de trabalho.

Em 2024, alcançamos 100% do volume de óleo de palma e derivados presentes nos produtos de marcas próprias e exclusivas de origem internacional certificado RSPO, pelo menos a nível *mass balance* (balanço de massa), reforçando nossos compromissos para promover uma cadeia de valor mais responsável.

Compromissos públicos			
	2022	2023	2024
100% do óleo de palma com origem identificada nos produtos de marcas próprias e exclusivas	100%	100%	100%
100% do óleo de palma de origem internacional certificado RSPO nos produtos de marcas próprias e exclusivas	79,6%	82,1%	100%





- Sobre este relatório
- Mensagens da liderança
- Identidade
- Estratégia corporativa
- Estratégia de sustentabilidade
- Governança corporativa
- Nossa gente
- Cadeia de valor responsável**
- Impacto ambiental
- Impacto social
- Reconhecimentos
- Anexos

Uso responsável da biodiversidade

Materializamos nosso compromisso com a proteção da biodiversidade em ações na cadeia de pescados, visando garantir que nossos produtos sejam provenientes de fontes responsáveis e contribuam para a preservação dos rios e oceanos.

Nossa relação com os(as) fornecedores(as) de pescados é orientada pela [Política Socioambiental de Compras de Pescados](#) que, além de expor diretrizes de relações comerciais e monitoramento, orienta sobre temas como recursos ambientais e biodiversidade e define estratégias de fomento de cadeias sustentáveis.

Por meio do Programa de Fomento à Diversidade de Consumo de Pescados, buscamos estimular o acesso e consumo pelos(as) clientes de espécies menos conhecidas de peixes, como saramunete, sororoca, olhete, catuá, olho-de-cão, cavala, carapau, pargo rosa e xaréu, com o propósito de minimizar a pressão sobre os tipos mais demandados,

como bacalhau, tilápia e salmão. Em 2024, comercializamos mais de 290 toneladas desses produtos, reforçando nosso compromisso com o uso sustentável da biodiversidade de pescados.

Apoiamos ainda o Projeto Gosto da Amazônia, incentivando a comercialização do pirarucu, peixe selvagem de água doce e um dos principais símbolos da região. O manejo do pirarucu selvagem é realizado há mais de 20 anos por comunidades ribeirinhas e indígenas da Amazônia, constituindo iniciativa bem-sucedida de conservação do meio ambiente, comércio justo e transparente e desenvolvimento econômico local e social sustentável. A ação também está alinhada ao nosso pilar de apoio aos(as) pequenos(as) produtores(as). Em 2024, o pirarucu do Projeto Gosto da Amazônia estava disponível no e-commerce e em 180 lojas Pão de Açúcar e Extra Mercado, onde foram comercializadas mais de 3 toneladas.

Comercializamos em 2024 **mais de 290 toneladas de pescados de espécies menos conhecidas**, fomentando a diversidade de consumo



Colaborador da Peixaria do Extra Mercado

Respeito aos direitos humanos

GRI 2-23 | 2-24

Promovemos os direitos humanos em todas as operações e na cadeia de valor por acreditarmos que um ambiente de trabalho justo e inclusivo é essencial para o nosso sucesso e para o desenvolvimento de uma sociedade mais equitativa.

Para orientar e apoiar nossos(as) fornecedores(as) e parceiros(as) no tema, dispomos de documentos como a [Política de Diversidade, Inclusão e Direitos Humanos](#), [Política de Direitos Humanos na Cadeia de Valor](#), e [Carta da Ética para Fornecedores\(as\)](#), em linha com as determinações e recomendações da Organização Internacional do Trabalho (OIT), anexa em todos os contratos comerciais.

Reforçando nossos compromissos, participamos, anualmente e de forma voluntária, de avaliações e diagnósticos que identificam pontos fortes, lacunas e oportunidades para o avanço na agenda de empresas e direitos humanos e na promoção da erradicação do trabalho escravo nas cadeias produtivas. Em 2024, fomos avaliados por mais um ano no Monitoramento dos Compromissos do Pacto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo, liderado pela associação InPACTO, atingindo a pontuação de 83,5%, acima dos 82% de 2023. No ano, também participamos do programa Aliança pelos Direitos Humanos e Empresas, do Pacto Global da ONU, por meio da ferramenta *BHR Gap Analysis*, que gera resultados baseados na autoavaliação sobre devida diligência em direitos humanos para as empresas participantes e, posteriormente, disponibiliza uma devolutiva com sugestões de melhores práticas a serem adotadas.

Assim, buscamos a melhoria contínua do processo e reafirmamos nosso compromisso com os direitos humanos. **GRI 409-1**

PARTICIPAÇÃO EM EVENTOS

Em 2024, participamos como palestrantes do Seminário de Direitos Humanos e Empresas, realizado pelo Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (Cebds). O evento destacou os resultados obtidos pelo Termômetro de Direitos Humanos, questionário que permite que as empresas realizem um autodiagnóstico do comprometimento com o tema, em que compartilhamos como atuamos e a experiência no preenchimento do questionário, no qual obtivemos a nota de 82%, acima da média do mercado.

Também estivemos presentes no 9º Fórum sobre Cadeias de Fornecimento Responsáveis, promovido pela consultoria parceira DNV. Nesse fórum, que reuniu profissionais e especialistas para discutir práticas responsáveis nas cadeias de fornecimento, palestramos sobre o processo de auditoria social realizado em nossos(as) fornecedores(as) de marcas próprias e exclusivas, assim como os avanços e resultados obtidos.



Seminário de Direitos Humanos e Empresas

HOMOLOGAÇÃO E CONTROLE DE FORNECEDORES(AS) E PARCEIROS(AS)

GRI 308-1 | 308-2 | 414-1 | 414-2

Sob o *slogan* “Faça o Certo do Jeito Certo”, realizamos Análise de Risco Reputacional de Terceiros(as), para identificar, avaliar e priorizar potenciais riscos ou vulnerabilidades nas relações com fornecedores(as) diretos(as) e indiretos(as), parceiros(as) e/ou terceiros(as) elegíveis à análise, especialmente em relação ao combate à corrupção e às fraudes. Verificamos regularmente, e em 100% dos(as) parceiros(as) no momento da homologação, restrições como a Lista Suja do Trabalho Escravo, do Ministério do Trabalho e Emprego, e embargos do Ibama – a presença em alguma dessas listas leva ao cancelamento do cadastro.

Para avaliar a conformidade dos(as) parceiros(as) em relação às práticas trabalhistas e de direitos humanos, realizamos auditorias presenciais, por meio de empresas terceirizadas, em todos(as) os(as) fornecedores(as) de produtos para as marcas próprias e exclusivas e quando sediados(as) em países de alto risco, ao menos a cada dois anos. Assim, 100% de nossos(as) fornecedores(as) de marcas próprias e exclusivas foram auditados(as) pelo menos uma vez.

O processo de auditoria inclui entrevistas com colaboradores(as) e análise documental, tendo como referência a metodologia *Initiative for Compliance and Sustainability* (ICS). Cada auditoria gera um relatório, analisado internamente pelos nossos times especialistas, resultando na liberação, suspensão temporária ou no bloqueio do(a) fornecedor(a) auditado(a). Também monitoramos os planos de ação acordados, de caráter obrigatório.

Ao longo de 2024, 210 fornecedores(as) foram avaliados(as), sendo 97,9% dos(as) fornecedores(as) de marcas próprias e exclusivas nacionais e 100% dos(as) fornecedores(as) internacionais localizados(as) em países de risco com auditorias realizadas e agendadas. Para aqueles(as) que apresentaram não conformidades relacionadas aos temas analisados, sugerimos planos de ação e acompanhamos a correção por meio de auditorias de *follow-up*. Além disso, mantivemos 100% de nossos produtos têxteis certificados pela Associação Brasileira do Varejo Têxtil (Abvtex).

Outra iniciativa de 2024 foi a ampliação das auditorias sociais para o campo, realizadas em dois fornecedores(as) mais representativos(as) de banana, para produtos de marca própria e exclusiva, com o objetivo de trabalhar na melhoria contínua das cadeias produtivas de FLV e mitigar riscos socioambientais relacionados à produção agrícola.

No ano, avaliamos **210 fornecedores(as) nacionais** de nossas marcas próprias e exclusivas em **práticas trabalhistas e direitos humanos**

“As auditorias nas nossas propriedades fazem parte de nossa atuação há mais de oito anos. No Grupo Bananas Corrêa acreditamos que a melhoria contínua é essencial para garantir a qualidade, segurança e sustentabilidade na nossa cadeia produtiva. A recente auditoria social da metodologia ICS Agrícola, na Fazenda Delfinópolis/MG, foi uma oportunidade valiosa para reforçar nosso compromisso com as boas práticas agrícolas, o bem-estar dos(as) colaboradores(as) e a rastreabilidade dos produtos. A partir das recomendações, implementamos planos de ação focados em aprimorar nossos processos, desde o fortalecimento das políticas internas sociais até a modernização dos protocolos de segurança e bem-estar dos(as) trabalhadores(as). A parceria com o GPA tem sido fundamental para nossa jornada evolutiva, desafiando-nos a adotar práticas mais sustentáveis, alinhadas às exigências do mercado e dos(as) consumidores(as). Seguimos no propósito de oferecer produtos de alta qualidade. Acreditamos que auditorias como essa são essenciais para o desenvolvimento sustentável e a responsabilidade corporativa.”

José Luiz Corrêa, proprietário e CEO do Grupo Bananas Corrêa



Apoio aos(às) pequenos(as) produtores(as) e a **organizações sociais**



Sobre este relatório

Mensagens da liderança

Identidade

Estratégia corporativa

Estratégia de sustentabilidade

Governança corporativa

Nossa gente

Cadeia de valor responsável

Impacto ambiental

Impacto social

Reconhecimentos

Anexos

Em 2024, demos continuidade aos projetos que visam fortalecer os(as) pequenos(as) produtores(as), gerando renda para famílias e construindo uma cadeia de valor sustentável.

CARAS DO BRASIL

Por meio do programa Caras do Brasil, exclusivo do Pão de Açúcar, há mais de 20 anos estimulamos as culturas regionais ao oferecer aos(às) clientes produtos típicos de diferentes regiões do País, produzidos por pequenos(as) produtores(as), como cumaru (baunilha brasileira, da Amazônia), tucupi amarelo em garrafa (do Pará), mel silvestre (do Rio de Janeiro) e rapadura orgânica (de Pernambuco). O programa respeita a sazonalidade e capacidade produtiva de cada produtor(a). Em 2024, foram comercializados 25 produtos, que ficam expostos em uma gôndola específica, em 36 lojas nos estados de São Paulo, do Rio de Janeiro e do Rio Grande do Norte.

Também somos parceiros, por meio do Caras do Brasil, da iniciativa Origens Brasil, liderada pela ONG Imaflora. O projeto promove negócios que valorizam os povos da floresta e a Amazônia viva. Dois produtos do Caras do Brasil contam com o selo Origens. Por meio da leitura de QRCode disposto nessas mercadorias, os(as) consumidores(as) encontram informações e histórias sobre como e por quem os itens foram produzidos.



Gôndola de produtos Caras do Brasil

“O Apiário Mel de Teresópolis surgiu no ano 2000 de uma aspiração do casal Adriano Rodrigues e Lúcia Helena de sair do Rio de Janeiro e desenvolver um projeto socioambiental nas serras fluminenses, em que o ser humano, a preservação ambiental e as abelhas formassem um elo sustentável e produtivo para a conservação da Mata Atlântica e a polinização dos pomares. Com a firme proposta de criar um produto limpo “do campo à gôndola”, por volta de 2006, a parceria com o GPA, por meio do Programa Caras do Brasil, nos apoiou no aumento de produção e qualificação com os órgãos competentes, viabilizando nossa adesão à Inspeção Federal do Ministério da Agricultura, o que possibilita a venda de nosso mel em todo o Brasil. Foram muitos desafios vencidos e a parceria com o Caras do Brasil proporcionou avanços importantes em uma relação, não de dependência, mas de interação comercial auspiciosa. Os recursos advindos do comércio justo alavancaram não só a expansão do projeto, como também estimularam o desenvolvimento humano local. Agradecemos essa parceria consolidada que prova que iniciativas positivas como o Caras do Brasil podem fazer a diferença na preservação das ecologias e culturas locais, levando a todo o Brasil o conhecimento de produtos.”

Adriano Rodrigues, sócio da Mel de Teresópolis



PRODUTOS SOCIAIS

Contribuímos para a produção de itens oriundos de projetos e organizações sociais, com os lucros revertidos para diversas causas. Em 2024, comercializamos esses produtos sociais provenientes e/ou que beneficiaram as instituições Gerando Falcões e Amigos do Bem. O relacionamento com essas organizações se dá também via Instituto GPA, que colabora para ampliar a visibilidade dessas iniciativas.

AMIGOS DO BEM

Nossos(as) clientes encontram em nossas lojas físicas e *on-line* produtos da organização social Amigos do Bem, que dá acesso a educação, água, moradia, saúde e geração de renda a mais de 150 mil pessoas no sertão de Alagoas, de Pernambuco e do Ceará. São castanhas-de-caju, sacolas retornáveis, *Mix Nuts* e *mix* de castanhas. Os recursos financeiros obtidos com a venda dos produtos Amigos do Bem em nossas lojas são reinvestidos nas iniciativas da instituição, criando um ciclo virtuoso de transformação.

Em 2024, foram vendidas mais de 492 mil unidades desses produtos, sendo 80% *cobranding* com nossas marcas próprias e exclusivas, apresentando um aumento de 37% nas vendas comparado a 2023.

No ano, nosso presidente e 18 executivos(as) visitaram o sertão brasileiro e conheceram de perto o trabalho realizado pelos Amigos do Bem. A visita foi um momento de conexão com as pessoas e histórias que fazem parte dos produtos que chegam às nossas lojas.



Visita da nossa Diretoria-Executiva à sede dos Amigos do Bem



Castanhas Amigos do Bem e Qualitá

GERANDO FALCÕES

Em março, lançamos o produto social Nachos Qualitá Sabor Queijo, cuja venda teve a renda revertida para viabilizar projetos educacionais em favelas, em parceria com a Gerando Falcões. O produto está disponível em todas as lojas físicas do Pão de Açúcar, Pão de Açúcar *Fresh*, Minuto Pão de Açúcar, Extra Mercado e Mini Extra, além do *site* e do *app* do Extra Mercado. Em 2024, 78,4 mil unidades foram vendidas e, até março de 2025, a previsão é repassar até R\$ 250 mil para a Gerando Falcões.



Produto social Qualitá



Sobre este relatório

Mensagens da liderança

Identidade

Estratégia corporativa

Estratégia de sustentabilidade

Governança corporativa

Nossa gente

Cadeia de valor responsável

Impacto ambiental

Impacto social

Reconhecimentos

Anexos



Fornecedores(as) e parceiros(as) no evento do Programa

Programa Qualidade desde a Origem (QDO)

Lançada há mais de 15 anos, a iniciativa engloba ações relacionadas à qualidade, à rastreabilidade e à preservação ambiental. Mantemos diálogo próximo com os(as) fornecedores(as) e acompanhamos as etapas de produção, seleção, análises e compromissos socioambientais, até a chegada do produto às nossas lojas. Com o programa, transformamos o padrão de qualidade e sustentabilidade no varejo brasileiro.

Promovemos verificações *in loco* em fornecedores(as) diretos(as) e produtores(as) de FLV, ovos e carne bovina; coletas e análises laboratoriais dos alimentos; e mapeamento de dados e de notas fiscais para rastreamento e identificação de origem e inspeções da qualidade dos itens entregues nas nossas centrais de distribuição. Analisamos métricas relacionadas aos(às) hortifrutigranjeiros(as) e a todos os artigos de marcas próprias e exclusivas, o que inclui rastreabilidade, auditorias e aspectos socioambientais.

O QDO dispõe de plataforma com painéis de monitoramento, nos quais podemos acompanhar informações técnicas e dados sobre rastreabilidade, desempenho em auditorias, índices de inspeções e resultados de exames laboratoriais de nossos(as) fornecedores(as). O recurso inclui painel que rastreia a origem de frutas, legumes, verduras e ovos por meio de monitoramento e avaliação sobre possíveis resíduos de agrotóxicos, em produtos convencionais ou orgânicos. Também há informações sobre boas práticas de manipulação e armazenagem, higiene e combate às pragas e a outros contaminantes. Em relação à carne bovina, é possível verificar o desempenho de cada fornecedor(a) em rastreabilidade e geomonitoramento das fazendas de compra e inspeção de qualidade dos produtos.



Sobre este relatório

Mensagens da liderança

Identidade

Estratégia corporativa

Estratégia de sustentabilidade

Governança corporativa

Nossa gente

Cadeia de valor responsável

Impacto ambiental

Impacto social

Reconhecimentos

Anexos

EVENTO DE RECONHECIMENTO PARA FORNECEDORES(AS)

GRI 3-3 – Cadeia de valor sustentável

Nossos(as) mais de 480 fornecedores(as) inscritos(as) no Programa QDO e seus produtos são classificados por meio de *ranking* que orienta nossos times na seleção dos(as) melhores parceiros(as) comerciais. Em 2024, realizamos um evento híbrido, com mais de 500 participantes, para o engajamento e reconhecimento dos(as) melhores fornecedores(as), durante a Quinzena ESG. Foram concedidos prêmios para nove fornecedores(as) com foco na rastreabilidade, inspeção de qualidade e diligência socioambiental. O evento contou com abertura das diretorias comerciais de perecíveis, treinamento sobre auditorias sociais e palestras sobre parcerias entre indústria e varejo, o mercado de frutas, legumes e verduras, pela *International Fresh Produce Association* (IFPA), e proteínas animais, com foco na cadeia de suínos, pela Associação Brasileira de Criadores de Suínos (ABCS).



Palestra no evento de QDO

“ Para todos(as) que fazem parte da Naturovos, estar no Programa Qualidade Desde a Origem com o GPA nos oportuniza o desenvolvimento constante de nossas boas práticas, promovendo a busca pelo conhecimento e aperfeiçoamento de nossos processos, resultando em benefícios para todos(as), pois para nós a evolução acontece na mesma medida em que entregamos um produto cada vez melhor para o GPA. E isso se confirma com a premiação que recebemos em 2024, como fornecedor destaque em ovos. Nosso trabalho segue constante com o QDO para seguirmos crescendo juntos(as).”

Anderson Herbert, Diretor Comercial da Naturovos



Troféus para premiação dos(as) fornecedores(as)



Marcelo Pimentel, CEO do GPA, palestra no encontro



Sobre este relatório

Mensagens da liderança

Identidade

Estratégia corporativa

Estratégia de sustentabilidade

Governança corporativa

Nossa gente

Cadeia de valor responsável

Impacto ambiental

Impacto social

Reconhecimentos

Anexos

Segurança alimentar e cultura de **qualidade** e **sustentabilidade**

Nossos processos de controle de qualidade visam garantir a segurança alimentar, razão pela qual respeitamos todos os requisitos legais e aprimoramos constantemente nossas políticas e nossos procedimentos. Exemplo é nossa ação para mitigar os riscos de contaminação de produtos perecíveis, reduzindo prejuízos e quebras e zelando pela saúde dos(as) nossos(as) clientes.

Procuramos garantir a conformidade dos rótulos dos produtos, a prestação de informações aos(às) consumidores(as) sobre a composição e os benefícios e riscos relacionados a eles(as), além de adotar procedimentos específicos para itens de marcas próprias e exclusivas em relação a desenvolvimento, embalagens e processo de não conformidade: 100% dos produtos de marcas próprias e exclusivas são abrangidos por procedimentos para a avaliação da conformidade quanto à rotulagem dos produtos. **GRI 417-1**

A partir da entrada em vigor de resoluções e instruções normativas da Anvisa sobre rotulagem de alimentos embalados (RDC 429 e IN 75, 2020), revisamos 100% dos rótulos de nossos produtos de marcas próprias e exclusivas, conforme o prazo legal.

Faz parte de nossa estratégia ampliar a comercialização de produtos mais sustentáveis, contribuindo para um estilo de vida mais saudável de clientes, colaboradores(as) e fornecedores(as). Procuramos ampliar nosso portfólio nesse sentido, reduzindo o desperdício e o uso de embalagens não recicláveis ou não reutilizáveis. Também estimulamos o consumo consciente por meio de campanhas em

nossas lojas e redes sociais. Nossas lojas contam com gôndolas de equilíbrio e bem-estar, de forma a dar mais visibilidade a produtos orgânicos, integrais, veganos e livres de lactose, açúcares ou glúten. Por meio de uma comunicação objetiva, buscamos auxiliar os(as) clientes na escolha dos produtos.

Nossa marca própria Taeq, pioneira no segmento de alimentação saudável, assina mais de 150 produtos que têm propriedades nutricionais respaldadas por publicações acadêmicas e são livres de Organismos Geneticamente Modificados (OGM). Também são caracterizados por sua composição com poucos ingredientes (*clean label*) e pela rotulagem simples e objetiva, com informações didáticas para os(as) consumidores(as). Os alimentos da marca são produzidos conforme orientações do Guia Taeq, que informa os ingredientes e as formulações que podem ou não ser utilizados. **SASB FB-FR-260a.2**

Em 2024, também mantivemos o incentivo ao consumo de alimentos orgânicos. Disponibilizamos mais de mil produtos dessa categoria, dos quais 1,4% da marca Taeq.

No *e-commerce*, buscamos estimular o consumo de orgânicos com descontos de 20% em produtos do gênero todas às quartas e às quintas-feiras no Pão de Açúcar. Também realizamos edições dos Festivais de Orgânicos FLV com duração de 15 dias. Outra estratégia é equiparar o preço de alguns produtos convencionais e orgânicos, como a alface americana Taeq. Em 2024, a venda desses itens em nossas lojas teve alta de 2,4% em relação ao ano anterior, sendo o Rio de Janeiro com maior evolução na categoria – 10% de crescimento de venda em comparação a 2023.

CERTIFICAÇÕES **GRI 2-23**

Para os produtos de nossas marcas próprias e exclusivas, verificamos as certificações de todos(as) os(as) fornecedores(as) e analisamos se os itens atendem às legislações necessárias e cumprem as melhores práticas na produção e no manejo, como:

- Bem-estar animal (*Certified Humane*), para ovos de galinhas livres de gaiolas.
- Bem-estar animal (*Fair Food*), para queijo ralado.
- Selo de Pureza 100% Búfalo, da Associação Brasileira de Criadores de Búfalo (ABCB), e A2A2 nos produtos contendo leite de búfala.
- *Aquaculture Stewardship Council* (ASC), *Best Aquaculture Practices* (BAP), *Dolphin Safe* e *Marine Stewardship Council* (MSC), para pescados de água doce e salgada.
- *Forest Stewardship Council* (FSC) de manejo florestal sustentável, para produtos que contêm celulose.
- Bonsucro e selo *Carbon Trust*, para o leite zero lactose Taeq, que tem embalagem produzida com polietileno obtido de cana-de-açúcar.
- AVAL, da Associação Brasileira da Avicultura Alternativa, para proteínas animais orgânicas. **SASB FB-FR-430a.4**



- Sobre este relatório
- Mensagens da liderança
- Identidade
- Estratégia corporativa
- Estratégia de sustentabilidade
- Governança corporativa
- Nossa gente
- Cadeia de valor responsável**
- Impacto ambiental
- Impacto social
- Reconhecimentos
- Anexos



Gôndola Extra Equilíbrio em loja do Extra Mercado

Controle de marcas próprias e exclusivas

GRI 3-3 – Produtos responsáveis e seguros

A saúde e segurança de nossos(as) clientes é prioridade e, em 100% dos produtos de nossas marcas próprias e exclusivas, adotamos processo de homologação para avaliar aspectos relacionados aos(as) fornecedores(as), a questões regulatórias, matérias-primas utilizadas, *performance*, aspectos sensoriais, elaboração de rótulos, aprovação de informações sensíveis, validação de primeira produção, acompanhamento de reclamações e, por fim, monitoramento em gôndola. Todas as não conformidades encontradas são tratadas e registradas.

GRI 416-1

Mantemos a área de Qualidade do Produto e um processo de gestão de tratativa de não conformidade dos produtos de marcas próprias e exclusivas. Temos compromisso com a melhoria contínua e monitoramos com atenção as manifestações de consumidores(as) e o desempenho dos produtos para a adoção de medidas que visam não apenas à correção de não conformidades, mas também à prevenção de desvios futuros. Elas têm como objetivo garantir o atendimento aos mais altos padrões de qualidade e segurança, o fortalecimento da relação com os(as) consumidores(as) e a promoção de maior confiança e satisfação.

No desenvolvimento de produtos de marcas próprias e exclusivas realizamos a validação de primeira produção, verificando a conformidade da rotulagem com as especificações técnicas e sensoriais estabelecidas no início do projeto.



RECEBA
NOSSAS
OFERTAS
PELO
WHATS

**Pertinho do
vencimento**

Produtos próximos
ao vencimento com
ótimos preços.

Geladeiras do Pão de Açúcar Fresh

9

Impacto
ambiental



Comunicação em geladeira de loja sobre a iniciativa de redução de carbono

Mudanças climáticas

GRI 3-3 – Emissões e mudanças climáticas

Buscamos contribuir com o enfrentamento das mudanças climáticas e seus efeitos, e trabalhamos para reduzir impactos de nossos negócios no meio ambiente. Procuramos soluções e inovações para combater o desperdício de alimentos, minimizar nossas emissões de Gases do Efeito Estufa (GEE) e o consumo de recursos naturais, além de estimularmos a correta destinação de resíduos e a economia circular e de baixo carbono.

Em 2024, reafirmamos nossos compromissos com o combate às mudanças climáticas e estabelecemos novas metas de longo prazo. Mantemos ainda diretrizes expressas em nossa [Política de Gestão Ambiental](#) sobre o tema, orientadas pelos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS), pelo Acordo de Paris e por outras orientações globais, além de atuarmos em conformidade com as legislações pertinentes.

EMISSIONES GRI 305-5

Estabelecemos como meta de curto prazo a redução de 50% das emissões de GEE de escopos 1 e 2 até 2025 (ano-base 2015) e, nos médio e longo prazos, de 60% até 2030 e 70% até 2040. Registramos 6,9% de redução nas emissões, dos escopos 1 e 2, em comparação ao ano anterior, pelas ações descritas a seguir:

GASES REFRIGERANTES

Continuamos trabalhando para evitar emissões fugitivas (Escopo 1), como gases refrigerantes, com a modernização de equipamentos de refrigeração e *retrofits* das casas de máquinas.

A substituição de gases refrigerantes como HCFC e HFC por gases de menor Potencial de Aquecimento Global (*Global Warming Potential*, em inglês), como dióxido e gás propano, é uma de nossas principais iniciativas no âmbito da redução das emissões. Os gases refrigerantes, utilizados nos sistemas de refrigeração de nossas lojas, são responsáveis por aproximadamente 70% de nossa pegada de carbono. Com a modernização desses sistemas, troca de periféricos e manutenção preventiva de máquinas e equipamentos, e a consequente redução de vazamentos, evitamos a liberação de 14 mil toneladas de CO₂ e na atmosfera e reduzimos em 5,8% as emissões fugitivas em relação ao ano de 2023. Em nossas 60 novas lojas ou reinauguradas, o uso de gases com alto índice de GWP é proibido. Nas lojas de proximidade, usamos o gás propano nos refrigeradores expositores em 100% das novas unidades.



Interior da loja do Extra Mercado

ENERGIA RENOVÁVEL GRI 302-1 | 302-4

Em 2024, atingimos nossa meta de 100% do consumo de média-tensão proveniente de fontes renováveis, encerrando o ano com 224 lojas abastecidas pelo Mercado Livre, além de certificados I-REC (*International Rec Standard*), que ratificam o uso de energias advindas de fontes eólica e solar. Além disso, uma loja do Pão de Açúcar, em Sorocaba (SP), e uma do Minuto Pão de Açúcar, em Campinas (SP), possuem usinas solares instaladas nas coberturas.

Nas lojas novas ou reinauguradas, adotamos medidas como projetos luminotécnicos e automações para aumentar a eficiência energética.

Um destaque de 2024 foi a assinatura de contrato com a EDP para o abastecimento de 40 unidades do Minuto Pão de Açúcar, em São Paulo, com energia solar. O contrato prevê o fornecimento de 16,8 GWh (gigawatts-hora) entre 2024 e 2026. O fornecimento, pela modalidade de geração distribuída, tem como propósito evitar a emissão de 648,5 toneladas de CO₂ durante o período.

Mesmo com todas essas ações, registramos alta do consumo total de energia de 7,7% em relação ao ano anterior. A intensidade energética foi de 811,2 kWh por metro quadrado de loja, redução de 1,8% na mesma comparação. O maior consumo de energia elétrica é explicado pela abertura e reinauguração de lojas com elevado nível de serviços e pelas altas temperaturas registradas.

Esse é um tema que será endereçado nos próximos anos com a continuidade de ações de identificação das lojas mais ofensoras e criação de planos de ação e ampliação da busca por soluções de energia renovável para as lojas de baixa tensão.

EFICIÊNCIA NO USO DA ÁGUA GRI 303-5

Nosso consumo total de água na operação foi de 1.333 mil m³, 15% maior que no ano anterior. As iniciativas para aprimorar a eficiência do uso dos recursos hídricos incluem campanhas de conscientização de nossos(as) colaboradores(as) e manutenção de equipamentos. Além de nossa sede, 14 lojas utilizam águas pluviais coletadas em tanque de retardo em vasos sanitários, rega de jardim, lavagem de estacionamento, limpeza de carpetes e doca.

“Em nosso compromisso com a sustentabilidade, nossa equipe está constantemente buscando soluções inovadoras para reduzir nosso impacto ambiental. Em 2024, implementamos um projeto-piloto em 11 lojas do formato de proximidade, que contam com sistemas de reúso de água. A iniciativa permite que as águas de chuva coletadas nas coberturas sejam reaproveitadas para limpeza de calçadas, áreas ajardinadas e bacias sanitárias. Essa solução sustentável não apenas reduz nosso consumo de água potável, mas também gera economia e baixa manutenção. Além disso, o sistema combina armazenamento convencional com um tanque de reúso, garantindo um abastecimento ininterrupto em momentos de escassez. Dessa forma, estamos não apenas reduzindo nosso impacto ambiental, mas também garantindo a continuidade das operações de nossas lojas sem produzir quaisquer impactos.”



Rafael Ribeiro Mendes, Gerente de Projetos do GPA

OTIMIZAÇÃO LOGÍSTICA **GRI 305-5**

De forma a reduzir a emissão de gases poluentes relacionados ao transporte, adotamos medidas para otimizar a frota e para alcançarmos consumo mais eficiente de combustíveis. Demos continuidade a soluções como múltiplas coletas em pontos de expedição, *transit points* (centros consolidadores de cargas), redução de malha logística, abertura e contratação de *hubs* terceirizados para possibilitar a consolidação de cargas com outros embarcadores, melhor gestão de categorias de produtos enviados para as lojas – o que minimiza a necessidade de reabastecimentos –, emprego de veículos elétricos e roteirização de nossas cargas e trajetos.

Como resultado, reduzimos em 2,3% o número de viagens realizadas em relação a 2023. Com a adoção de percursos otimizados, no qual um único veículo realiza coletas em mais de uma central de distribuição, evitamos no ano mais de 13.900 viagens, apoiados por nosso Sistema de Gerenciamento de Transporte, presente em 100% de nossas lojas e em 100% de nossas Centrais de Distribuição.

Em relação à entrega de produtos, o destaque foi a aquisição de *rolltainers* isotérmicos em nossa Central de Distribuição 1, fundamentais para manter a integridade dos produtos, especialmente os que requerem controle de temperatura. Os equipamentos permitem que os itens sejam transportados de forma segura, minimizando a necessidade de veículos refrigerados, uma vez que é possível utilizar veículos secos para o transporte.

Investimos ainda em soluções de mobilidade sustentável e diversificamos os modais de transporte para atender os(as) clientes de forma mais eficiente. Nossa frota conta com cinco *vans* elétricas para *delivery* em um raio de até sete quilômetros de distância das lojas. Essa modalidade foi responsável por mais de 15.800 entregas em 2024. Para distâncias curtas, na chamada última milha, incentivamos a entrega com bicicleta, quando o raio de distância for até dois quilômetros, somando em 2024 mais de 45.870 entregas. O período contou ainda com 366.206 entregas realizadas por motos, mais eficientes na comparação com veículos utilitários.

SEMANA TOP LOG GPA

Pelo segundo ano consecutivo, promovemos a Semana Top Log GPA, com ações dedicadas aos(às) nossos(as) fornecedores(as) e parceiros(as) da indústria. O lançamento da Semana contou com um *podcast* especial, com o debate sobre a relevância da sustentabilidade, da adoção de práticas ESG, da gestão de riscos e das novas habilidades e competências, no cenário de transformação digital, para profissionais que atuam na contratação, na cadeia produtiva e de suprimentos. Além disso, foram realizadas visitas guiadas para um time de fornecedores(as) nas lojas Pão de Açúcar e Extra Mercado na Avenida Ricardo Jafet, em São Paulo, para uma imersão com atividades como a de reposição de mercadorias; e promovida ação de voluntariado, com um grupo de empresas parceiras apoiando o Projeto Quixote com etiquetagem e precificação de peças em um bazar beneficente. O último dia contou com a nossa tradicional premiação e certificação dos(as) fornecedores(as) com o melhor desempenho na cadeia de abastecimento em 2024. Uma das categorias de reconhecimento foi em Ações ESG, no qual foi premiada a *Pernod Ricard* pela iniciativa que reduziu 70% das emissões de carbono na logística, utilizando modais e combustíveis mais eficientes, além da atuação na modalidade de *backhaul*, consolidando cargas, reduzindo quilômetros rodados, número de viagens e evitando entregas fracionadas.



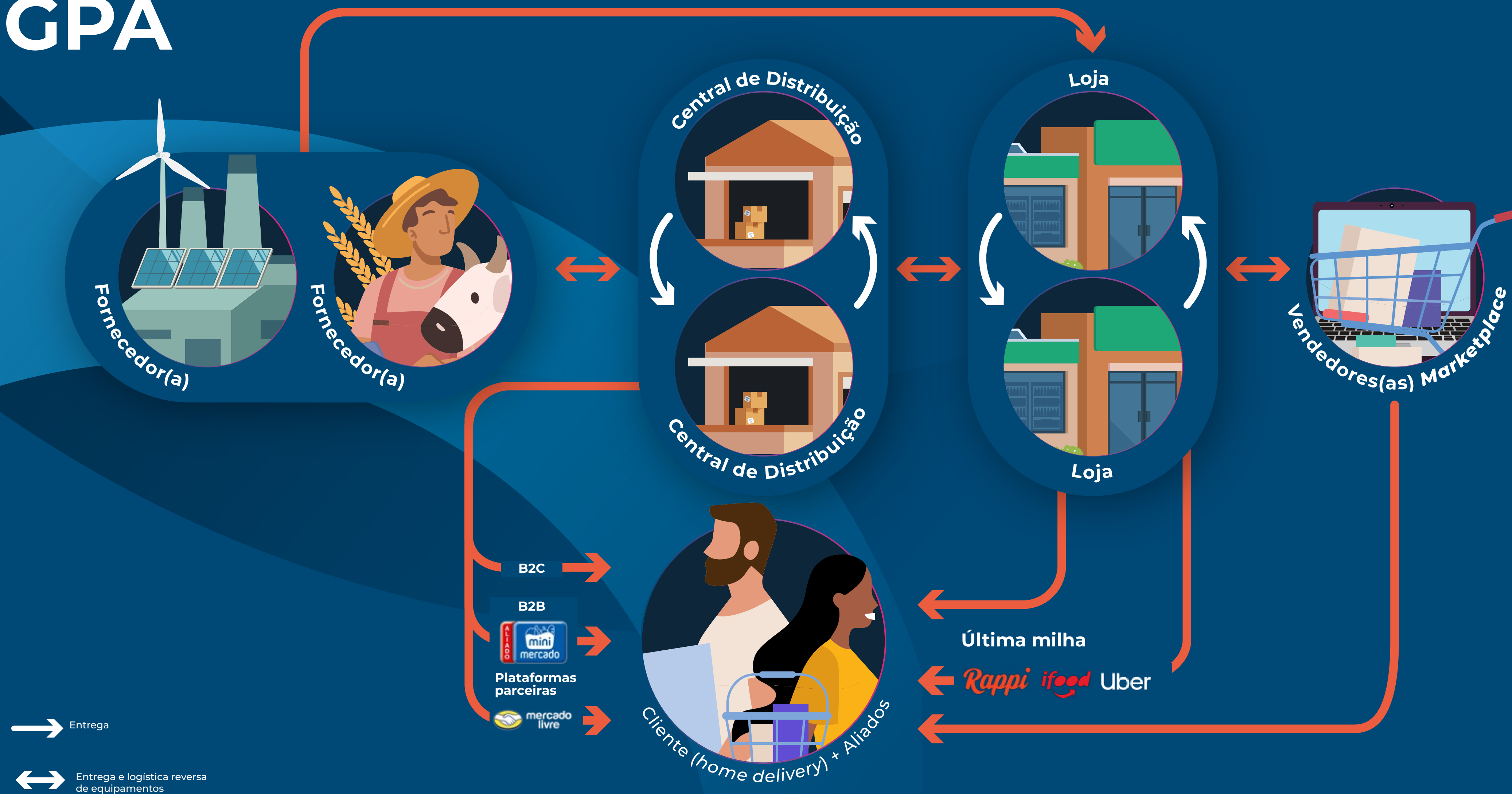
Rui Cunha, Diretor-Executivo de Supply do GPA, apresenta o evento

“Receber o prêmio Top Log ESG da melhor iniciativa sustentável na logística reforça nosso compromisso com um futuro mais verde e eficiente. Na Pernod Ricard, investimos na redução de CO₂ na logística interna, adotando cabotagem e veículos movidos a GNV, otimização das entregas para aumentar o volume transportado, reduzindo as emissões de CO₂ da nossa operação com o varejo. Seguimos juntos(as) com o GPA na busca por soluções logísticas cada vez mais sustentáveis.”



Marcelo Godoy, Supply Sr Manager na Pernod Ricard

Logística GPA



Sobre este relatório

Mensagens da liderança

Identidade

Estratégia corporativa

Estratégia de sustentabilidade

Governança corporativa

Nossa gente

Cadeia de valor responsável

Impacto ambiental

Impacto social

Reconhecimentos

Anexos

Resíduos e economia circular

GRI 3-3 – Economia circular | 306-1 | 306-2 | 306-4 | SASB FB-FR-430a.4

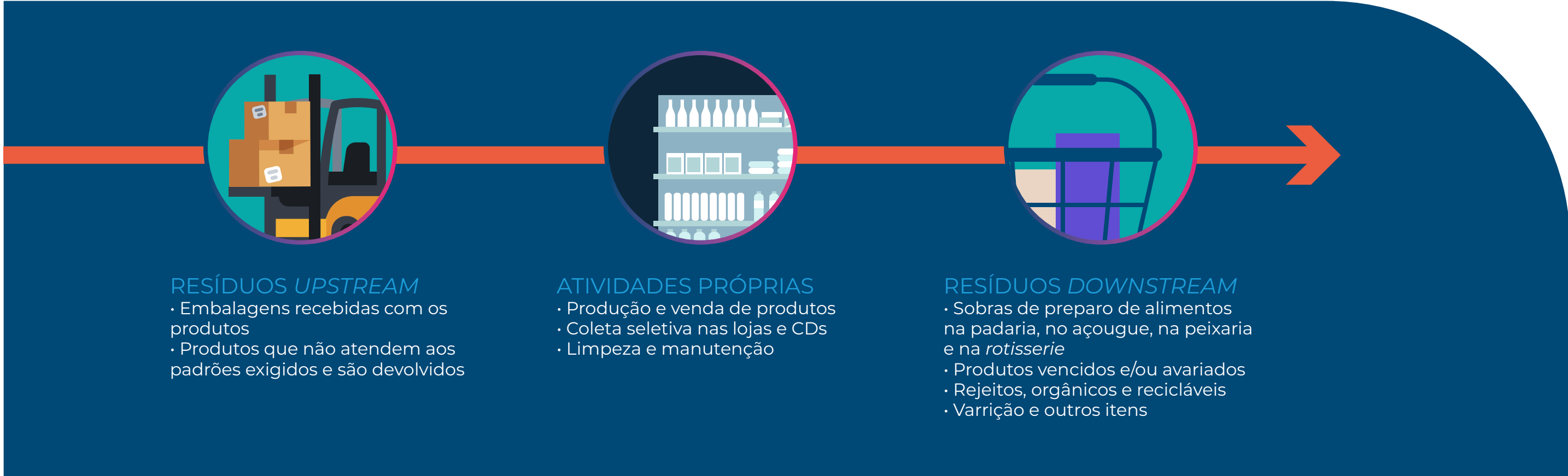
Buscamos aprimorar continuamente a gestão de resíduos, conscientes de que a destinação inadequada tem potencial para causar impactos negativos ao meio ambiente, como poluição do solo e dos corpos d’água, além de contribuir para o aquecimento global por meio das emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE). Contamos com mais de 700 lojas e, ao atendermos diariamente milhares de clientes, temos a possibilidade real de influenciar os(as) consumidores(as) a adotarem iniciativas mais sustentáveis e buscar formas de logística reversa dos produtos consumidos.

Adotamos constantemente iniciativas para ampliar o reaproveitamento e a correta destinação dos nossos principais resíduos gerados, que são os sólidos de Classe II, que incluem materiais orgânicos, rejeitos e recicláveis. Também estimulamos a circularidade e combatemos o desperdício de alimentos.

Em 2024, colhemos os resultados de algumas ações iniciadas no ano anterior, visando à redução do envio de resíduos a aterros sanitários, e ampliamos o número de lojas com coleta seletiva nas unidades de São Paulo – para mais de 280 lojas.

Mantivemos em 100% de nossas lojas o programa Reuse, que tem como objetivo implantar nosso plano de gerenciamento de resíduos sólidos, de acordo com a legislação vigente, e promover a conscientização ambiental. O programa inclui definição de plano de ação, ajuste de infraestrutura, adequação de materiais, treinamento dos times e monitoramento mensal dos indicadores. Em 2024, ele foi implantado também em nossas centrais de distribuição de São Paulo.

Dessa forma, aprimoramos nosso desempenho, com 67.890,9 toneladas recolhidas e mais de 50% de nossos resíduos destinados a reciclagem, compostagem e coprocessamento, 311% mais do que o volume de 2023. Monitoramos mensalmente a quantidade e o percentual de cada tipo de resíduo enviado para operações de recuperação e destinação final, por meio dos Manifesto de Transporte de Resíduos (MTRs) e Certificados de Destinação Final (CDFs) emitidos, de forma a garantir o encaminhamento correto, o que também está estipulado em cláusulas contratuais com os(as) prestadores(as) de serviços.



PROJETOS-PILOTO

Buscamos, ao longo do ano, testar alguns projetos-piloto para entender o que se adaptaria e poderia ser incorporado na nossa operação:

GESTÃO DE RESÍDUOS

Implementamos novos equipamentos para a segregação e destinação adequada de resíduos na loja Pão de Açúcar, em Alphaville (SP). As ações, que envolveram a instalação de caçambas para segregação do coco verde e a implementação de gaiolas para separação de papelão e plástico, resultaram em uma melhor separação dos resíduos, contribuindo para a eficiência do descarte e da reciclagem dos materiais.

REAPROVEITAMENTO DE ORGÂNICOS

Iniciamos na loja de Tamboré (SP), com a empresa Protin, que desenvolve produtos para nutrição animal a partir da larva da mosca, um piloto para soluções alternativas para o reaproveitamento de resíduos orgânicos.

PROJETO DE COPROCESSAMENTO

Implementamos o coprocessamento de resíduos em 140 lojas do GPA. O projeto tem como objetivo reduzir o impacto ambiental por meio do correto tratamento e reaproveitamento dos resíduos. Os resultados obtidos foram o desvio de aterro, contribuindo para a redução do impacto ambiental, e o aumento da separação dos recicláveis, possibilitando melhor reaproveitamento dos materiais.

LOGÍSTICA REVERSA **GRI 306-2 | SASB FB-FR-430a.4**

Fomentamos a reciclagem entre nossos(as) clientes. Além de nossas Estações de Reciclagem – iniciativa conduzida desde 2001, com mais de 135 mil toneladas de resíduos coletados desde então –, divulgamos nas redes sociais informações sobre a separação correta de materiais por meio de vídeos educativos.

Em 2024, mantivemos 57 Pontos de Entrega Voluntário de Embalagens pós consumo, em alguns formatos:

- **Estações de Reciclagem Pão de Açúcar**, operadas em parceria com a Ambipar Triciclo no ano, no total, coletamos 2,6 mil toneladas de resíduos recicláveis dos(as) clientes, que foram destinados a empresas recicladoras e 13 cooperativas de catadores(as), gerando mais de 30 postos de trabalho direto nos pontos de entrega voluntária e mais de 580 cooperados(as) impactados(as). Nos meses de julho e agosto, realizamos pesquisa regional (SP, CE, DF, GO, MG e MS) sobre nossas Estações de Reciclagem para identificar os perfis de clientes que as utilizam, mensurar o nível de satisfação e coletar sugestões de melhoria. Foram ouvidas 2.102 pessoas. Entre as que já utilizam as estações (19%), os principais motivos são sustentabilidade e confiança, com 51% das respostas. O NPS foi de 69,6 pontos.
- **Retorna *Machines***, máquinas por meio das quais nossos(as) clientes contribuem com o processo de destinação correta de resíduos e acumulam pontos para trocar por benefícios em transporte, livraria, telefonia, iFood e outros. Já são 20 máquinas ativas, em parceria com a Ambipar Triciclo, e prevemos a expansão em 2025. Uma das unidades foi montada em nossa sede para incentivar o descarte correto de resíduos pelos(as) colaboradores(as). Durante o Dia Internacional da Reciclagem, incentivamos a troca de embalagens, creditando pontos em dobro. Já na semana de celebração do Dia Mundial do Meio Ambiente, estimulamos a participação de nosso time no concurso Recicla que Retorna, da Ambipar Triciclo. As três pessoas que mais reciclaram nas Retorna *Machines* de todo o Brasil foram premiadas com *vouchers* IfoodCard.
- **Retorna *Machines***, em parceria com a Ecoloop e a Coca-Cola, em lojas Minuto Pão de Açúcar e Pão de Açúcar *Fresh*, em Alphaville, com ganho de pontos Stix a cada embalagem descartada. De setembro a dezembro, 332 clientes foram beneficiados(as) com 32.784 pontos Stix creditados. Essa iniciativa começou na tradicional Corrida do Pão ([saiba mais na página 20](#)). Os(As) atletas ganharam cinco pontos Stix a cada embalagem depositada.

- **Estação Preço de Fábrica**, em parceria com a *Green Mining* e o Grupo Boticário, onde os(as) clientes recebem, via transferência, o valor pago pelas usinas de reciclagem pelos resíduos descartados. A estação, localizada no Pão de Açúcar Jabaquara recebeu 287,4 toneladas de materiais recicláveis no período.



Estação de Reciclagem do Pão de Açúcar



- **Recicle e Ganhe** em parceria com a Danone Brasil e a Avery Dennison, no qual, ao descartar embalagens pós-consumo na Estação de Reciclagem de duas lojas Pão de Açúcar (Roberto Marinho e Santana), os(as) clientes recebem um cupom instantâneo pela participação, com desconto em produtos Danone nas lojas participantes e no e-commerce do Pão de Açúcar, além de somarem pontos no aplicativo da *Green Mining*, que podem ser usados como desconto em produtos selecionados da Danone Brasil. Podem ser entregues materiais como vidro, plástico, metal, longa vida, papel e papelão. No período, recebeu 20 toneladas de materiais recicláveis.

“A Estação Recicle&Ganhe Danone com GPA, Green Mining e Avery Dennison pilotou um modelo inovador de coleta de embalagens pós-consumo, engajando clientes. Ao entregar recicláveis, o(a) cliente podia ganhar 15% de desconto em produtos Danone, incentivando sua participação. Era preciso se cadastrar no app da Green Mining e ser Cliente Mais. Percebemos um aumento no volume coletado nas estações, o que evidencia a importância da divulgação da ação e que somar forças traz resultados. Sustentabilidade se faz em parceria!”



Sabine Milioni, Analista de Sustentabilidade na Danone

Seguimos em busca de novas soluções e tecnologias para a melhoria contínua do programa de logística reversa.

Além disso, coletamos em nossas lojas outros tipos de materiais, tais como:

MATERIAIS RECICLADOS



Rolhas de cortiça – A parceria entre o Pão de Açúcar e a Corticeira Paulista é responsável por tratar as peças, triturá-las e transformá-las novamente em matéria-prima. Em 2024, foram recolhidas 5,9 mil rolhas.



Lâmpadas – Mais de dez lojas Extra Mercado coletaram 0,4 tonelada de lâmpadas em 2024. O projeto é mantido em parceria com a Reciclus.



Cápsulas de café – Em 2024, o programa, em parceria com a Nestlé, recolheu 6,3 toneladas de cápsulas, em 94 lojas do Pão de Açúcar.



Óleo de cozinha – Em parceria com a Bunge, mantivemos projeto em 45 lojas para a coleta de óleo de cozinha usados pelos(as) nossos(as) clientes. Em 2024, foram coletados 201 litros de óleo.



Pilhas e baterias – Todas as nossas lojas mantêm coletores, em parceria com a Green Eletron, e uma tonelada foi coletada no ano.



Sobre este relatório

Mensagens da liderança

Identidade

Estratégia corporativa

Estratégia de sustentabilidade

Governança corporativa

Nossa gente

Cadeia de valor responsável

Impacto ambiental

Impacto social

Reconhecimentos

Anexos



Colaboradora organiza produtos com embalagens biodegradáveis

Estimulamos o consumo consciente e **buscamos oportunidades de substituição e redução de embalagens**



Copo de papel e mexedor de madeira no Espaço Café do Pão de Açúcar

Embalagens

Além de nossas ações para promover o descarte consciente de resíduos, nos preocupamos com a produção de embalagens em nossa operação, estimulando o consumo consciente, seja em relação às nossas marcas próprias e exclusivas, seja as dos produtos que utilizamos ou comercializamos em nossas lojas.

Em 2024, atualizamos um estudo sobre as embalagens de loja utilizadas pelos(as) clientes para levar nossos produtos para casa (sucos prontos, embalagens de manipulados, sacos para pães, por exemplo), de forma a entender qual percentual de materiais recicláveis e/ou reutilizáveis eram usados para esse fim e traçar um plano de ação com nosso time de Compras para ampliação. A partir dessas revisões, conseguimos identificar oportunidades, como aconteceu no Espaço Café do Pão, em que os mexedores de café e copos descartáveis foram substituídos por materiais feitos com insumos biodegradáveis. Também substituímos as embalagens de isopor, usadas para acondicionamento de frios manipulados nas lojas, pelas de papel *kraft* (certificação FSC) e polietileno (*duofresh*), que podem ser recicladas.

Em nossas marcas próprias e exclusivas Taeq e Qualitá, frutas, legumes e verduras são vendidos em bandejas biodegradáveis, feitas de celulose e amido, livres de petroquímicos e aditivos tóxicos.

Outra iniciativa para estimular a redução do uso de embalagens é a venda de produtos a granel em 53 de nossas lojas, com embalagens de papel, e de produtos orgânicos, sem embalagens, em duas lojas.

PROGRAMA NOVO DE NOVO **SASB FB-FR-430a.4**

Seguimos com o nosso compromisso de ter 100% de embalagens de nossas marcas próprias e exclusivas recicláveis, reutilizáveis e/ou compostáveis até 2030. Para gestão desse objetivo, adotamos o Novo de Novo, programa composto por quatro eixos – Mapeamento e Diagnóstico, *Redesign* e Inovação, Comunicação e Engajamento e Fechamento de Ciclos e Rastreamento –, com metas e indicadores próprios para apoiar nessa evolução.

Para acompanhamento, as embalagens são classificadas com as cores verde, amarela e vermelha, de acordo com a reciclabilidade de seus componentes.

Os produtos que integram a iniciativa (considerados verdes) são identificados por selos que contribuem para a sensibilização dos(as) consumidores(as) e o apoiam a descartar corretamente as embalagens.

Embora exista um desafio para a substituição de embalagens não recicláveis por outras com maior potencial de reciclabilidade sem comprometer a proteção, conservação e segurança do produto, buscamos inovar no *design* e desenvolver embalagens com quantidades menores de plásticos não reciclados e matérias-primas virgens, como as embalagens da linha de temperos Taeq, que contém frascos com 20% de conteúdo reciclado em sua composição, e a linha de sacos para lixo com alça e antibacteriano Qualitá, que substitui o filme BOPP para filme PE, tornando a embalagem 100% reciclável.

Investimos também na troca de rótulos de BOPP não reciclável por impressão direta em alguns produtos, como no requeijão cremoso, *cream cheese* e nas embalagens de açaí Qualitá.

Em 2024, 51,2% do volume das embalagens no mercado de nossas marcas próprias e exclusivas eram recicláveis, reutilizáveis e/ou compostáveis. **GRI 301-2**



Açaí Qualitá com impressão direta



Embalagem do tempero de frango Taeq



Embalagem Novo de Novo de aveia Taeq

Combate ao desperdício

GRI 3-3 – Combate ao desperdício de alimentos | 306-2

Como um dos maiores varejistas alimentares do Brasil, nos comprometemos com o combate ao desperdício de alimentos em toda a nossa operação. O tema, pela relevância e pelo potencial impacto negativo, é abordado em nossa [Política de Gestão Ambiental](#), que segue as prioridades das Nações Unidas definidas nos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS).

Buscamos agir de forma colaborativa, com a conscientização e ações em nossa cadeia de valor, incluindo a busca constante por soluções com os(as) fornecedores(as), para aumentar a vida útil dos produtos em nossas lojas e, com nosso time, por mais eficiência nos pedidos e no processo de abastecimento, com iniciativas para aperfeiçoamento das decisões comerciais.

Acompanhamos e inspecionamos estoques para evitar excessos e garantir a rotação adequada dos itens. Além disso, contamos com outras ações, que incluem:

- **Treinamento constante nas lojas** para orientar sobre como evitar o desperdício de alimentos e quais são as ações que podem ser feitas nesse sentido;
- **Disponibilização de informativo com orientações educativas** de padrões de produtos, safra e sazonalidade;
- **Orientação contínua aos(às) colaboradores(as) sobre manuseio seguro de alimentos e práticas de controle de qualidade**, como atualização de fichas, comparação, alinhamentos técnicos, entre outros;
- **Presença de chefe de prevenção e perdas**, em cada loja, a quem cabe revisar os pedidos de produtos para melhorar o giro e o ajuste de estoque. Diariamente, eles(as) devem analisar tanto as informações sobre o vencimento de produtos como as condições de frutas, legumes e verduras; e
- **Adoção de medidas para garantir o melhor aproveitamento e uso de alimentos**, o que engloba ações como a Oferta de Prontinhos, legumes e frutas processados para consumo imediato, com utilização de insumos no seu melhor ponto de maturação, para venda em embalagens individuais; e produção de coprodutos, como farinhas de rosca e torradas a partir das sobras de pão francês nas operações de padarias e *rotisserie* de nossas lojas.





Sacola da Food to Save pronta para entrega

VENDAS COM DESCONTO GRI 306-2

Para minimizar desperdícios, comercializamos com valores menores os produtos que estão com data de validade próxima. Os descontos podem variar entre 10% e 80%, conforme o item, e muitas de nossas lojas contam com gôndolas específicas para a oferta desses produtos. Em 2024, foram cerca de R\$ 748 milhões vendidos e 88 milhões de produtos que deixaram de ser descartados.

O destaque de 2024 foi a parceria firmada com a *Food To Save*, principal *app* nacional contra o desperdício de alimentos, que evitou o desperdício de mais de 66,9 toneladas de alimentos de setembro até dezembro em nossas lojas. Ao fim de 2024, mantínhamos a iniciativa em 315 lojas de mais de 70 cidades das regiões Sudeste, Centro-Oeste e Nordeste do País, superando a nossa expectativa inicial. E, para 2025, já iniciamos o *roll-out* para as lojas de proximidade.

Nas lojas Pão de Açúcar e Extra Mercado, os(as) atendentes montam sacolas-supresa, doces, salgadas ou mistas, com alimentos para consumo imediato, próximos ao vencimento ou fora do padrão. As sacolas são vendidas no *app* da *Food To Save*, com desconto de 50%, e podem ser retiradas nas lojas ou entregues aos(as) clientes. Em 2024, foram comercializadas 66,9 mil sacolas para mais de 34 mil clientes, o que evitou a emissão de 167,3 toneladas de CO₂. A frequência de recompra é de 1,8 ponto, demonstrando a satisfação dos(as) clientes. Também recebemos nota 4, em uma escala de 0 a 5, no aplicativo, o que atesta o sucesso da parceria para o nosso público.

“Na Food To Save, acreditamos que grandes mudanças acontecem quando unimos forças com parceiros(as) que compartilham do mesmo propósito. O GPA tem sido um aliado essencial na nossa missão de reduzir o desperdício de alimentos, proporcionando soluções sustentáveis e acessíveis para milhares de consumidores(as). Sabemos que o sucesso dessa parceria depende do engajamento dos times, que trabalham juntos(as) para garantir a melhor experiência para o(a) cliente. Esse comprometimento é fundamental para gerar impacto positivo e fortalecer essa causa tão importante. O GPA inspira outros(as) empresários(as) e grupos do Brasil a repensarem seus processos e a adotarem práticas mais sustentáveis, mostrando que é possível unir eficiência operacional, responsabilidade social e impacto ambiental positivo.”

Lucas Infante, CEO e Founder da Food to Save



Alinhados ao nosso propósito de alimentar sonhos e vidas, adotamos práticas como o [Programa Parceria Contra o Desperdício](#), que visa à destinação de produtos que ainda estão em condições de consumo, mas não apropriados para a venda, para organizações sociais e bancos de alimentos.

Com todas essas ações de combate ao desperdício, acompanhamos alguns impactos reais positivos como a redução de custos operacionais, maior eficiência no controle de qualidade e abastecimento das lojas; o apoio ao combate à insegurança alimentar por meio de doações, fortalecendo organizações sociais com a ampliação da capacidade de atendimento, além do incentivo a novas formas de consumo.



10
Impacto
social

Colaboradores(as) GPA participam de ação da Árvore Solidária



Sobre este relatório

Mensagens da liderança

Identidade

Estratégia corporativa

Estratégia de sustentabilidade

Governança corporativa

Nossa gente

Cadeia de valor responsável

Impacto ambiental

Impacto social

Reconhecimentos

Anexos



Colaboradora e idosa atendida por ONG em ação do Colabora

Estímulo ao desenvolvimento social

GRI 3-3 – Comunidades e responsabilidade social

Mantemos e apoiamos projetos, negócios e causas sociais por meio de nossas marcas, nossos negócios e nosso Instituto, para contribuir com o desenvolvimento local, a redução das desigualdades e a inclusão social de grupos vulnerabilizados.

Nossa atuação é regida por uma série de documentos, tais como Política de Doações e Patrocínios, Política de Voluntariado, Manual para Implementar e Operar as ações em loja, além de contratos e termos de parceria.

Esses documentos apoiam e orientam a gestão de todos os projetos socioambientais que realizamos e/ou apoiamos, para os quais definimos ainda objetivos, metas e indicadores de mensuração de impacto e progresso (parte dos projetos possuem metas públicas e passam por auditoria externa e independente para publicação dos resultados).

Buscamos incentivar a independência financeira das organizações sociais e as incentivamos a buscarem meios de captação de recursos diversos, de forma a não ficarem condicionadas exclusivamente a recursos destinados por nós ou pelo Instituto GPA.

Como forma de contribuir para o desenvolvimento social, nossa área de Recursos Humanos também atua em parceria com o Instituto GPA para a realização de processos seletivos com candidatos(as) de programas de formação, organizações sociais parceiras e jovens aprendizes em situação de vulnerabilidade socioeconômica, ampliando possibilidades de empregabilidade.

Por meio dessas iniciativas, observamos impactos positivos, como a geração de renda e empregabilidade, o fortalecimento do terceiro setor, a valorização de produtos sociais, a capacitação profissional e a promoção da educação de qualidade. Além disso, vislumbramos um potencial ainda maior, com a expansão de parcerias, o crescimento financeiro e operacional das organizações sociais, o aumento do impacto educacional e o fortalecimento das redes comunitárias. **GRI 413-1**

Nossas ações para a comunidade do entorno são regidas por processos e políticas bem definidos

COLABORA

A PLATAFORMA DE
VOLUNTARIADO
DO GPA

Nossos(as) colaboradores(as) podem ser agentes de transformação também por intermédio de nosso programa de voluntariado corporativo, o Colabora, que, a cada ano, registra evolução no número de participantes das ações sociais incentivadas por nós e acompanhadas pelo Instituto GPA. O Colabora ainda conta com uma plataforma digital, em parceria com a Atados, que conecta oportunidades de voluntariado em causas sociais.

Em 2024, esperávamos alcançar 700 participações, mas o número superou as expectativas, atingindo 1,1 mil colaboradores(as) em todo o Brasil. Contamos com ações mensais promovidas em São Paulo e outras desenvolvidas regionalmente.

Conheça algumas das ações voluntárias realizadas:



Dia Internacional da Mulher – Em março, foi promovida uma tarde de interação, recreação e dinâmicas educativas com as meninas atendidas na Associação Feminina de Estudos Sociais e Universitários (Afesu). A instituição prepara meninas e mulheres para o mercado de trabalho.



Plantio de horta e separação de roupas –

Em maio, o Instituto GPA conduziu duas ações voluntárias com os(as) nossos(as) colaboradores(as). No dia 16, eles(as) participaram do plantio e da revitalização de uma horta no Centro Educacional da Infância (CEI) Tio Tuta, em Parelheiros, extremo da Zona Sul de São Paulo. O CEI é parceiro da Associação Jovens do Futuro, organização civil sem fins lucrativos, de caráter assistencial e beneficente. Já no dia 23, nosso time de voluntários(as) esteve na Cruz Vermelha para a separação de mais de 60 caixas de roupas doadas às vítimas das enchentes no Rio Grande do Sul.



Limpeza de praias – Em parceria com a FEMSA Coca-Cola, 73 voluntários(as) e convidados(as) participaram de mutirão de limpeza da Praia José Menino, em Santos (SP). A ação, em agosto, teve como foco a coleta de microrresíduos na areia da praia, como pontas de cigarros, cacos de vidros e lacs de latas.



Hamburgada do Bem – Em outubro, 40 colaboradores(as) e acompanhantes participaram de evento no Centro Educacional Unificado (CEU) Sapopemba, na Zona Leste de São Paulo, atuando em atividades na cozinha, em recreação e apoio para promover um dia de diversão para cerca de mil crianças.

FEV

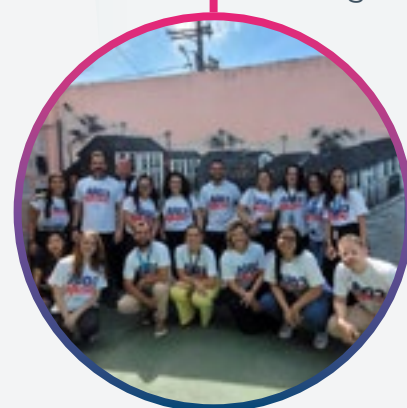
GPA Sangue Bom – O Colabora e o programa Viva Bem GPA se uniram para a realização da GPA Sangue Bom, campanha de doação de sangue. A Fundação Pró-Sangue disponibilizou toda a estrutura necessária para o Espaço Viva Bem GPA, na sede Brigadeiro. Ao longo do ano, foram três ações de doação de sangue, realizadas nos meses de fevereiro, julho e novembro – nossos(as) profissionais mostraram ser “sangue bom” e doaram 357 bolsas de sangue, que podem salvar mais de mil vidas.



MAR

ABR

Roda de conversa sobre Marketing – Nossa equipe de *Marketing* participou de ação voluntária do Colabora no Energia do Saber, organização sem fins lucrativos que atua com educação gratuita para crianças e jovens em situação de vulnerabilidade social. Foram realizadas rodas de conversas sobre os principais temas de *Marketing* como eventos, *merchandising* e *social media*. Os(As) colaboradores(as) compartilharam seu cotidiano com 70 jovens, de 14 a 17 anos, que estão em fase de preparação para o vestibular e de inserção no mercado de trabalho por meio do Programa Jovem Aprendiz.



MAI

JUN

Triagem de resíduos – Em junho, 20 participantes contribuíram com a triagem de resíduos e visitaram a Coopercaps, cooperativa parceira que atende às estações de reciclagem das nossas lojas Pão de Açúcar.



AGO

SET

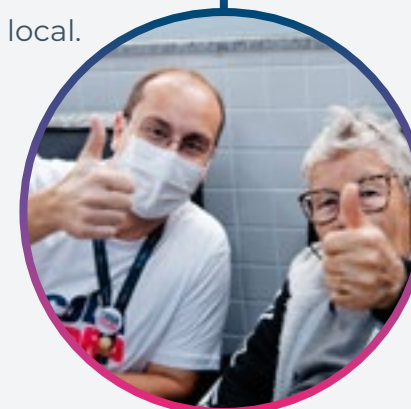
Entrega de refeições – Nossos(as) colaboradores(as) voluntários(as) apoiaram o trabalho da Sefras – Ação Social Francisca, organização humanitária de combate à fome, às violações de direitos e à exclusão econômica e social de populações extremamente vulneráveis. Eles(as) participaram do preparo, da organização e da entrega de refeições para o almoço de pessoas em situação de rua atendidas no local. Ao longo de uma semana, são entregues em média 3 mil refeições no local.



OUT

DEZ

Árvore Solidária – Em 2024, nossa tradicional Árvore Solidária foi ampliada para apoiar projetos de três causas: crianças, idosos(as) e animais. Contamos com a participação de 163 colaboradores(as) no apadrinhamento de uma criança, um(a) idoso(a) ou um animal e na entrega dos presentes. As instituições assistidas foram a Organização Foco Arte e Desenvolvimento (Foco Conecta), Grupo Vida Brasil e a Confraria Miados e Latidos, respectivamente.





- Sobre este relatório
- Mensagens da liderança
- Identidade
- Estratégia corporativa
- Estratégia de sustentabilidade
- Governança corporativa
- Nossa gente
- Cadeia de valor responsável
- Impacto ambiental
- Impacto social**
- Reconhecimentos
- Anexos



Ação de triagem de resíduos com a Cooperpac



Ação de distribuição de frutas, verduras e legumes com os(as) *trainees*



Distribuição de alimentos no Sefras

“Essa experiência aqueceu meu coração e me encheu de esperança. Tive a oportunidade de conversar com jovens sobre a importância de seguir seus sonhos profissionais e sou grato por essa oportunidade. Nosso maior legado é transformar e formar pessoas.”

Euclides da Cunha, Analista de Marketing Sênior do GPA



Além das ações incentivadas pelo Instituto GPA, os(as) colaboradores(as) podem se inscrever em diversas ações, recorrentes ou pontuais, disponibilizadas no Colabora, nossa plataforma de voluntariado – ao longo de 2024, tivemos 48 inscrições voluntárias realizadas diretamente na plataforma. Ela conecta os(as) profissionais às demandas de organizações sociais de todo o País, que atuam em diferentes causas: combate à fome, educação, jovens, LGBTQIA+, meio ambiente, mulheres, pessoas com deficiência, idosos(as), proteção animal e treinamento profissional.

Rede de **solidariedade**

Ciente de nosso papel e de nossa responsabilidade nos desastres naturais cada vez mais frequentes em nosso País, realizamos algumas ações para apoiar a rede de solidariedade emergencial que se forma nesses momentos. Entre as campanhas que ocorreram ao longo do ano com essa finalidade, são destaque:

SOS Rio de Janeiro – Devido às fortes chuvas que atingiram o Rio de Janeiro no começo do ano, nossas lojas do Pão de Açúcar e Extra Mercado da região se tornaram pontos de arrecadação de alimentos não perecíveis, água e produtos de higiene e limpeza. Foram coletadas 3,4 toneladas de donativos, destinados à Ação da Cidadania e à Voz das Comunidades, que atuaram em conjunto com a Defesa Civil e a Prefeitura.

SOS Petrópolis – Em março, conduzimos nova Campanha Emergencial de Arrecadação em prol da cidade de Petrópolis, na Região Serrana do Rio de Janeiro, impactada por fortes chuvas. Ao todo, 31 lojas da cidade do Rio, sendo 15 Extra Mercado e 16 Pão de Açúcar, se tornaram pontos de arrecadação de alimentos, água, produtos de higiene e limpeza. As 2,2 toneladas arrecadadas foram encaminhadas para a Ação da Cidadania, que fez a distribuição para as vítimas das enchentes.

SOS Rio Grande do Sul – Em maio, 150 lojas Pão de Açúcar, Extra Mercado, Minuto Pão de Açúcar, Mini Extra e Pão de Açúcar *Fresh* se uniram em corrente de solidariedade pelas vítimas das enchentes no Rio Grande do Sul, mesmo sem mantermos operações nessa localidade. A ação foi realizada em conjunto com dez organizações sociais parceiras do Instituto GPA. Foi a maior campanha de arrecadação do ano, com 125,2 toneladas doadas, sendo 64,2 toneladas enviadas ao Rio Grande do Sul – os demais alimentos foram direcionados às organizações sociais parceiras que participaram da ação.



Arrecadação de alimentos em loja

Pão de Açúcar e Extra Mercado, por meio do Instituto GPA, também contribuíram e doaram 10 toneladas de alimentos para distribuição entre as pessoas afetadas no Rio Grande do Sul, por meio da organização Amigos do Bem.

De forma a apoiar a retomada da economia no Estado, Pão de Açúcar e Extra Mercado incentivaram os(as) clientes a comprarem produtos de origem gaúcha, por meio da sinalização com cartazes nas lojas físicas e impulsionamento (*push*) nos *sites* e *apps* das bandeiras.



FUNDO SOLIDÁRIO – SOMAR

Quando da ocorrência de desastres naturais, nosso time de Assistência Social identifica os(as) colaboradores(as) que foram afetados(as) e quais são suas necessidades, para apoio com recursos financeiros e/ou doação de alimentos e outros produtos de higiene e limpeza, para que possam reconstruir suas vidas. No último ano, infelizmente, não foi diferente. Alguns(umas) de nossos(as) colaboradores(as) foram impactados(as) pelas fortes chuvas que atingiram as cidades de Petrópolis, do Rio de Janeiro e de vários municípios do Rio Grande do Sul. Nesse contexto, para reforçar nosso senso de comunidade e o propósito de alimentar sonhos e vidas, criamos o Somar – Fundo Solidário dos(as) Colaboradores(as) GPA, que se dispõe a oferecer apoio financeiro adicional ao nosso a colegas nesses casos inesperados.

Todos(as) os(as) nossos(as) colaboradores(as) podem doar mensalmente entre R\$ 1 e R\$ 500, com desconto direto em folha de pagamento e cancelamento a qualquer momento (limitado a 30% do valor do salário).

Do total de recursos arrecadados, 70% são destinados à assistência aos(as) colaboradores(as) e 30% ao Instituto GPA para impulsionar ações de transformação social e também apoiar as doações e ações nessas situações de emergência.



Colaborador na frente de caixa

Movimento Arredondar



Desde 2016, incentivamos os(as) clientes a integrarem o Movimento Arredondar, que propõe a doação do troco de até R\$ 0,99 por transação paga em dinheiro a organizações sociais que atuam nas áreas educacional e de alimentação.

De forma prática, segura e transparente, as doações impactam a vida de milhares de pessoas. As lojas das bandeiras Pão de Açúcar, Extra Mercado, Minuto Pão de Açúcar, Mini Extra e Pão de Açúcar Fresh de todo o País participam do movimento. Nossos(as) profissionais de frente de caixa são treinados(as), por meio de nossa plataforma de educação, a Universidade do Varejo GPA, para informar aos(às) clientes sobre a ação e sanar dúvidas.

Em 2024, realizamos pelo segundo ano consecutivo a campanha Solidariedade em Dobro durante o mês de novembro. A cada centavo arredondado pelos(as) clientes, o Instituto GPA doou o mesmo valor, alcançando R\$ 13.247,8 a mais.

Por meio do arredondamento, são apoiadas dez organizações sociais em diferentes cidades e estados do Brasil: Associação de Assistência à Criança Deficiente (AACD), Associação Feminina de Estudos Sociais e Universitários (Afesu), Centro de Recuperação e Educação Nutricional (Cren), Instituto Elos, Instituto Terra Livre, Prato Cheio, Instituto Padre Haroldo, Projeto Uerê, Redes da Maré e Sertão. Ao longo do ano, foram arredondados R\$ 178.714.

“O matchfunding dobrou os arredondamentos arrecadados em novembro, ampliando o impacto das doações e fortalecendo as organizações instaladas. A iniciativa inspira outras empresas a adotarem a cultura da doação e estimular mais pessoas a contribuírem. Pelo segundo ano consecutivo, essa estratégia mostrou que pequenas ações podem gerar grandes transformações. O sucesso reforça a relevância da parceria do GPA com o Movimento Arredondar.”

Camila Pasin, Coordenadora de Engajamento de Marcas do Movimento Arredondar



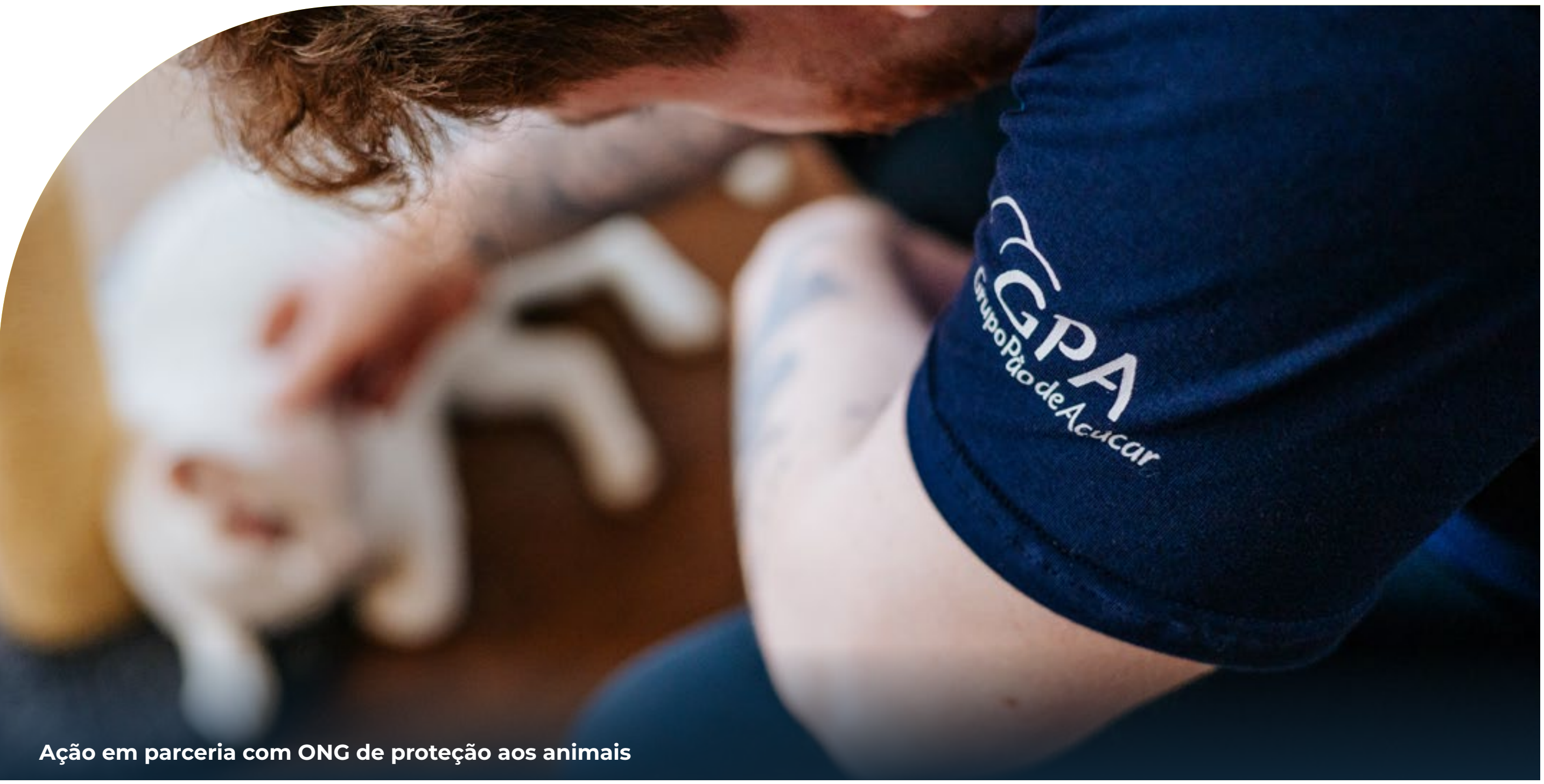
Doações Stix

Nossos(as) clientes que participam dos programas de fidelidade Pão de Açúcar Mais e Clube Extra podem utilizar pontos Stix para contribuir com organizações sociais. A doação se dá por meio da plataforma Stix, criada a partir de uma coalizão com a RaiaDrogasil.



Para participar, basta acessar os aplicativos Pão de Açúcar Mais, Extra Mercado, o *app* Stix diretamente ou a página da Stix na internet (www.soustix.com.br), clicar em “Doe Stix” e selecionar a organização social de sua preferência.

Pelo segundo ano consecutivo, no mês de setembro, realizamos ação de *matchfunding* que, a cada ponto doado pelos(as) clientes e colaboradores(as), há destinação da Stix da mesma quantidade. Assim, apenas em setembro, foram doados 1,4 milhão de pontos pelos(as) clientes, o equivalente a R\$ 14.432 - 29,7% acima do arrecadado no ano anterior. Como resultado, foi alcançado 2,8 milhões de pontos, ou R\$ 28,8 mil. No ano, foram doados R\$ 33.734,50. O valor obtido beneficiou organizações que atuam em diversas causas:



ALIMENTAÇÃO
Ação da Cidadania – Atua no combate à fome, buscando garantir o direito a uma alimentação adequada, com ações em todos os estados do País.



Amigos do Bem – Com atuação no sertão de Alagoas, Pernambuco e Ceará, busca transformar vidas por meio de educação, geração de renda, promoção do desenvolvimento local e inclusão social para erradicar a fome e a miséria.



MEIO AMBIENTE
Fundação Amazônia Sustentável (FAS) – Tem como missão contribuir para a conservação do bioma, pela valorização da floresta em pé e de sua biodiversidade, e pela melhoria da qualidade de vida das populações da Amazônia.



EDUCAÇÃO
Uneafro – Movimento em defesa da educação diversa e em prol da igualdade de oportunidades e de justiça social.



PROTEÇÃO ANIMAL
União Internacional Protetora dos Animais (UIPA) – Responsável pela instituição do movimento de proteção animal no País, oferece cuidados básicos e procedimentos médicos e cirúrgicos de alto custo a centenas de animais nos abrigos que mantém.



Participantes do projeto Gastronomia do Amanhã

Projetos **incentivados**

Em 2024, investimos em dois projetos incentivados, com aporte da FIC, nossa *joint venture* com o Banco Itaú: o Gastronomia do Amanhã, com oficinas de gastronomia para populações ribeirinhas do Pará, que contou com investimento de R\$ 400.000, e o Contação de Histórias, do Instituto Akatu, por meio do Programa Edukatu, que contou com investimento de R\$ 160.000.

Gastronomia do Amanhã – Iniciativa do Instituto Cultural Amazônia do Amanhã, que ofereceu oficinas gastronômicas para as comunidades ribeirinhas do Pará, valorizando a cultura alimentar do local. A edição de 2024 contou com 12 turmas em 12 municípios paraenses, de janeiro a abril, totalizando 490 alunos(as) ao final do curso.

O programa ofereceu oficinas teórico-práticas sobre cultura alimentar, técnicas de bases de cozinha, segurança alimentar e empreendedorismo para capacitar empreendedores(as) gastronômicos(as) com base em três pilares:

- Sustentabilidade, estimulando emprego e renda.
- Comunidade, rompendo barreiras da vulnerabilidade social.
- Cultura alimentar amazônica, fortalecendo identidades coletivas.

O programa terminou com a realização de um Festival Gastronômico em cada um dos municípios, que incluiu a apresentação de grupos folclóricos, bandas locais e uma aula *show* de gastronomia.

Edukatu: Contação de História – Contempla a realização de sessões de oficinas formativas de contação de histórias em escolas de ensino básico da rede pública, com o propósito de sensibilizar crianças e adolescentes para questões relacionadas ao consumo consciente e à sustentabilidade. O projeto recebe a orientação de educadores(as) e profissionais da Educação Básica, que podem utilizar uma cartilha feita especialmente para a organização de oficinas lúdicas de contação de histórias.

O Instituto Akatu é uma organização sem fins lucrativos pioneira em ações para sensibilização, mobilização e engajamento da sociedade no consumo consciente. O Edukatu faz parte de um programa de aprendizagem do Akatu, que busca incentivar o conhecimento por meio da troca de práticas sobre consumo consciente e sustentabilidade entre profissionais da educação e estudantes do Ensino Fundamental de escolas em todo o Brasil.

Instituto **GPA**

GRI 3-3 – Comunidades e responsabilidade social | 203-1 | 413-1

Responsável por definir, operacionalizar e monitorar nossos investimentos sociais, com foco prioritário nas comunidades do entorno das lojas, a organização investiu mais de R\$ 3,5 milhões em projetos e ações em 2024, complementando mais de 3,7 milhões de refeições, em parceria com 353 Organizações da Sociedade Civil e contribuindo para o desenvolvimento socioeconômico e cultural brasileiro.

O ano de 2024 foi o momento de fazer um balanço da atuação do Instituto, reafirmando o compromisso com a transformação social e o fortalecimento das organizações sociais e comunidades com as quais nos relacionamos. Nesse sentido, ouvimos os públicos com os quais interagimos: queríamos que nos apoiassem na reflexão dos nossos caminhos e na definição das formas pelas quais podemos manter e potencializar o impacto positivo do Instituto na sociedade para os próximos anos.

Nesse novo capítulo de sua história, o Instituto GPA alinha-se ainda mais à nossa cultura e ao nosso propósito de alimentar sonhos e vidas, entregando valor à sociedade por meio de ações relacionadas ao respeito ao alimento, à capacitação, à geração de renda e à mobilização social.

O Instituto é associado ao Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (Gife), desde 2018, e ao movimento Todos à Mesa (TaM), criado em 2021, unindo-se a empresas e organizações na promoção de ações de interesse público e no combate à fome e à redução do desperdício de alimentos.

TRABALHO

Por meio do Instituto, promovemos capacitação profissional em áreas relacionadas ao nosso negócio, além de oportunidades de educação de qualidade como forma de reduzir as desigualdades sociais e impulsionar a geração de renda.

Prosperar – Acreditamos que boas oportunidades podem fazer a diferença e alimentar sonhos de jovens talentos. Assim, desde 2014, por meio do Prosperar, apoiamos a permanência de alunos(as) de baixa renda em instituições de ensino superior de excelência. Oferecemos, em 2024, a 17 jovens, dos quais 11 mulheres (64,7%), bolsas-auxílio para cobrir custos com materiais didáticos, refeições, transporte e/ou moradia para viabilizar os estudos na Fundação Getulio Vargas (FGV) e na Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM).

Também promovemos, pelo terceiro ano consecutivo, o evento *Working Day* GPA para os(as) alunos(as) do programa. Durante o encontro, realizado pelo Instituto GPA e por nosso time de Recrutamento e Seleção, foram apresentados temas essenciais para operação do GPA, em bate-papos com representantes das áreas de Governança, Financeira, Cartões, Segurança da Informação, *Trade Marketing*, *Retail Media*, Dados e Monetização.



O Programa Prosperar foi essencial para minha jornada na FGV, garantindo não só a continuidade dos estudos, mas também minha dedicação plena à formação. Sem essa bolsa, a permanência teria sido um grande desafio. As oportunidades acadêmicas que pude aproveitar foram decisivas para minha aprovação no Trainee do GPA, concorrendo com quase 7 mil candidatos(as).”



Alex Rodrigues Melo – Trainee GPA, foi beneficiário do Prosperar

Para saber mais sobre as ações desenvolvidas em 2024, acesse [aqui](#) o Relatório Anual do Instituto GPA.

Programa Mãos na Massa – Em seu sétimo ano, o Programa Mãos na Massa oferece capacitação para moradores(as) do entorno das lojas em situação de vulnerabilidade socioeconômica, criando possibilidades de carreira e geração ou ampliação de renda. Desde o início da iniciativa, 570 pessoas, em 32 turmas, foram formadas com o apoio de 15 organizações sociais e de nosso time de Formação Técnica.



Em 2024, o programa passou por reformulação. Foram 50 pessoas beneficiadas, das quais 43 mulheres (86%), com carga horária ampliada de 44h/aula para 128h/aula, permitindo mais experiência prática nas lojas e conhecimento sobre o varejo alimentar. Houve ainda novas formações, além de padeiro(a) e confeitiro(a), a de *rotisserie* (cozinha), cuja capacitação teve inauguração na loja do Pão de Açúcar do Morumbi, com a presença do nosso time de formação técnica, do Instituto GPA, do gerente da loja e da diretora de Operações. Na ocasião, os(as) participantes foram presenteados(as) com um *kit* de talheres da *Zwilling*. Já a formatura da primeira turma de *rotisserie* foi realizada em nossa sede, sendo que os(as) alunos(as) receberam o certificado em mãos da diretora-executiva e do diretor-presidente.

O Mãos na Massa conta com aulas teóricas e práticas em nossos espaços físicos e nos de instituições parceiras, de forma que os(as) participantes possam conhecer as cozinhas e os equipamentos utilizados em panificação, confeitaria e *rotisserie* profissionais do varejo alimentar. Além disso, para incentivar os(as) alunos(as) a frequentarem as aulas, eles(as) receberam bolsa-auxílio durante o período de aulas.

As três turmas realizadas em 2024 aconteceram em São Paulo, em parceria com o Projeto Arrastão, que formou 20 alunos(as) em *rotisserie* no programa; e outras duas no Rio de Janeiro, em conjunto com a organização social Amparo ao Próximo. Foram 11 formados(as) em *rotisserie* e 19 em padaria e confeitaria.

Depois de formados(as), os(as) participantes estão aptos(as) a participar dos nossos processos seletivos, e recebem encaminhamento profissional – em 2024, 13 pessoas formadas foram contratadas em nossas lojas.

“A formação no Mãos na Massa foi importante porque me ajudou a ter uma experiência e uma visão melhor de como trabalhar com produção de alimentos. O auxílio oferecido durante o curso me ajudou a cobrir custos essenciais, como transportes e alimentação, que foi essencial para ter um bom rendimento no curso. Após o curso fui contratada e meu sentimento é de gratidão, alegria e vontade de fazer o meu melhor todos os dias.”

Fabiana Costa Reis, participante do Mãos na Massa e uma das 13 contratadas pelo GPA. Hoje atua como confeitira na loja Extra Mercado São Cristóvão.



“Fiquei muito feliz que a Rotisserie está participando do Mãos na Massa neste ano. Esse projeto maravilhoso sempre fez história no Instituto GPA e é incrível ver como ele continua a crescer. Estou especialmente contente em ter feito parte da abertura das turmas no Rio de Janeiro e saber que podemos ajudar as pessoas a construírem um futuro, capacitando-as para se tornarem cozinheiros(as) e padeiros(as).”



Katia Apolinário, coordenadora de Formação Técnica em Rotisserie



Aula prática do Mãos na Massa



- Sobre este relatório
- Mensagens da liderança
- Identidade
- Estratégia corporativa
- Estratégia de sustentabilidade
- Governança corporativa
- Nossa gente
- Cadeia de valor responsável
- Impacto ambiental
- Impacto social**
- Reconhecimentos
- Anexos



Colaboradora com itens doados para instituição em loja

ALIMENTAÇÃO GRI 3-3 – Combate ao desperdício de alimentos

Alinhados ao propósito de alimentar sonhos e vidas, adotamos práticas de responsabilidade social, que fortalecem nossos pilares ESG, contribuindo para o sucesso e a sustentabilidade dos negócios. De acordo com a Organização das Nações Unidas (ONU), no Brasil cerca de 30% dos alimentos produzidos internamente são descartados. Empresas como a nossa assumem o compromisso de liderar pelo exemplo, sendo pioneiras na implementação de práticas que promovem o respeito ao alimento, conectando o excedente de nossas lojas a organizações sociais e bancos de alimentos, complementando refeições de forma nutritiva e contribuindo para o combate à fome e ao desperdício de alimentos.

Programa Parceria Contra o Desperdício

– Em seu 29º ano de existência, é nosso projeto mais longo, e visa à destinação de frutas, legumes e verduras (FLV) e itens de mercearia apropriados para o consumo, mas esteticamente não atrativos para a venda, para organizações sociais e bancos de alimentos. Esse programa é regido por políticas e processos disponibilizados a todos(as) os(as) colaboradores(as) e conta com mais de 370 lojas participantes. Algumas medidas para gerenciar o programa são: acompanhamento mensal por meio de um *dashboard* do volume e dos itens doados pelas lojas, entre outros indicadores; reporte dos resultados às gerências regionais; e identificação das unidades que não realizaram doações, a fim de criar planos de ação. Em 2024, articulados a mais de 250 organizações sociais, foram doadas 1,2 tonelada de alimentos, apoiando na complementação de mais de 2,2 milhões de refeições. Para reforçar ainda mais a importância do programa em nossas operações, em fevereiro, no âmbito do Colabora, nosso programa de voluntariado, a equipe de Segurança Alimentar acompanhou o processo de doação de alimentos para o Mesa Brasil. A iniciativa do Serviço Social do Comércio (Sesc) consiste na coleta



e distribuição de alimentos em condições de consumo, que seriam descartados, para entidades assistenciais. Depois da arrecadação dos alimentos, o time participou da entrega no Espaço da Criança, entidade beneficiada pelo programa. Em agosto, realizamos uma ação com o grupo de *trainees* para separação de alimentos na loja do Pão de Açúcar Brigadeiro, em São Paulo (SP), que foram direcionados ao Lar Batista por meio do Parceria Contra o Desperdício. O objetivo da ação foi conectar os(as) *trainees* com um dos nossos programas e com a operação da loja, que direciona os alimentos não atrativos para a venda, mas bons para o consumo, para uma das mais de 250 organizações atendidas. Além do apoio na separação, os(as) participantes levaram as doações para a organização e tiveram um momento de interação com os(as) jovens e crianças atendidos(as).

MOBILIZAÇÃO SOCIAL

A solidariedade é um elo importante para a construção de uma sociedade mais justa e equitativa. Por meio do Instituto GPA, realizamos mobilização social, articulando com organizações sociais uma rede de voluntariado e doadores(as), estimulando o apoio de *stakeholders* com um objetivo em comum: apoiar o combate à fome e a distribuição de alimentos doados para pessoas em situação de vulnerabilidade socioeconômica.

Campanhas de arrecadação de alimentos – Contamos com a solidariedade de nossos(as) colaboradores(as), parceiros(as) e clientes. Realizamos campanhas de arrecadação, uma vez por mês, sempre aos sábados, em nossas lojas do Pão de Açúcar, Pão de Açúcar *Fresh*, Minuto Pão de Açúcar, Extra Mercado e Mini Extra. Em 2024, as campanhas ocorreram de fevereiro a dezembro, com exceção do mês de julho. Foram arrecadadas 853 toneladas destinadas a mais de 150 organizações sociais em todo o Brasil.

Páscoa Solidária – Realizada há mais de uma década, a campanha Páscoa Solidária, que visa arrecadar chocolates para doação, aconteceu no dia 16 de março em nossas lojas Pão de Açúcar, Extra Mercado, Minuto Pão de Açúcar, Mini Extra e Pão de Açúcar *Fresh*. Contando com a solidariedade de nossos(as) clientes e colaboradores(as), a ação alcançou 25,7 toneladas de ovos de chocolate, barras e caixas de bombons doados para mais de 90 organizações sociais parceiras do Instituto GPA.

Dia Mundial da Alimentação – Instituído pela ONU, o Dia Mundial da Alimentação, celebrado em 16 de outubro, tem como objetivo debater estratégias para acabar com a fome no planeta e garantir segurança alimentar para pessoas em situação de vulnerabilidade social. Pela quarta vez consecutiva, Qualitá promoveu a campanha Comprou, Dooou nas lojas físicas do Pão de Açúcar, Extra Mercado, Minuto Pão de Açúcar, Mini Extra e Pão de Açúcar *Fresh*, além dos *sites* e dos *apps*. A cada pacote de cinco quilos de Arroz Branco Qualitá vendido, foi doada a mesma quantidade para a Associação Prato Cheio, parceira do Instituto GPA. Assim, foram distribuídas 2,2 toneladas de arroz.

Natal da Solidariedade – Realizamos, por mais um ano, nossa tradicional campanha Natal da Solidariedade, movimento que convida nossos(as) colaboradores(as) e clientes a doarem alimentos não perecíveis de cesta básica. A campanha foi realizada de 7 a 14 de dezembro em todas as lojas Pão de Açúcar, Pão de Açúcar *Fresh*, Minuto Pão de Açúcar, Extra Mercado e Mini Extra. Foram arrecadadas mais de 180 toneladas de alimentos, que foram destinados a instituições parceiras. O Instituto GPA adiciona uma contrapartida de 15% do total arrecadado, ou seja, mais 19 toneladas de produtos como arroz, feijão, óleo, macarrão, açúcar, sal, enlatados e fubá para as organizações.



Voluntários(as) dos Amigos do Bem em ação da Páscoa Solidária



Cliente seleciona produtos no Extra Mercado

11
Reconhecimentos



Sobre este relatório

Mensagens da liderança

Identidade

Estratégia corporativa

Estratégia de sustentabilidade

Governança corporativa

Nossa gente

Cadeia de valor responsável

Impacto ambiental

Impacto social

Reconhecimentos

Anexos

GPA



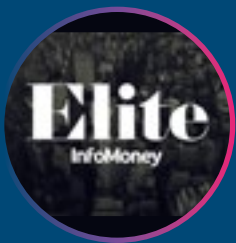
BRAZIL’S LEADING LAWYERS AWARDS 2024 - Nosso Departamento Tributário foi premiado no *Brazil's Leading Lawyers Awards* 2024, confirmando a excelência no cenário jurídico brasileiro. A premiação é promovida pela *Leaders League*, grupo de mídia global especializado em pesquisas e eventos jurídicos.



INDICADOR CONFIANÇA E ADMIRAÇÃO DA CALIBER – Conquistamos a 20ª posição no indicador, que monitorou 104 marcas de forma contínua em 23 segmentos e quase 35 mil avaliações. Vencemos no segmento Varejo – Supermercado.



IFPA – Fomos reconhecidos pela Associação IFPA (*International Fresh Produce Association*) como a rede varejista que mais treinou seus(uas) colaboradores(as) para campanhas de sazonalidade.



EMPRESAS QUE MAIS CRESCEM INFOMONEY – Somos uma das empresas que mais crescem, segundo a lista Elite InfoMoney 2024 divulgada pela InfoMoney. As 88 empresas brasileiras de capital aberto que compõem a relação final apresentaram crescimento mais consistente em seis indicadores financeiros e de marca: receita, margem líquida, Retorno sobre Patrimônio Líquido (ROE), Dividendo x Patrimônio Líquido (PL), Prêmio x Ibovespa e valor de marca.



REVISTA ADEGA E INSTITUTO IDEAL: MAIOR IMPORTADOR DE VINHOS – A revista Adega, referência no mercado do vinho, e o Instituto Ideal, que audita a importação e exportação global de vinhos, nos reconheceram como o maior importador de vinhos em supermercados do Brasil em 2023, pelo terceiro ano consecutivo. Representamos cerca de 15% de toda a importação de vinhos do País.



- Sobre este relatório
- Mensagens da liderança
- Identidade
- Estratégia corporativa
- Estratégia de sustentabilidade
- Governança corporativa
- Nossa gente
- Cadeia de valor responsável
- Impacto ambiental
- Impacto social
- Reconhecimentos
- Anexos

ESG



CARBON DISCLOSURE PROJECT (CDP) – Obtivemos nota “A-“ no *ranking* do CDP, considerado uma das principais iniciativas para medir a conscientização, gestão de riscos e as melhores práticas relacionadas às mudanças climáticas e *commodities* florestais.



ISE B3 – Pelo quarto ano consecutivo, fomos uma das empresas selecionadas da Carteira do ISE (Índice de Sustentabilidade Empresarial) da B3, para o ano de 2024. Ao todo, são 78 companhias, pertencentes a 36 setores. O ISE B3 é o indicador do comprometimento das empresas com a sustentabilidade, apoiando investidores(as) na tomada de decisão de investimento e induzindo-as a adotarem as melhores práticas de sustentabilidade.



ICO2 B3 – Nos mantivemos na carteira Índice Carbono Eficiente (ICO2), o que demonstra o compromisso com uma cadeia de valor mais consciente e dedicada à construção da economia de baixo carbono. Integramos o Índice desde 2011.



ÍNDICE DE EQUIDADE RACIAL EMPRESARIAL – Nos destacamos no Índice de Equidade Racial Empresarial (IERE) 2024, no 4º Fórum Internacional de Equidade Racial Empresarial. Conquistamos o 1º lugar em Destaque Geral, além de liderar nos pilares de Recenseamento Empresarial, Recrutamento e Capacitação.



MELHORES EMPRESAS PARA PESSOAS LGBTQIA+ – Pelo segundo ano consecutivo, fomos reconhecidos como uma das 79 melhores empresas para pessoas LGBTQIA+ trabalharem no Brasil, segundo pesquisa realizada pela *Human Rights Campaign Foundation* (HRCF).



PESQUISA ETHOS/ÉPOCA DE DIVERSIDADE, EQUIDADE E INCLUSÃO 2024 – Ficamos entre os destaques em diversidade e inclusão no setor de varejo. A pesquisa contou com 204 empresas participantes, das quais 52 foram reconhecidas, de 20 diferentes setores da economia, que demonstraram seu compromisso público com a promoção da diversidade, equidade e inclusão como parte de suas estratégias de negócio.



MELHORES EMPRESAS EM PRÁTICAS E AÇÕES DA DIVERSIDADE – Pelo terceiro ano consecutivo, recebemos o Reconhecimento das Melhores Empresas em Práticas e Ações da Diversidade, realizado pela Iniciativa Empresarial pela Igualdade Racial. Ocupamos a 2ª posição na categoria Engajamento da Cadeia de Valor com o projeto *Workshop* com Prestadores(as) de Serviços de Segurança para o GPA, realizado desde 2019. Foram avaliados mais de 75 projetos de organizações de médio e grande portes, de diversos segmentos.



SELO OURO NO PBGHG – Pelo terceiro ano consecutivo, recebemos o selo Ouro do Programa Brasileiro *GHG Protocol*, responsável pelo desenvolvimento de ferramentas de cálculo para estimativas de emissões de Gases do Efeito Estufa.



PRÊMIO EXAME MELHORES DO ESG 2024 – Fomos um dos destaques da categoria Atacado, Varejo e *E-commerce* na premiação, por conta de nossos pilares estratégicos do negócio, que incluem cultura, pessoas e ESG, com impacto direto nos bônus dos(as) executivos(as), além da redução do desperdício e do estoque e as ações de redução das emissões de GEE, o foco na diversidade e inclusão e a atuação do Instituto GPA.



MERCO RESPONSABILIDADE ESG – Figuramos entre as 100 empresas que se destacaram por suas ações nas áreas ambiental, social e de governança, e alcançamos a 2ª posição no *ranking* ESG do setor varejista.



CERTIFICADO DE SUSTENTABILIDADE DA CHEP – Recebemos o certificado de sustentabilidade da nossa parceira em *pallets* de madeira, contribuindo para a proteção do meio ambiente e a promoção de um modelo logístico sustentável ao compartilhar e reutilizar equipamentos.



FOOD TO SAVE – Recebemos o prêmio de estabelecimento parceiro que mais combateu o desperdício de alimentos em 2024 na Premiação *Food to Save*, E fomos reconhecidos como o 5º maior parceiro em 2024, com estimadas 67 toneladas de alimentos salvos.



- Sobre este relatório
- Mensagens da liderança
- Identidade
- Estratégia corporativa
- Estratégia de sustentabilidade
- Governança corporativa
- Nossa gente
- Cadeia de valor responsável
- Impacto ambiental
- Impacto social
- Reconhecimentos
- Anexos

Recursos Humanos



PRÊMIO EXCELÊNCIA EM GESTÃO DE PESSOAS – Recebemos o prêmio pelo segundo ano consecutivo, na categoria Cidadania Corporativa. A concessão foi do Grupo Gestão RH, que conta com o apoio técnico, para a seleção, do FGV *in Company*, além da participação de mais de 300 empresas.



GREAT PLACE TO WORK – Figuramos entre as melhores empresas para se trabalhar e recebemos o selo GPTW ao obter média de favorabilidade acima de 70% na pesquisa Fale na Boa GPTW.



SELO EMPRESA QUE DÁ FEEDBACK – Pela 12ª vez consecutiva, fomos reconhecidos pela Gupy com o Selo de Empresa Que Dá *Feedback*, o que reforça nosso compromisso com a transparência e o respeito aos(as) candidatos(as) em nossos processos seletivos.



PRÊMIO BARCO DE OURO – Conquistamos o prêmio Barco de Ouro, em evento do Instituto Proa, como empresa destaque na contratação de jovens talentos. O Proa capacita jovens de baixa renda oriundos(as) de escolas públicas para ingressarem no mercado de trabalho.



PRÊMIO BRANDON HALL GROUP – Recebemos o prêmio internacional na categoria Prata de Melhor Programa de Aprendizagem e Desenvolvimento Único ou Inovador, para a Sipat Digital 2023 – Educação e conscientização como aliadas.



PESQUISA PERFIL SOCIAL E DE GÊNERO – Em 2024, nossas ações foram reconhecidas pela pesquisa Perfil Social e de Gênero das 1.100 Maiores Empresas do Brasil e suas Ações Afirmativas, o que nos levou a receber o selo que reafirma o compromisso com a promoção da diversidade, equidade e inclusão.

Digital



MERCADO LIVRE EXPERIENCE 2024 – A marca Pão de Açúcar recebeu o prêmio de Vendedor Destaque na Operação de Distribuição (CDs) de *Fulfillment* do Mercado Livre, e o de Destaque na categoria Supermercado, durante o Mercado Livre *Experience* 2024. O evento aconteceu em setembro, com mais de 17 mil participantes.



PRÊMIO UBER PARA EMPRESAS AWARDS – Recebemos o Prêmio Uber para Empresas *Awards* 2024 na categoria Maior Engajamento no calendário promocional do Uber Mercado. A distinção reconhece as empresas que se destacaram como parceiras das linhas de negócios corporativos da Uber.

Instituto GPA



CRUZ VERMELHA – O Instituto GPA recebeu o reconhecimento da Cruz Vermelha de São Paulo pela atuação com os(as) nossos(as) voluntários(as) em duas ações para separar produtos doados durante as fortes chuvas ocorridas no Rio Grande do Sul.

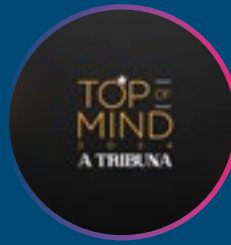


REMAR BRASIL – A Remar reconheceu a atuação do Instituto GPA, por meio da Parceria Contra o Desperdício e a Campanha de Arrecadação de Alimentos.



ATOS E AMOR – O Instituto GPA foi valorizado como parceiro importante para a continuidade da instituição, que arrecada alimentos em nossas lojas para complementar refeições para pessoas em situação de rua.

Marketing



PRÊMIO TOP OF MIND – A premiação *Top of Mind*, promovida pelo Grupo Tribuna, na Baixada Santista, reconheceu a marca Extra na categoria supermercado/hipermercado. O prêmio elege as marcas mais lembradas por meio de pesquisa de mercado.



EXPERIENCE AWARDS RETAIL – Estamos entre as marcas brasileiras que mais se destacaram na experiência do(a) cliente. O reconhecimento ocorreu durante o *Experience Awards Retail*, promovido pela SoluCX em parceria com a Gouvea *Experience*. Mais de 1 milhão de clientes brasileiros(as) foram consultados(as) para certificar 191 marcas em 21 categorias do setor varejista.



PRÊMIO CONSUMIDOR MODERNO DE EXCELÊNCIA EM SERVIÇOS AO CLIENTE – Recebemos novamente o Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente, na categoria Programa de Fidelidade. Realizado pela Revista Consumidor Moderno, o prêmio é a porta de entrada para o ecossistema de experiência do(a) cliente.



PRÊMIO DE EXCELÊNCIA EM MARCA PRÓPRIA – Nossa marca Qualitá foi reconhecida com o prêmio de Melhor Design de Embalagem na categoria Linha Nachos Qualitá, na 1ª edição do Prêmio Excelência em Marca Própria. A conquista foi celebrada durante o *PL Connection*, congresso dedicado às marcas próprias e exclusivas.



RANKING PALADAR – Qualitá foi destaque no *ranking* Paladar, do jornal O Estado de S.Paulo, com a primeira colocação em três produtos ao longo do ano: a pasta de amendoim integral, a mostarda amarela e o pêssego em calda. Os testes às cegas são feitos com especialistas.



SELO RA 1000 – Conquistamos com as nossas marcas próprias e exclusivas Taeq e Qualitá o Selo RA 1000 do *site* Reclame Aqui. A recomendação no RA guia os(as) consumidores(as) na busca por empresas confiáveis, que investem em uma imagem positiva e excelência no atendimento.



PRÊMIO POPAI 2024 – Fomos vencedores de três categorias do Prêmio Popai Brasil, que reconhece os melhores projetos de *merchandising*, ações e materiais do setor de varejo. Vencemos na categoria de melhor material de Ponto de Venda (MPDV) com a campanha de Colecionáveis Cliente Mais e na categoria Ações de *Trade Marketing* e *Retail Media*, com o *The Led*, nosso parceiro, pelo projeto Circuito *Retail Media* Pão de Açúcar. Nosso projeto *Flag Ship* do Pão de Açúcar Lago Sul também foi o melhor de varejo. A iniciativa foi idealizada 100% pela regional Centro-Oeste (comercial e *marketing*) em parceria com a marca Heineken.



PESQUISA DATAFOLHA – MELHOR MINIMERCADO DE SÃO PAULO – Em pesquisa única realizada pelo Datafolha, o Mini Extra foi eleito o melhor de São Paulo pelo 7º ano consecutivo.



RANKING IBEVAR – Nossa marca Pão de Açúcar foi reconhecida pelos(as) consumidores(as) como a mais bem vista na categoria super e hipermercados no *Ranking* Ibevar, que destaca inovação e excelência no varejo.



PRÊMIO TOP 100 UBERLÂNDIA – Pelo 5º ano consecutivo, o Pão de Açúcar foi vencedor do prêmio Melhores do Ano Top 100 Uberlândia no segmento Supermercados.



RANKING ESTADÃO MELHORES SERVIÇOS – O Pão de Açúcar conquistou o tricampeonato na categoria *App* e *Site* de Supermercados. Já o Extra Mercado foi bicampeão em Grandes Redes de Supermercados – categoria em que o Pão de Açúcar ficou em 3º lugar. Foram avaliadas 33 categorias em pesquisa com 60 mil consumidores(as).



SUPERMERCADO MAIS AMADO DE SÃO PAULO – O Pão de Açúcar é tricampeão na pesquisa realizada pela revista Veja São Paulo.



12

Anexos

Colaborador da Central de Distribuição



Sobre este relatório

Mensagens da liderança

Identidade

Estratégia corporativa

Estratégia de sustentabilidade

Governança corporativa

Nossa gente

Cadeia de valor responsável

Impacto ambiental

Impacto social

Reconhecimentos

Anexos

Dupla Materialidade

Dupla materialidade 2024 GRI 3-2 3-3						
TEMAS	DESCRIÇÃO	GRI E SASB	CAPITAIS	RISCOS ASSOCIADOS	OPORTUNIDADES ASSOCIADAS	ODS RELACIONADOS
Ambiental						
Emissões e mudanças climáticas	Monitoramento e redução das emissões de GEE próprias e promoção de ações para o engajamento de fornecedores(as) para redução da pegada de carbono. Considera também a capacidade de lidar com os impactos de eventos climáticos extremos mais intensos e frequentes, tais como tempestades, inundações, enchentes, secas, etc.	302-1 302-3 302-4 302-5 305-1 305-2 305-3 FB-FR-110a.1. FB-FR-110b.1. FB-FR-130a.1. FB-FR-110b.2. FB-FR-110b.3.	Natural	Falha no controle do consumo de energia, de gases refrigerantes e das emissões de carbono associadas Eventos climáticos extremos Impactos na cadeia de suprimentos, que pode influenciar negativamente o desempenho financeiro	Eficiências obtidas no uso de combustível podem reduzir custos, mitigar a exposição à volatilidade do preço do combustível fóssil e limitar a pegada de carbono associada ao armazenamento e ao transporte	7 8 11 12 13
Economia circular	Busca pela redução de consumo de materiais e recursos, e gestão e descarte adequado de resíduos e materiais perigosos. Contempla também novos modelos de negócios e otimização dos processos, com menor dependência de matéria-prima virgem, priorizando insumos mais duráveis, recicláveis e renováveis, além da valorização de resíduos em outras cadeias produtivas	301-1 301-2 301-3 306-1 306-2 306-3 306-4 306-5 FB-FR-430a.4.	Natural	Execução de cenários regulatórios relacionados com a logística reversa e a corresponsabilidade dos atores de uma cadeia Poluição e impactos ambientais a partir do descarte inadequado de resíduos Contaminação do solo e da água	Redução de custos e desperdício a partir do descarte precoce de materiais, diminuindo a necessidade de extração de recursos naturais e a poluição Impulsionar a inovação e parcerias institucionais em diferentes setores da economia	7 8 11 12 13
Social						
Diversidade, equidade e inclusão	Busca pela garantia de oportunidades iguais de desenvolvimento profissional e remuneração, mediante a construção de um ambiente de trabalho inclusivo e livre de discriminação, refletindo a composição da sociedade local	401-3 405-1 405-2	Humano	Não cumprimento ou adaptação aos princípios de diversidade e igualdade Não combate à discriminação e ao assédio nas relações da empresa Não cumprimento de regulações específicas para o tema	Marca empregadora, atratividade e retenção de colaboradores(as) Cultura corporativa Desenvolvimento da cadeia de fornecedores(as) sob a ótica de diversidade, equidade e inclusão	3 4 5 8 10
Produtos responsáveis e seguros	Oferta de produtos funcionais, nutritivos, sustentáveis e saudáveis que contribuem para o bem-estar e qualidade de vida das pessoas. Inclui o cumprimento de padrões e regulamentos de qualidade e segurança dos produtos, bem como a publicidade, práticas de <i>marketing</i> éticas e responsáveis, combate á rotulagem incorreta ou enganosa	416-1 416-2 FB-FR-250a.1. FB-FR-250a.2. FB-FR-260a.1. FB-FR-260a.2.	Relacionamento	Utilização de insumos questionados quanto ao seu impacto ambiental, social ou ético Violação grave dos padrões de qualidade e higiene em lojas, armazéns ou logística Não divulgação adequada das informações de produtos aos(as) consumidores(as)	Varejistas de alimentos que reconhecem os riscos e as oportunidades apresentados pelas preferências mutáveis dos(as) consumidores(as) e se adaptam às demandas podem estar mais bem posicionados(as) para capturar oportunidades de aumento de receita e participação de mercado	2 12

Crítico: primeiro quartil superior

Significante: segundo quartil superior

Importante: segundo quartil inferior



Sobre este relatório

Mensagens da liderança

Identidade

Estratégia corporativa

Estratégia de sustentabilidade

Governança corporativa

Nossa gente

Cadeia de valor responsável

Impacto ambiental

Impacto social

Reconhecimentos

Anexos

Dupla materialidade 2024 **GRI 3-2 | 3-3**

TEMAS	DESCRIÇÃO	GRI E SASB	CAPITAIS	RISCOS ASSOCIADOS	OPORTUNIDADES ASSOCIADAS	ODS RELACIONADOS
Combate ao desperdício de alimentos	Implementação de processos internos de gestão, incluindo treinamento e engajamento de colaboradores(as), consumidores(as) e parceiros(as) de negócios em relação ao tema, e estabelecimento de parcerias na cadeia de valor para minimizar desperdícios de alimentos	FB-FR-150a.1.	Social	Perdas de mercadorias vendáveis e recursos usados na produção de alimentos, incluindo terra, água, trabalho, energia e produtos químicos agrícolas Contribuição para a insegurança alimentar e geração de emissões de GEE durante a decomposição em aterros sanitários	Gestão eficaz do desperdício de alimentos pode apresentar oportunidades financeiras para reduzir custos associados à perda de estoque Ajudar a melhorar a segurança alimentar ao desviar de forma mais eficiente os recursos alimentares para fins benéficos	1 2 4 5 8 9 13 14 15 17
Relações e ambiente de trabalho	Criação de condições de trabalho positivas para o desenvolvimento dos(as) profissionais e incentivo a hábitos saudáveis no ambiente de trabalho, visando a maior qualidade de vida, bem-estar e saúde física e mental de colaboradores(as), refletindo na melhora do desempenho e do clima organizacional	401-1 401-2 403-1 403-2 403-3 403-4 403-5 403-6 403-7 403-8 403-9 403-10 404-1 404-2 404-3 407-1 408-1 409-1 FB-FR-310a.1 FB-FR-310a.2. FB-FR-310a.3. FB-FR-310a.4.	Humano	Riscos psicossociais, acidentes de trabalho ou doenças ocupacionais Dificuldades em atrair e reter colaboradores(as)-chave Dificuldades em avaliar, desenvolver ou valorizar habilidades de colaboradores(as)-chave Empresa acusada de não cumprimento da legislação trabalhista ou de direitos humanos	Benefícios gerados ao adotar uma perspectiva de longo prazo na gestão de colaboradores(as), incluindo seus salários e benefícios, de uma forma que proteja os direitos e aumente sua produtividade, fortalecendo a nossa reputação e o valor da nossa marca	3 4 5 8 10
Comunidades e responsabilidade social	Promoção do desenvolvimento local com geração de impacto positivo, por meio de apoio a projetos e causas que promovam a redução das desigualdades, o desenvolvimento sustentável e a inclusão social de grupos vulneráveis e alocação de recursos para negócios sociais	413-1	Social	Não definição de compromissos sociais e práticas de responsabilidade social ineficazes Lacuna de presença reputacional nas comunidades onde opera Litígios, multas e danos reputacionais	Atuação no desenvolvimento socioeconômico das comunidades de entorno Engajamento da comunidade, justiça social, cultivo de forças de trabalho locais, impacto em empresas locais, licença para operar e avaliações de impacto ambiental/social	1 2 4 5 8 9 13 14 15 17
Governança e negócios						
Ética, integridade e transparência	Implantação e monitoramento de mecanismos de controle e punição que inibam práticas de corrupção, anticompetitivas e anticoncorrenciais, e transparência na divulgação de informações sobre os impactos sociais e ambientais positivos e negativos gerados pela organização	205-1 205-2 205-3 206-1 406-1	Intelectual	Não conformidade com as leis Anticorrupção Falta de transparência nas operações e decisões pode afetar a confiança dos(as) clientes, investidores(as) e outros públicos	Prevenção de fraudes e erros	8 9 12 16
Cadeia de valor sustentável	Integração das melhores práticas sociais, ambientais e de governança no processo de homologação, seleção e contratação de fornecedores(as), por meio da sensibilização e adequação dos(as) parceiros(as) de negócio aos nossos princípios, valores e compromissos, buscando o desenvolvimento do setor e a mitigação de riscos de corresponsabilização na cadeia de fornecedores(as)	204-1 308-1 308-2 407-1 408-1 409-1 410-1 414-1 414-2 FB-FR-430a.1. B-FR-430a.2. FB-FR-430a.3.	Natural	Utilização de insumos questionados quanto ao seu impacto ambiental, social ou ético Crises agrícolas na cadeia de abastecimento Empresa ou fornecedores(as) acusados(as) de não cumprimento da legislação trabalhista ou de direitos humanos Interrupção da cadeia de suprimentos, violações regulatórias e impacto na reputação	Empresas que gerenciam efetivamente os riscos de fornecimento de produtos avaliando e se envolvendo com fornecedores(as), para diretrizes de fornecimento sustentável e aprimorando a transparência da cadeia de suprimentos posicionam-se de forma mais vantajosa para melhorar a resiliência da cadeia de suprimentos, mitigar riscos de reputação e potencialmente aumentar a demanda do(a) consumidor(a) ou capturar novas oportunidades de mercado	1 2 4 5 8 9 13 14 15 17



Crítico: primeiro quartil superior



Significante: segundo quartil superior



Importante: segundo quartil inferior



- Sobre este relatório
- Mensagens da liderança
- Identidade
- Estratégia corporativa
- Estratégia de sustentabilidade
- Governança corporativa
- Nossa gente
- Cadeia de valor responsável
- Impacto ambiental
- Impacto social
- Reconhecimentos

Anexos

Dupla materialidade 2024 **GRI 3-2 | 3-3**

TEMAS	DESCRIÇÃO	GRI E SASB	CAPITAIS	RISCOS ASSOCIADOS	OPORTUNIDADES ASSOCIADAS	ODS RELACIONADOS
Governança corporativa	Estabelecimento de processos de governança que garantam a integração de impactos, riscos e oportunidades ESG na tomada de decisão e estabelecimento de critérios de remuneração atrelados aos compromissos ESG	2-9 2-10 2-11 2-12 2-13 2-14 2-15 2-16 2-17 2-18 2-19 2-20 2-21	Intelectual	Insegurança de mercado investidor e ausência de confiança Não identificação e avaliação de riscos para o negócio Não promoção da responsabilidade em todos os níveis da organização	Ganho reputacional e reconhecimento de mercado Com acesso facilitado a captação de recursos, a empresa passa a ser mais confiável e segura	8 9 12 16
Relacionamento e satisfação dos(as) clientes	Capacidade de ofertar produtos e serviços alinhados às expectativas da sociedade, contemplando atendimento de excelência, inovação, fidelização, entrega e pós-venda	417-1 417-2 417-3 FB-FR-270a.1. FB-FR-270a.2. FB-FR-270a.3.	Relacionamento	Ausência de diferenciação entre clientes e consumidores(as), aumento de custos de fidelização	Aumento das vendas, fidelização de clientes e consumidores(as), redução de custos comerciais, ganhos reputacionais e diferencial em setor extremamente competitivo	2 12
Tecnologia, Inovação e segurança da informação	Desenvolvimento de novas competências e processos de base tecnológica relacionada ao uso de dados, inteligência artificial, investimentos em novas tecnologias, parcerias com o ambiente de <i>startups</i> para a experiência do(a) usuário(a). Inclui a manutenção da privacidade e a segurança dos dados de clientes e colaboradores(as), bem como a segurança tecnológica para a prevenção de falhas sistêmicas e incidentes relacionados à segurança da informação	418-1 FB-FR-230a.1. FB-FR-230a.2.	Intelectual	Não conformidade com as leis de proteção de dados pessoais (por exemplo, LGPD) Acesso não autorizado ou uso indevido de sistema de informação, tecnologia ou dados Vazamento de informações confidenciais, perda de ativos críticos, impacto em vendas Perda de capacidades operacionais e impactos financeiros	Sistemas tecnológicos e gerenciais robustos para evitar violações de dados e responder a ameaças de forma eficaz podem posicionar a empresa favoravelmente com os(as) clientes e reduzir o risco de litígios e outros custos operacionais	

Crítico: primeiro quartil superior

Significante: segundo quartil superior

Importante: segundo quartil inferior

Central de indicadores

INDICADORES GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)



SOCIAL

Número total de colaboradores e colaboradoras, por gênero e região* GRI 2-7						
	2024					
	POR GÊNERO		POR REGIÃO			
	FEMININO	MASCULINO	NORDESTE	CENTRO-OESTE	SUDESTE	TOTAL
Número total de empregados	20.705	18.615	3.025	1.608	34.687	39.320
Número de empregados permanentes	17.875	16.041	2.730	1.408	29.778	33.916
Número de empregados temporários	2.830	2.574	295	200	4.909	5.404
Número de empregados em tempo integral	19.756	17.889	2.885	1.542	33.218	37.645
Número de empregados de período parcial	949	726	140	66	1.469	1.675

*A partir do ano de 2024, o escopo dos dados do indicador foi ajustado para maior aderência às Normas GRI. Para acessar dados de anos anteriores, veja nosso [Relatório Anual 2023](#). **GRI 2-4** Não possuímos as classificações de gênero “Outros” e “Não informado”. Não há colaboradores(as) com contrato de trabalho sem garantia de carga horária. Não possuímos operações nas regiões Norte e Sul do Brasil. Foram considerados no número total todos os(as) colaboradores(as) ativos(as) e afastados(as), exceto afastamentos por suspensão de contrato e licença sindical não remunerada. Para colaboradores(as) com jornada de trabalho em período parcial, foram considerados(as) os(as) aprendizes e estagiários(as). Os dados foram reportados com base no término do período de 2024. Em 2024, tivemos 39.320 colaboradores(as), sendo 53% compostos por mulheres e 86% possuíam contrato de trabalho permanente. Os(as) outros(as) 14% contemplam colaboradores(as) que estavam em período de experiência, aprendizes e estagiários(as). Em 2023, esse percentual foi de 89,6%.



Sobre este relatório

Mensagens da liderança

Identidade

Estratégia corporativa

Estratégia de sustentabilidade

Governança corporativa

Nossa gente

Cadeia de valor responsável

Impacto ambiental

Impacto social

Reconhecimentos

Anexos

Número total de colaboradores(as) contratados(as) e taxa de novas contratações* **GRI 401-1**

	2023		2024	
	COLABORADORES(AS) CONTRATADOS(AS)	PERCENTUAL DE NOVAS CONTRATAÇÕES	COLABORADORES(AS) CONTRATADOS(AS)	PERCENTUAL DE NOVAS CONTRATAÇÕES
Gênero				
Feminino	8.382	49,7%	10.050	51,0%
Masculino	8.477	50,3%	9.654	49,0%
Faixa etária				
Abaixo de 30 anos	10.889	64,6%	12.144	61,6%
De 30 a 50 anos	5.227	31,0%	6.565	33,3%
Acima de 50 anos	743	4,4%	995	5,5%
Região				
Nordeste	818	4,9%	763	3,9%
Centro-Oeste	662	3,9%	609	3,1%
Sudeste	15.377	91,2%	18.332	93,0%
Sul	2	0,0%	0	0,0%
Número total de contratações				
Total	16.859		19.704	

*A partir do ano de 2024 o escopo dos dados foi ajustado para maior aderência às Normas GRI, sendo reportados com base no término do período de cada ano. Portanto, os dados de 2023 foram revisados neste Relatório para seguir a nova metodologia. **GRI 2-4.**

Número total de colaboradores(as) desligados(as) e taxa de rotatividade* **GRI 401-1**

	2023		2024	
	COLABORADORES(AS) DESLIGADOS(AS)	PERCENTUAL DE ROTATIVIDADE	COLABORADORES(AS) DESLIGADOS(AS)	PERCENTUAL DE ROTATIVIDADE
Gênero				
Feminino	7.596	50,5%	10.258	50,5%
Masculino	7.456	49,5%	10.045	49,5%
Faixa etária				
Abaixo de 30 anos	8.550	56,8%	11.801	58,1%
De 30 a 50 anos	5.545	36,8%	7.402	36,5%
Acima de 50 anos	957	6,4%	1.100	5,4%
Região				
Nordeste	704	4,7%	1.161	5,7%
Centro-Oeste	664	4,4%	733	3,6%
Sudeste	13.677	90,8%	18.400	90,6%
Sul	7	0,5%	9	0,0%
Número total de desligamentos				
Total	15.052		20.303	

*A partir do ano de 2024 o escopo dos dados foi ajustado para maior aderência às Normas GRI, sendo reportados com base no término do período de cada ano. Portanto, os dados de 2023 foram revisados neste Relatório para seguir a nova metodologia. **GRI 2-4**



Sobre este relatório

Mensagens da liderança

Identidade

Estratégia corporativa

Estratégia de sustentabilidade

Governança corporativa

Nossa gente

Cadeia de valor responsável

Impacto ambiental

Impacto social

Reconhecimentos

Anexos

Licença-maternidade e paternidade, por gênero* **GRI 401-3**

	2024	
	FEMININO	MASCULINO
Colaboradores(as) que tiveram o direito a tirar a licença	20.705	18.615
Colaboradores(as) que tiraram a licença	783	495
Colaboradores(as) que retornaram ao trabalho após o término da licença	772	493
Colaboradores(as) que ainda estiveram empregados(as) 12 meses após o retorno ao trabalho	510	288
Total de colaboradores(as) que deveriam ter retornado da licença	772	493
Taxa de retorno	100%	100%
Taxa de retenção	59%	65%

**A taxa de retenção foi calculada a partir do número de empregados que retornaram ao trabalho após a licença parental referente ao ano de 2023 (858 mulheres e 445 homens). Este é o primeiro ano de reporte deste indicador e por isso não possui série histórica.*

Taxas e números de saúde e segurança* **GRI 403-9**

		2024	
		COLABORADORES(AS)	TRABALHADORES(AS)
Óbitos como resultado de lesões relacionadas ao trabalho	Número total	1	0
	Taxa	0,01	n/d
Acidentes de trabalho com consequência grave (exceto óbitos)	Número total	75	1
	Taxa	1,00	n/d
Acidentes de trabalho de comunicação obrigatória	Número total	295	8
	Taxa	5,24	n/d
Número de horas trabalhadas		74.482.142	n/d

Não monitoramos o número de horas trabalhadas (Hora Homem Trabalhada) de trabalhadores(as) que não são empregados(as) próprios(as), de forma que não conseguimos calcular as taxas para esse grupo. Para colaboradores(as), as taxas foram calculadas com base em 1.000.000 de horas trabalhadas. A partir do ano de 2024 o escopo dos dados do indicador foi ajustado para maior aderência às Normas GRI. Para acessar dados de anos anteriores, acesse nosso [Relatório Anual 2023](#). **GRI 2-4*

Durante o período coberto pelo relatório, identificamos que o comportamento inseguro foi um fator significativo que contribuiu para a ocorrência de acidentes de trabalho com consequências graves. Entre as situações mais comuns estão: a execução de atividades com pressa, a realização de tarefas de maneira inadequada em busca de atalhos, a violação de sistemas e regras básicas de segurança e o não uso de EPIs. Os principais tipos de acidente de trabalho identificados em 2024 para os(as) trabalhadores(as) foram cortes de dedos e mãos relacionados ao manuseio de faca e uso de fatiadora, atividades comuns no ambiente de trabalho; batidas contra transpaleteira, durante o manuseio de equipamentos ou movimentação de materiais; e quedas de mesmo nível causadas por escorregões em piso escorregadio e quedas em escadas móveis e fixas. Os principais tipos de acidente de trabalho para colaboradores(as) foram choques elétricos relacionados ao contato acidental com partes energizadas de equipamentos, fiação exposta ou falhas em dispositivos de proteção elétrica durante a execução de atividades operacionais; e lesões imediatas no uso de ferramentas manuais e equipamentos decorrentes de manejo inadequado, desgaste das ferramentas ou uso sem a devida inspeção, resultando em cortes, perfurações ou esmagamentos durante a execução de atividades operacionais.

Diante desse cenário, identificamos a necessidade de reformular nosso procedimento e metodologia de investigação de acidentes, adotando uma abordagem mais estruturada e eficaz. Implementamos a metodologia de análise de causas, abrangendo causa imediata, causa básica e causa latente, considerando fatores ambientais e estruturais que possam contribuir para a ocorrência. Além disso, passamos a utilizar o método dos cinco porquês para aprofundar a identificação das origens do problema.

Com base nessa análise, desenvolvemos um plano de ação fundamentado em três frentes. A primeira envolve as ações imediatas adotadas logo após a ocorrência. A segunda contempla as medidas planejadas para o curto e médio prazos. A terceira estabelece estratégias de longo prazo para mitigar riscos e fortalecer a cultura de segurança. Essa reformulação reforça nosso compromisso com a segurança e a sustentabilidade, promovendo um ambiente de trabalho mais seguro e prevenindo novas ocorrências.

Seguindo o princípio da melhoria contínua, esse processo será constantemente aprimorado, garantindo que novas oportunidades de aperfeiçoamento sejam incorporadas de forma sistemática. Dessa forma, reforçamos nosso compromisso com a segurança e a sustentabilidade, promovendo um ambiente de trabalho mais seguro e prevenindo novas ocorrências.



Sobre este relatório

Mensagens da liderança

Identidade

Estratégia corporativa

Estratégia de sustentabilidade

Governança corporativa

Nossa gente

Cadeia de valor responsável

Impacto ambiental

Impacto social

Reconhecimentos

Anexos

Média de horas de capacitação de colaboradores(as), por gênero* GRI 404-1			
	2022	2023	2024
Feminino	13,4	18,3	17,6
Masculino	14,2	18,7	17,5
Total	13,8	18,5	17,5

*Foram contemplados(as) todos(as) os(as) colaboradores(as) próprios(as).

Média de horas de capacitação de colaboradores(as), por categoria funcional* GRI 404-1			
	2022	2023	2024**
Presidente	7,0	1,0	0,7
Diretor(a)	14,1	15,6	3,4
Coordenador(a)	28,6	33,7	13,1
Gerente	25,3	30,8	18,9
Administrativo(a)	19,2	27,1	25,1
Técnico(a)	14,1	22,7	8,1
Operacional	12,3	16,5	16,5
Trainee	n/a	n/a	87,9
Estagiário(a)	517,7	237,3	239,7
Aprendiz	4,6	7,0	5,1
Total	13,8	18,5	17,5

* Não houve colaboradores(as) na categoria trainee nos anos de 2022 e 2023. Foram contemplados(as) todos(as) os(as) colaboradores(as) próprios(as).

**A redução percentual entre 2023 e 2024 se dá pela não necessidade de reciclagem de treinamentos obrigatórios (que foram realizados em 2023) e também pelo turnover.

Percentual de colaboradores(as) que receberam avaliação regular de desempenho e de desenvolvimento de carreira, por categoria funcional e gênero* GRI 404-3

	2024		
	FEMININO	MASCULINO	TOTAL
Presidente	0,0	100%	100%
Diretor(a)	21,1%	71,1%	92,1%
Coordenador(a)	39,6%	54,1%	93,6%
Gerente	39,2%	47,0%	86,3%
Administrativo(a)	44,8%	42,2%	86,9%
Técnico(a)	13,9%	71,4%	85,3%
Operacional	8,6%	10,2%	18,9%
Estagiário(a)	41,7%	58,3%	100%
Total	16,4%	18,1%	34,5%

*Este é o primeiro ano de reporte deste indicador e por isso não possui série histórica. Não foram contemplados(as) os(as) colaboradores(as) das categorias funcionais trainee e aprendiz. Devido a limitações sistêmicas, por ano são avaliados(as), até no máximo 15 mil empregados(as). A cada ano, o público a ser considerado no ciclo de avaliação de desempenho é discutido e alinhado, em parceria com os Business Partners, que trazem as percepções das diferentes frentes do negócio, e os principais motivos para elegibilidade. Isso ocorre nos agrupamentos Operacional e Administrativo.



Sobre este relatório

Mensagens da liderança

Identidade

Estratégia corporativa

Estratégia de sustentabilidade

Governança corporativa

Nossa gente

Cadeia de valor responsável

Impacto ambiental

Impacto social

Reconhecimentos

Anexos

Percentual de empregados(as) por categoria funcional por categorias de diversidade* **GRI 405-1**

	2024										
	FEMININO	MASCULINO	ABAIXO DE 30 ANOS	DE 30 A 50 ANOS	ACIMA DE 50 ANOS	AMARELA	BRANCA	INDÍGENA	PRETA	PARDA	PESSOAS COM DEFICIÊNCIA
Presidente	0,0%	100%	0,0%	0,0%	100%	0,0%	100%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Diretor(a)	26,3%	73,7%	0,0%	65,8%	34,2%	0,0%	89,5%	0,0%	2,6%	7,9%	0,0%
Coordenador(a)	42,4%	57,6%	7,1%	85,2%	7,8%	1,4%	66,8%	0,4%	4,2%	27,2%	1,1%
Gerente	47,1%	52,9%	11,4%	79,3%	9,3%	1,4%	46,1%	0,0%	6,7%	45,9%	0,9%
Administrativo(a)	53,2%	46,8%	27,9%	63,7%	8,4%	1,4%	40,8%	0,4%	11,9%	45,5%	1,3%
Técnico(a)	16,3%	83,7%	12,0%	68,4%	19,6%	1,4%	36,5%	0,5%	11,7%	49,9%	0,5%
Operacional	53,1%	46,9%	43,9%	43,2%	12,9%	1,2%	33,2%	0,5%	15,3%	49,8%	5,2%
Trainee	50,0%	50,0%	80,0%	20,0%	0,0%	10,0%	50,0%	0,0%	0,0%	40,0%	0,0%
Estagiário(a)	41,7%	58,3%	100%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	66,7%	33,3%	0,0%
Aprendiz	56,8%	43,2%	100%	0,0%	0,0%	0,6%	45,0%	0,2%	16,6%	37,6%	0,2%
Total	52,7%	47,3%	42,0%	46,5%	11,5%	1,2%	35,7%	0,5%	14,4%	48,2%	4,1%

*A partir do ano de 2024 o escopo dos dados do indicador foi ajustado para maior aderência às Normas GRI. Para acessar dados de anos anteriores, acesse nosso [Relatório Anual 2023](#). **GRI 2-4** Atualmente, não possuímos as classificações de gênero “Outros” e “Não informado” na gestão. Foram considerados(as) no número total de colaboradores(as) todos(as) os(as) empregados(as) ativos(as) e afastados(as), exceto afastamentos por suspensão de contrato e licença sindical não remunerada.

Operações com engajamento da comunidade local, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento

Realizamos o acompanhamento do impacto social positivo por meio de avaliação de resultados dos programas e projetos implementados. Os programas são realizados priorizando as comunidades que estão no entorno de nossas operações. Para a inclusão de uma nova organização social nos programas já consolidados e novos projetos de impacto social, é realizada escuta ativa com as organizações sociais locais. Os planos de engajamento de *stakeholders* foram estruturados a partir do mapeamento de organizações sociais, preferencialmente, no entorno das nossas lojas. Essa abordagem estratégica permite a compreensão mais abrangente, priorização eficaz, construção e fortalecimento de relacionamentos com todas as partes interessadas. Em 2024, os processos de consulta ampla à comunidade local incluíram a pesquisa de materialidade e o diagnóstico para reposicionamento do Instituto, em parceria com a Entre Marcas, em que realizamos processo de ampla consulta com *stakeholders*, incluindo as comunidades

locais, que dentre outros pontos, destacou questionamento sobre o papel do Instituto, formas de atuação e apoio para as comunidades.

Não realizamos avaliações de impacto ambiental nas comunidades locais e não possuímos comitês formais para a discussão dos impactos, porém possuímos o Canal de Ouvidoria GPA como mecanismo formal de queixas para 100% das nossas operações, no qual os eventuais impactos podem ser relatados. Ainda, no *site* do Instituto GPA está disponível e-mail para contato direto, onde recebemos informações gerais – incluindo queixas – que são analisadas, atendidas ou direcionadas para área responsável para solução. **GRI 413-1**

GOVERNANÇA



Sobre este relatório

Mensagens da liderança

Identidade

Estratégia corporativa

Estratégia de sustentabilidade

Governança corporativa

Nossa gente

Cadeia de valor responsável

Impacto ambiental

Impacto social

Reconhecimentos

Anexos

NÚMERO TOTAL E PERCENTUAL DE COLABORADORES(AS) QUE FORAM COMUNICADOS(AS) E TREINADOS(AS) SOBRE AS POLÍTICAS E PROCEDIMENTOS ANTICORRUPÇÃO, POR CATEGORIA FUNCIONAL* GRI 205-2

CATEGORIA FUNCIONAL	COLABORADORES(AS) COMUNICADOS(AS) / TREINADOS(AS)	2022		2023		2024	
		COMUNICADOS(AS)	TREINADOS(AS)	COMUNICADOS(AS)	TREINADOS(AS)	COMUNICADOS(AS)	TREINADOS(AS)
Presidente	Comunicados(as)/treinados(as)	1	0	1	0	1	0
	Percentual de comunicados(as) /treinados(as)	100%	0%	100%	0%	100%	0%
Diretor(a)	Comunicados(as)/treinados(as)	39	0	37	30	38	37
	Percentual de comunicados(as) /treinados(as)	100%	0%	100%	81%	100%	97%
Coordenador(a)	Comunicados(as)/treinados(as)	349	17	318	305	282	271
	Percentual de comunicados(as) /treinados(as)	100%	5%	100%	96%	100%	96%
Gerente	Comunicados(as)/treinados(as)	1.007	30	1.001	956	1.027	979
	Percentual de comunicados(as) /treinados(as)	100%	3%	100%	96%	100%	95%
Administrativo(a)	Comunicados(as)/treinados(as)	6.808	373	6.887	6.453	6.940	6.501
	Percentual de comunicados(as) /treinados(as)	100%	5%	100%	94%	100%	94%
Técnico(a)	Comunicados(as)/treinados(as)	303	9	334	266	367	341
	Percentual de comunicados(as) /treinados(as)	100%	3%	100%	80%	100%	93%
Operacional	Comunicados(as)/treinados(as)	27.512	309	29.516	24.798	28.980	24.720
	Percentual de comunicados(as) /treinados(as)	100%	1%	100%	84%	100%	85%
Trainee	Comunicados(as)/treinados(as)	n/a	n/a	n/a	n/a	10	10
	Percentual de comunicados(as) /treinados(as)	n/a	n/a	n/a	n/a	100%	100%
Estagiário(a)	Comunicados(as)/treinados(as)	7	2	12	11	12	12
	Percentual de comunicados(as) /treinados(as)	100%	29%	100%	92%	100%	100%
Aprendiz	Comunicados(as)/treinados(as)	1.607	31	1.814	1.082	1.663	1.358
	Percentual de comunicados(as) /treinados(as)	100%	2%	100%	60%	100%	82%
Total	Comunicados(as)/treinados(as)	37.633	771	39.920	33.901	39.320	34.229
	Percentual de comunicados(as)/treinados(as)	100%	2%	100%	85%	100%	87%

* Não houve colaboradores(as) na categoria trainee no ano de 2022 e 2023. Foram contemplados(as) todos(as) os(as) empregados(as) próprios(as).

Número total e percentual de colaboradores(as) que foram comunicados(as) e treinados(as) sobre as políticas e procedimentos anticorrupção, por região* **GRI 205-2**

REGIÃO	COLABORADORES(AS) COMUNICADOS(AS) /TREINADOS(AS)	2022		2023		2024	
		COMUNICADOS(AS)	TREINADOS(AS)	COMUNICADOS(AS)	TREINADOS(AS)	COMUNICADOS(AS)	TREINADOS(AS)
Nordeste	Comunicados(as)/treinados(as)	3.280	61	3.419	2.933	3.025	2.716
	Percentual de comunicados(as) / treinados(as)	100%	2%	100%	86%	100%	90%
Centro-Oeste	Comunicados(as)/treinados(as)	1.591	16	1.624	1.369	1.495	1.247
	Percentual de comunicados(as)/ treinados(as)	100%	1%	100%	84%	100%	83%
Sudeste	Comunicados(as)/treinados(as)	32.751	693	34.868	29.591	34.800	30.266
	Percentual de comunicados(as) / treinados(as)	100%	2%	100%	85%	100%	87%
Sul	Comunicados(as)/treinados(as)	11	1	9	8	0	0
	Percentual de comunicados(as) / treinados(as)	100%	9%	100%	89%	n/a	n/a
Total	Comunicados(as)/treinados(as)	37.633	771	39.920	33.901	39.320	34.229
	Percentual de comunicados(as)/ treinados(as)	100%	2%	100%	85%	100%	87%

*Não possuímos operações na Região Norte do Brasil. No ano de 2024 não houve empregados na Região Sul. Foram contemplados(as) todos(as) os(as) empregados(as) próprios(as).

100% dos(as) parceiros(as) de negócios do GPA foram comunicados(as) sobre as políticas e procedimentos anticorrupção durante o processo de homologação e na assinatura do contrato de prestação de serviço. **GRI 205-2**

REMUNERAÇÃO DOS(AS) ADMINISTRADORES(AS) **GRI 2-19 | 2-20**

Mantemos uma [Política de Remuneração](#) com diretrizes que visam estabelecer valores alinhados aos praticados no mercado para os membros de nossa administração. Com o mesmo objetivo, a política é atualizada pela área de Recursos Humanos e analisada pelo Comitê de Gestão, Pessoas e Sustentabilidade, com aprovação do Conselho de Administração, no qual nossos(as) *stakeholders* estão representados(as). Por sua relevância, o pacote de remuneração dos membros da administração, em todos os componentes, é também periodicamente acompanhado pela área de Recursos Humanos e por consultorias especializadas no tema.

Seguindo a Política de Remuneração, nossos(as) administradores(as) podem receber remuneração fixa, que contempla as 12 parcelas de salário mensal, 13º salário e eventuais bônus de contratação e/ou retenção; benefícios diretos e indiretos, como plano de assistência médica, seguro de vida e *check-up* médico; e remuneração variável de curto e longo prazos, com Programa de Participação nos Resultados (PPR) atrelado ao desempenho de indicadores alinhados ao nosso planejamento estratégico, como vendas líquidas, *NPS*, despesas gerais administrativas e de vendas, Ebitda, indicadores ESG (como percentual de mulheres em cargos de liderança e redução de emissões de carbono – escopos 1 e 2) e *market share*, entre outros. **GRI 2-24**

Adicionalmente, há planos de remuneração baseados em nossas ações, com regras em caso de desligamento do(a) executivo(a) antes dos prazos de carência definidos. Mais informações sobre as remunerações estão disponíveis em nosso [Formulário de Referência](#), no item 8.1.



Sobre este relatório

Mensagens da liderança

Identidade

Estratégia corporativa

Estratégia de sustentabilidade

Governança corporativa

Nossa gente

Cadeia de valor responsável

Impacto ambiental

Impacto social

Reconhecimentos

Anexos

Percentual de membros dos órgãos de governança por categorias de diversidade* GRI 405-1

	2024					
	CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO	DIRETORIA ESTATUTÁRIA	COMITÊ AUDITORIA	COMITÊ DE ESTRATÉGIA	COMITÊ FINANCEIRO	COMITÊ DE GESTÃO, PESSOAS E SUSTENTABILIDADE
Gênero						
Feminino	22,2%	0,0%	50,0%	25,0%	20,0%	25,0%
Masculino	77,8%	100%	50,0%	75,0%	80,0%	75,0%
Faixa etária						
Abaixo de 30 anos	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Entre 30 e 50 anos	0,0%	25%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Acima de 50 anos	100%	75%	100%	100%	100%	100%
Raça						
Amarela	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Branca	88,9%	75,0%	75,0%	100%	100%	75,0%
Indígena	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Parda	0,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Preta	11,1%	0,0%	25,0%	0,0%	0,0%	25,0%
Pessoas com deficiência						
	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

*A partir do ano de 2024 o escopo dos dados do indicador foi ajustado para maior aderência às Normas GRI. Para acessar dados de anos anteriores, acesse nosso [Relatório Anual 2023](#). GRI 2-4



Sobre este relatório

Mensagens da liderança

Identidade

Estratégia corporativa

Estratégia de sustentabilidade

Governança corporativa

Nossa gente

Cadeia de valor responsável

Impacto ambiental

Impacto social

Reconhecimentos

Anexos

Quadro de competências dos membros do CA **GRI 2-9 | 2-17**

COMPETÊNCIA	CHRISTOPHE JOSÉ HIDALGO	ELEAZAR DE CARVALHO FILHO	JOSÉ LUIS GUTIERREZ	MARCELO RIBEIRO PIMENTEL	MÁRCIA NOGUEIRA DE MELLO	PHILIPPE ALARCON	RACHEL DE OLIVEIRA MAIA	RENAN BERGMANN	RONALDO IABRUDI
Cadeia de valor e impacto na biodiversidade							☑	☑	☑
Cenário geopolítico	☑			☑	☑	☑	☑		☑
Combate ao desmatamento e proteção das florestas									☑
Direito	☑								
Diversidade, equidade e inclusão							☑		☑
Economia	☑	☑	☑		☑	☑	☑	☑	☑
ESG		☑		☑			☑	☑	☑
Estratégia	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑
Experiência no setor de varejo	☑	☑	☑	☑		☑	☑		☑
Finanças e contabilidade	☑	☑	☑		☑	☑	☑	☑	☑
Gente, cultura e talento				☑			☑	☑	☑
Governança corporativa em empresas de capital aberto	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑
Inovação, empreendedorismo e novos modelos de negócio		☑	☑	☑	☑		☑		☑
Marketing e atendimento ao(à) cliente			☑	☑			☑		☑
Meio ambiente		☑				☑	☑	☑	☑
Mercado e alocação de capitais	☑	☑			☑	☑	☑	☑	☑
M&A	☑			☑		☑		☑	☑
Relação com investidores(as)	☑	☑							☑
Responsabilidade social		☑		☑			☑	☑	☑
Riscos, compliance e cultura de integridade		☑		☑			☑	☑	
Segurança alimentar e desperdício de alimento			☑					☑	☑
TI e cibersegurança					☑			☑	☑



AMBIENTAL

No ano de 2024 o aumento no consumo de energia elétrica, devido ao maior volume de operações e também pela oferta de novos serviços e atividades do funcionamento das lojas, foram as principais causas para o aumento nas emissões de GEE de Escopo 1. Além disso, o ano de 2024 foi marcado por picos de temperaturas altas, com menos chuvas, aumentando o fator de emissão do SIN, ocasionando aumento também nas emissões de Escopo 2 relacionadas à energia.

Consumo de energia dentro da organização* **GRI 302-1**

CONSUMO TOTAL DE ENERGIA** (MWH)	2022	2023	2024***
Consumo total de combustíveis não renováveis	24.489	20.565	50.732
Gasolina	n/d	n/d	5.361
Diesel	n/d	n/d	13.153
Gás natural	11.496	10.264	16.546
Gás liquefeito de petróleo (GLP)	12.993	10.301	15.673
Consumo total de combustíveis renováveis	389.137	413.491	469.657
Energia consumida	465.087	505.989	556.016
Eletricidade	465.087	505.989	556.016
Total de energia consumida	878.713	940.045	1.076.404

*O escopo do indicador considerou o consumo total de energia nos CDs, Lojas, Postos e Sede. A partir do ano de 2024 o consumo de gasolina e diesel começaram a ser contabilizados no escopo do indicador.

No Relatório anterior, o “Consumo total de energia” se referia apenas ao consumo de eletricidade. O título foi ajustado neste Relatório. **GRI 2-4

***No ano de 2024 houve um aumento de 15% quando comparado ao ano anterior. O aumento no consumo de energia elétrica é explicado pelo maior volume de operações e, também, pela oferta de novos serviços e atividades do funcionamento das lojas que consomem mais energia elétrica. Além disso, o ano de 2024 foi marcado por picos de temperaturas altas, ocasionando também o aumento no consumo de Gás Natural e GLP. Em relação ao consumo de diesel, o aumentou decorreu do uso de geradores para manter o funcionamento das lojas em decorrência de apagões. Os dados foram auditados por auditoria de terceira parte independente, pela Fundação Carlos Alberto Vanzolini.

Intensidade do consumo de energia (MWh/m² de loja)* GRI 302-3	2022	2023	2024**
	1,4	1,5	1,9

* O escopo do indicador considerou o consumo total de energia nos CDs, Lojas, Postos e Sede por metros quadrados (m²) de lojas.

** A partir do ano de 2024 a forma de calcular a intensidade foi ajustada para maior aderência à Norma GRI. Os dados da série histórica foram revisados neste Relatório para garantir um comparativo ao longo dos anos.. **GRI 2-4** Os dados foram auditados por auditoria de terceira parte independente, pela Fundação Carlos Alberto Vanzolini.

	UNIDADE DE MEDIDA	2022	2023	2024**
Consumo total de água* GRI 303-5	m³	1.119.460	1.132.485	1.332.691
	megalitros	1,1	1,1	1,3

*O escopo do indicador considerou o consumo total de água nos CDs, Lojas, Postos e Sede. Os dados foram coletados em metros cúbicos (m³) e convertidos para megalitros. Não realizamos a gestão dos dados para as regiões com estresse hídrico.

**Os dados foram auditados por auditoria de terceira parte independente, pela Fundação Carlos Alberto Vanzolini.

Intensidade do consumo de água (m³/m² de loja)*	2022	2023	2024**
	1,7	1,9	2,4

* O escopo do indicador considerou o consumo total de água em metros cúbicos (m³) nos CDs, Lojas, Postos e Sede por metros quadrados (m²) de lojas.

**Os dados foram auditados por auditoria de terceira parte independente, pela Fundação Carlos Alberto Vanzolini.



- Sobre este relatório
- Mensagens da liderança
- Identidade
- Estratégia corporativa
- Estratégia de sustentabilidade
- Governança corporativa
- Nossa gente
- Cadeia de valor responsável
- Impacto ambiental
- Impacto social
- Reconhecimentos

Anexos

Emissões de Gases do Efeito Estufa (GEE) (tCO ₂ e)* GRI 305-1 305-2 305-3			
	2022	2023	2024**
Total de emissões diretas (Escopo 1)	279.848	252.837	238.935,33
Combustão estacionária	7.965	7.744	8.898,7
Combustão móvel	1.506	3.226	2.220,7
Fugitivas	270.377	241.867	227.815,9
Total de emissões indiretas (Escopo 2)	24.338	19.635	29.774
Abordagem de localização	24.338	19.635	29.774
Abordagem de escolha de compra	23.663	18.699	13.085
Total de outras emissões indiretas (Escopo 3)	68.122	66.831	56.740,93
Bens e serviços adquiridos	1.494	726,5	597,4
Transporte e distribuição (upstream)	16.303	17.255	15.093,0
Resíduos gerados nas operações	41.493	43.848	36.076,9
Viagens a negócios	2.024	650,6	873,7
Transporte e distribuição a jusante (downstream)	6.808	4.351	4.099,8
Total de emissões (escopos 1, 2 e 3)	372.308	339.303	325.450,4
Total de emissões biogênicas de CO ₂ (Escopo 1)	n/d	n/d	1.009,7
Total de emissões biogênicas de CO ₂ (Escopo 3)	n/d	n/d	7.147,6

*O ano-base escolhido para o cálculo das emissões foi 2015. Os gases incluídos no cálculo dos escopos 1, 2 e 3 foram: CO₂, CH₄, N₂O e HFCs. As emissões biogênicas de escopos 1 e 3 começaram a ser reportadas em 2024 e por isso a série histórica não está disponível. As emissões foram calculadas de acordo com a metodologia contida no The Greenhouse Gas Protocol: A Corporate Accounting and Reporting Standard (GHG Protocol), Revised Edition, março de 2004, publicado pelo World Resources Institute e pelo World Business Council on Sustainable Development (WRI/WBCSD). Os dados foram auditados por auditoria de terceira parte independente, pela Fundação Carlos Alberto Vanzolini.

Resíduos gerados (toneladas)* GRI 306-3, 306-4, 306-5	
Total de resíduos gerados	2024
Não perigosos	67.794
Perigosos	97
Total	67.891
Resíduos enviados para operações de recuperação	
Não perigosos – Classe II	25.612
Perigosos - Classe I	97
Subtotal	25.709
Resíduos destinados para operações de disposição final	
Não perigosos – Classe II	42.182
Perigosos - Classe I	0
Subtotal	42.182

*A partir do ano de 2024 o escopo dos dados do indicador foi ajustado para maior aderência às Normas GRI. Para acessar dados de anos anteriores, acesse nosso [Relatório Anual 2023](#). **GRI 2-4** Os dados foram compilados a partir das bases de volumetria de resíduos, MTRs e Certificados recebidos mensalmente dos(as) fornecedores(as) credenciados(as).. Os dados foram auditados por auditoria de terceira parte independente, pela Fundação Carlos Alberto Vanzolini.



Sobre este relatório

Mensagens da liderança

Identidade

Estratégia corporativa

Estratégia de sustentabilidade

Governança corporativa

Nossa gente

Cadeia de valor responsável

Impacto ambiental

Impacto social

Reconhecimentos

Anexos

Resíduos enviados para operações de recuperação (toneladas)* GRI 306-4		
2024		
Resíduos não perigosos – Classe II		
Preparação para reutilização		0
Reciclagem		96
Outras operações de recuperação		1
Subtotal		97
Resíduos perigosos – Classe I		
Preparação para reutilização		7.522
Reciclagem		17.298
Outras operações de recuperação		791
Subtotal		25.612
Total		25.709

*A partir do ano de 2024 o escopo dos dados do indicador foi ajustado para maior aderência às Normas GRI. Para acessar dados de anos anteriores, acesse nosso [Relatório Anual 2023](#). **GRI 2-4** Todos os volumes são validados e controlados por meio de indicadores para que a quantidade de resíduos não destinada tenha um percentual cada vez maior, gerando menos impacto ambiental. Os resíduos Classe I contemplaram: óleo vegetal, lâmpadas, pilhas e baterias e eletrônicos. Os resíduos Classe II contemplaram resíduos orgânicos e graxaria papel e papelão, vidro, metal, alumínio, plástico, madeira, isopor e recicláveis mistos. Não há recuperação de resíduos fora da organização. Os dados foram auditados por auditoria de terceira parte independente, pela Fundação Carlos Alberto Vanzolini.

Resíduos destinados para operações de disposição final (toneladas) GRI 306-5		
2024		
Resíduos não perigosos – Classe II		
Incineração (com recuperação de energia)		0
Incineração (sem recuperação de energia)		0
Confinamento em aterro		38.745
Outras operações de disposição		3.438
Subtotal		42.182
Resíduos perigosos – Classe I		
Subtotal		0
Total		42.182

*A partir do ano de 2024 o escopo dos dados do indicador foi ajustado para maior aderência às Normas GRI. Para acessar dados de anos anteriores, acesse nosso [Relatório Anual 2023](#). **GRI 2-4** Todos os volumes são validados e controlados por meio de indicadores, certificados e documentos comprobatórios da destinação. Os resíduos classificados como materiais perigosos têm destinação nobre e são desviados de aterro sanitário. Não há disposição final de resíduos dentro da Organização. Os dados foram auditados por auditoria de terceira parte independente, pela Fundação Carlos Alberto Vanzolini.

INDICADORES SASB



"VAREJISTAS E DISTRIBUIDORES DE ALIMENTOS SUSTAINABILITY ACCOUNTING STANDARDS BOARD (SASB)"		UNIDADE DE MEDIDA	2022	2023	2024
Gestão de Combustível da Frota*					
FB-FR-110a.1	Combustível da frota consumido	GJ	23.218	29.624	47.437
	Percentual de combustível renovável consumido	%	4,8	6,8	6,6
Emissões Atmosféricas da Refrigeração*					
FB-FR-110b.1	Emissões brutas globais de Escopo 1 de refrigerantes	tCO ₂ e	270.377	241.866	227.815,9
FB-FR-110b.2	Total de gases refrigerantes consumidos	Kg	168.746	161.616	127.210
	Total de gases refrigerantes consumidos com zero potencial de destruição da camada de ozônio (sem HCFC)	Kg	58.003	66.071	42.170
	Porcentagem de gases refrigerantes consumidos com zero potencial de destruição da camada de ozônio	%	34	41	33
Gestão de Energia*					
FB-FR-130a.1	Energia operacional consumida	GJ	1.674.315	1.821.560	2.001.656
	Consumo total de energia elétrica do Grid	GJ	273.421	332.992	310.893
	Consumo total de energia de fontes renováveis	GJ	1.400.894	1.488.568	1.690.763
	Percentual de energia elétrica consumida do Grid	%	16	18	16
	Percentual de energia renovável consumida	%	84	82	84
*Fator de conversão: cada 1 MWh equivale a 3,6 GJ					
Gestão de Desperdício de Alimentos					
FB-FR-150a.1	Porcentagem de resíduos de alimentos reaproveitados (desviada de desperdício)	%	14,1	12,8	41,9
Segurança de Dados					
FB-FR-230a.1	Número de violações de dados	unidade	0	0	0
	Número de violações de dados de clientes ou parceiros(as) de negócio	unidade	0	0	0
	Percentual de violação de dados de clientes ou parceiros(as) de negócio	%	0	0	0
	Número de clientes afetados(as) com os casos de violação de dados	unidade	0	0	0
FB-FR-230a.2	Descrição da abordagem para identificar e abordar riscos de segurança de dados		Página 40 do Relatório Anual 2022	Página 49 do Relatório Anual 2023	Página 43 do Relatório Anual 2024

*Os dados ambientais foram auditados por auditoria de terceira parte independente, pela Fundação Carlos Alberto Vanzolini. São eles: FB-FR-110a.1, FB-FR-110b.1, FB-FR-110b.2 e FB-FR-130a.1



Sobre este relatório

Mensagens da liderança

Identidade

Estratégia corporativa

Estratégia de sustentabilidade

Governança corporativa

Nossa gente

Cadeia de valor responsável

Impacto ambiental

Impacto social

Reconhecimentos

Anexos

"VAREJISTAS E DISTRIBUIDORES DE ALIMENTOS SUSTAINABILITY ACCOUNTING STANDARDS BOARD (SASB)"		UNIDADE DE MEDIDA	2022	2023	2024
Segurança alimentar					
FB-FR-250a.2	Número de <i>recalls</i> - marcas próprias	unidade	0	0	0
	Número de unidades recolhidas - marcas próprias	unidade	0	0	0
	Porcentagem de unidades recolhidas - marcas próprias	%	0	0	0
Saúde e Nutrição dos Produtos					
FB-FR-260a.2	Discussão do processo para identificar e gerenciar produtos e ingredientes relacionados a preocupações nutricionais e de saúde entre os(as) consumidores(as)		Página 60 do Relatório Anual 2022	Página 73 do Relatório Anual 2023	Páginas 78 e 95 do Relatório Anual 2024
Práticas Trabalhistas					
FB-FR-310a.2	Porcentagem da força de trabalho ativa empregada sob acordos coletivos	%	100	100	100
FB-FR-310a.3	Quantidade de paralisações de funcionários(as) - greve ou outra paralisação	unidade	0	0	0
	Quantidade de dias ociosos	unidade	0	0	0
FB-FR-310a.4	Valor total de perdas monetárias como resultado de processos judiciais associados a: (1) violações da lei trabalhista e (2) discriminação no emprego	R\$	Item 4.3 do Formulário de Referência. Acesse aqui.	Item 4.4 do Formulário de Referência. Acesse aqui.	Item 4.4 do Formulário de Referência - Acesse aqui.
Gestão dos Impactos Ambientais e Sociais na Cadeia de Suprimentos					
FB-FR-430a.2	% de faturamento de venda de ovos de categorias <i>cage-free</i> em relação ao total de ovos de marcas próprias	%	51,9	62,9	66,9
	% de faturamento de venda de ovos categorias <i>cage-free</i> em relação ao total de ovos de outras marcas e marcas próprias	%	40,2	43,0	43,4
	% de faturamento de venda de carne suína produzida sem o uso de gaiolas de gestação	%	-	64	61
FB-FR-430a.3	Discussão da estratégia para gerenciar riscos ambientais e sociais dentro da cadeia de suprimentos, incluindo bem-estar animal		Página 42 do Relatório Anual 2022	Página 53 do Relatório Anual 2023	Páginas 78, 81 e 83 do Relatório Anual 2024
FB-FR-430a.4	Discussão de estratégias para reduzir o impacto ambiental da embalagem		Página 75 do Relatório Anual 2022	Página 84 do Relatório Anual 2023	Páginas 95, 102, 103 e 106 do Relatório Anual 2024
"Métrica de Atividade"					
FB-FR-000.a	Total de lojas do GPA	número	735	767	726
	Total de Centros de Distribuição do GPA*	número	10	10	10
FB-FR-000.b	Total de área das lojas	mil m²	640	612	557
	Total de área dos Centros de Distribuição	m²	383.252	346.076	346.076
FB-FR-000.c	Número de veículos na frota própria	unidade	545	465	434
FB-FR-000.d*	Total de milhas** - viagem aéreas	milhas	3.937.235	1.959.976	2.704.837

*O número de Centros de Distribuição (CDs) relatado no ano de 2023 foi ajustado neste relatório, de 12 para dez, pois, nos anos anteriores, além dos CDS, também foram considerados dois hubs, um em Ribeirão Preto e um de Aliados. **GRI 2-4**

** Fator de conversão: 1 km corresponde à 0,62 milha.



- Sobre este relatório
- Mensagens da liderança
- Identidade
- Estratégia corporativa
- Estratégia de sustentabilidade
- Governança corporativa
- Nossa gente
- Cadeia de valor responsável
- Impacto ambiental
- Impacto social
- Reconhecimentos

Anexos

Sumário de Conteúdo GRI

DECLARAÇÃO DE USO	O Grupo Pão de Açúcar relatou com base nas Normas GRI para o período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2024.
GRI 1 USADA	GRI 1: Fundamentos 2021

NORMA GRI/OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO/RESPOSTA	OMISSÃO			OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (ODS)
			REQUISITO(S) OMITIDO(S)	MOTIVO	EXPLICAÇÃO	
GRI 2: Conteúdos gerais 2021	2-1 Detalhes da organização	Páginas: 8, 45				-
	2-2 Entidades incluídas no relato de sustentabilidade da organização	Página: 3				-
	2-3 Período de relato, frequência e ponto de contato	Página: 3				-
	2-4 Reformulações de informações	Páginas: 3, 130-132, 134, 137, 139-141				-
	2-5 Verificação externa	Páginas: 3, 156				-
	2-6 Atividades, cadeia de valor e outras relações de negócios	Páginas: 8, 10, 13, 17, 25, 78				-
	2-7 Empregados	Página: 130				8.5, 10.3



- Sobre este relatório
- Mensagens da liderança
- Identidade
- Estratégia corporativa
- Estratégia de sustentabilidade
- Governança corporativa
- Nossa gente
- Cadeia de valor responsável
- Impacto ambiental
- Impacto social
- Reconhecimentos

Anexos

NORMA GRI/OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO/RESPOSTA	OMISSÃO			OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (ODS)
			REQUISITO(S) OMITIDO(S)	MOTIVO	EXPLICAÇÃO	
GRI 2: Conteúdos gerais 2021	2-8 Trabalhadores que não são empregados	Em 2024, contávamos com 1.726 trabalhadores(as) que não são empregados(as). As relações contratuais se devem à sazonalidade para as funções operacionais e de cargos como padeiros(as), açougueiros(as) e peixeiros(as). Os(As) trabalhadores(as) considerados(as) incluem os(as) em regime de contrato temporário, que não possuem contrato de trabalho CLT (Consolidação das Leis do Trabalho). Os dados foram reportados com base no término do período de 2024 e este é o primeiro ano de reporte e, por isso, não há série histórica.				8.5
	2-9 Estrutura de governança e sua composição	Páginas: 45, 138				5.5, 16.7
	2-10 Nomeação e seleção para o mais alto órgão de governança	Página: 45				5.5, 16.7
	2-11 Presidente do mais alto órgão de governança	Página: 45				16.6
	2-12 Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança na supervisão da gestão dos impactos	Páginas: 45, 47				16.7
	2-13 Delegação de responsabilidade pela gestão de impactos	Página: 45				-
	2-14 Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança no relato de sustentabilidade	Página: 3				-
	2-15 Conflitos de interesse	Páginas: 8, 42				16.6
	2-16 Comunicação de preocupações cruciais	Página: 45. Para mais informações sobre as preocupações cruciais, acesso o item 4. Fatores de risco, página 95, do Formulário de Referência 2023 .				-
	2-17 Conhecimento coletivo do mais alto órgão de governança	Página: 138				-
	2-18 Avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança	Página: 46				-



- Sobre este relatório
- Mensagens da liderança
- Identidade
- Estratégia corporativa
- Estratégia de sustentabilidade
- Governança corporativa
- Nossa gente
- Cadeia de valor responsável
- Impacto ambiental
- Impacto social
- Reconhecimentos

Anexos

NORMA GRI/OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO/RESPOSTA	OMISSÃO			OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (ODS)
			REQUISITO(S) OMITIDO(S)	MOTIVO	EXPLICAÇÃO	
GRI 2: Conteúdos gerais 2021	2-19 Políticas de remuneração	Página: 136				-
	2-20 Processo para determinação da remuneração	Página: 136				-
	2-21 Proporção da remuneração total anual	Em 2024, a proporção entre a remuneração total anual do indivíduo mais bem pago e a remuneração total anual média de todos(as) os(as) empregados(as) foi de 619*. Já a proporção entre o aumento percentual na remuneração total anual do indivíduo mais bem pago da organização e o aumento percentual médio na remuneração total anual de todos(as) os(as) empregados(as) foi de 48%. *Não foram contemplados(as) os(as) conselheiros(as) no cálculo. O histórico do indicador pode ser encontrado no item 10.3(d) Políticas e práticas de remuneração dos empregados, página 332, do Formulário de Referência 2023 .				-
	2-22 Declaração sobre estratégia de desenvolvimento sustentável	Páginas: 5, 6				-
	2-23 Compromissos de política	Páginas: 31, 34, 39, 42, 78, 81, 84, 89, 95				16.3
	2-24 Incorporação de compromissos de política	Páginas: 31, 32, 34, 40, 81, 84, 89, 136				-
	2-25 Processos para reparar impactos negativos	Página: 80				-
	2-26 Mecanismos para aconselhamento e apresentação de preocupações	Página: 41				16.3



- Sobre este relatório
- Mensagens da liderança
- Identidade
- Estratégia corporativa
- Estratégia de sustentabilidade
- Governança corporativa
- Nossa gente
- Cadeia de valor responsável
- Impacto ambiental
- Impacto social
- Reconhecimentos

Anexos

NORMA GRI/OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO/RESPOSTA	OMISSÃO			OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (ODS)
			REQUISITO(S) OMITIDO(S)	MOTIVO	EXPLICAÇÃO	
GRI 2: Conteúdos gerais 2021	2-27 Conformidade com leis e regulamentos	Em 2024, fomos alvo de 11 multas, das quais duas foram consideradas significativas. Não houve o registro de sanções não monetárias. Os dois casos tratam de multas lavradas pela falta de informação adequada sobre preço, condições de pagamento e juros e também sobre descumprimento à legislação do leitor óptico. O valor total das multas foi de R\$ 1.452.762, dos quais pagamos R\$ 173.373 no período de 2024. Em relação a multas de períodos anteriores, em 2024 foram pagos R\$ 12.560.				-
	2-28 Participação em associações	Páginas: 36, 46				-
	2-29 Abordagem para engajamento de stakeholders	Páginas: 18, 19				-
	2-30 Acordos de negociação coletiva	Página: 51				8.8
Temas materiais						
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-1 Processo de definição de temas materiais	Página: 37				-
	3-2 Lista de temas materiais	Páginas: 37, 127, 128				-
Diversidade, equidade e inclusão						
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	Páginas: 53, 127				-
GRI 401: Emprego 2016	401-3: Licença maternidade/paternidade	Página: 132				5.1, 5.4, 8.5



Sobre este relatório

Mensagens da liderança

Identidade

Estratégia corporativa

Estratégia de sustentabilidade

Governança corporativa

Nossa gente

Cadeia de valor responsável

Impacto ambiental

Impacto social

Reconhecimentos

Anexos

NORMA GRI/OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO/RESPOSTA	OMISSÃO			OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (ODS)
			REQUISITO(S) OMITIDO(S)	MOTIVO	EXPLICAÇÃO	
GRI 405: Diversidade e Igualdade de oportunidades 2016	405-1: Diversidade em órgãos de governança e empregados	Página: 132				5.1, 5.5, 8.5
	405-2: Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens		405-2 a./b.	Informação indisponível	Por ser considerado um dado sensível, não divulgamos as informações. Iremos divulgar no próximo ano.	5.1, 8.5, 10.3
Relações e ambiente de trabalho						
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	Páginas: 51, 128				-
GRI 401: Emprego 2016	401-1: Novas contratações e rotatividade de empregados	Página: 131				5.1, 8.5, 8.6, 10.3
	401-2 Benefícios oferecidos a empregados em tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou de período parcial	Página: 67				3.2, 5.4, 8.5
GRI 403: Saúde e Segurança do Trabalho 2018	403-1: Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	Página: 72				8.8
	403-2: Identificação de periculosidade, avaliação de riscos e investigação de incidentes	Página: 72				8.8
	403-3: Serviços de saúde do trabalho	Página: 74				8.8
	403-4: Participação dos trabalhadores, consulta e comunicação aos trabalhadores referentes a saúde e segurança do trabalho	Página: 72				8.8, 16.7
	403-5: Capacitação de trabalhadores em saúde e segurança do trabalho	Página: 72				8.8



Sobre este relatório

Mensagens da liderança

Identidade

Estratégia corporativa

Estratégia de sustentabilidade

Governança corporativa

Nossa gente

Cadeia de valor responsável

Impacto ambiental

Impacto social

Reconhecimentos

Anexos

NORMA GRI/OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO/RESPOSTA	OMISSÃO			OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (ODS)
			REQUISITO(S) OMITIDO(S)	MOTIVO	EXPLICAÇÃO	
GRI 403: Saúde e Segurança do Trabalho 2018	403-6: Promoção da saúde do trabalhador	Página: 74				3.3, 3.5, 3.7, 3.8
	403-7: Prevenção e mitigação de impactos de saúde e segurança do trabalho diretamente vinculados com relações de negócios	Página: 72				8.8
	403-8: Trabalhadores cobertos por um sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	Página: 73				8.8
	403-9: Acidentes de trabalho	Página: 132				3.6, 3.9, 8.8, 16.1
	403-10: Doenças profissionais	Não foram identificadas doenças profissionais levando a óbito ou de comunicação obrigatória, sendo os principais tipos identificados em 2024 como tendinopatias, síndrome do túnel do carpo, lombalgias pós-esforço. Eles decorrem de condições ergonômicas inadequadas, exposição a condições térmicas extremas, como o calor tem exaustão, internação, dermatites por calor e problemas respiratórios e com ambientes frios, os perigos são a hipotermia, o frostbite, a síndrome de Raynaud e broncoespasmos. Os dados abordados foram coletados por meio de relatórios do SESMT, pela análise de perigos e riscos, a análise ergonômica dos postos de trabalho e os registros de treinamentos. Para os(as) trabalhadores(as) terceiros(as), não coletamos e armazenamos dados de doenças profissionais.				3.3, 3.4, 3.9, 8.8, 16.1
GRI 404: Capacitação e Educação 2016	404-1: Média de horas de capacitação por ano, por empregado	Páginas: 133, 71				4.3, 4.4, 4.5, 5.1, 8.2, 8.5, 10.3
	404-2:Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e de assistência para transição de carreira	Páginas: 68, 69				8.2, 8.5
	404-3: Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira	Página: 133				5.1, 8.5, 10.3



- Sobre este relatório
- Mensagens da liderança
- Identidade
- Estratégia corporativa
- Estratégia de sustentabilidade
- Governança corporativa
- Nossa gente
- Cadeia de valor responsável
- Impacto ambiental
- Impacto social
- Reconhecimentos

Anexos

NORMA GRI/OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO/RESPOSTA	OMISSÃO			OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (ODS)
			REQUISITO(S) OMITIDO(S)	MOTIVO	EXPLICAÇÃO	
Relacionamento e satisfação dos clientes						
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	Páginas: 19, 129				-
GRI 417: Marketing e Rotulagem 2016	417-1: Requisitos para informações e rotulagem de produtos e serviços	Página: 95				12.8
	417-2: Casos de não conformidade em relação a informações e rotulagem de produtos e serviços	Em 2024, não foram identificados casos de não conformidade em relação a informações e rotulagem de produtos e serviços com relação a normas e legislações locais. Foram registrados, entretanto, 86 casos de não conformidades relacionados a códigos voluntários no tema.				16.3
	417-3: Casos de não conformidade em relação a comunicação de marketing	Em 2024, foram 11 multas regulatórias, 24 condenações na esfera civil e quatro advertências relacionadas a comunicação e marketing.				16.3
Produtos responsáveis e seguros						
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	Páginas: 16, 79, 80, 83, 96, 127				-
GRI 416: Saúde e Segurança do Consumidor 2016	416-1: Avaliação dos impactos na saúde e segurança causados por categorias de produtos e serviços	Página: 96				-
	416-2: Casos de não conformidade em relação aos impactos na saúde e segurança causados por produtos e serviços	Em 2024, não foram identificados casos de não conformidade em relação aos impactos de nossos produtos na saúde e segurança do(a) consumidor(a) com relação a normas e legislações locais. Foram, entretanto, registrados 30 casos de não conformidade relacionados a códigos voluntários no tema.				16.3
Cadeia de valor sustentável						
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	Páginas: 78-80, 84, 87, 94, 128				-



- Sobre este relatório
- Mensagens da liderança
- Identidade
- Estratégia corporativa
- Estratégia de sustentabilidade
- Governança corporativa
- Nossa gente
- Cadeia de valor responsável
- Impacto ambiental
- Impacto social
- Reconhecimentos

Anexos

NORMA GRI/OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO/RESPOSTA	OMISSÃO			OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (ODS)
			REQUISITO(S) OMITIDO(S)	MOTIVO	EXPLICAÇÃO	
GRI 204: Práticas de Compra 2016	204-1 Proporção de gastos com fornecedores locais		204-1 a./b./c.	Informação indisponível	Não possuímos um controle de gastos com fornecedores locais.	8.3
GRI 308: Avaliação Ambiental de Fornecedores 2016	308-1: Novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais	Páginas: 78, 90				-
	308-2: Impactos ambientais negativos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas	Páginas: 78, 90				-
GRI 407: Liberdade Sindical e Negociação Coletiva 2016	407-1: Operações e fornecedores em que o direito à liberdade sindical e à negociação coletiva pode estar em risco	Não foram identificados riscos significativos relacionados ao direito à liberdade sindical e negociação coletiva nas operações do GPA e em seus(uas) fornecedores(as).				8.8
GRI 408: Trabalho Infantil 2016	408-1: Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil	Não foram identificados riscos significativos relacionados a ocorrência de trabalho infantil e jovens expostos a trabalho perigoso nas operações do GPA e em seus(uas) fornecedores(as).				5.25.2, 8.7, 16.2
GRI 409: Trabalho Forçado ou Análogo ao Escravo 2016	409-1: Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo	Não foram identificados riscos significativos relacionados a casos de trabalho escravo e análogo ao escravo nas operações do GPA e seus(uas) fornecedores(as). Página: 89				5.2, 8.7
GRI 410: Práticas de Segurança 2016	410-1: Pessoal de segurança capacitado em políticas ou procedimentos de direitos humanos	Tanto em 2024 quanto em 2023, 100% dos(as) prestadores(as) de serviços de segurança foram treinados(as) em direitos humanos. Os requisitos de capacitação também são aplicados às empresas contratadas que fornecem serviços de segurança.				5.2, 8.7
GRI 414: Avaliação Social de Fornecedores 2016	414-1: Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais	Páginas: 78, 90				5.2, 8.8, 16.1
	414-2: Impactos sociais negativos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas	Página: 90				5.2, 8.8, 16.1
Comunidades e responsabilidade social						
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	Páginas: 110, 117, 128				-



Sobre este relatório

Mensagens da liderança

Identidade

Estratégia corporativa

Estratégia de sustentabilidade

Governança corporativa

Nossa gente

Cadeia de valor responsável

Impacto ambiental

Impacto social

Reconhecimentos

NORMA GRI/OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO/RESPOSTA	OMISSÃO			OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (ODS)
			REQUISITO(S) OMITIDO(S)	MOTIVO	EXPLICAÇÃO	
GRI 203: Impactos Econômicos Indiretos 2016	203-1: Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços	Página: 117				5.4, 9.1, 9.4, 11.2
GRI 413: Comunidades Locais 2016	413-1: Operações com engajamento, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento voltados à comunidade local	Páginas: 110, 117, 134				-
Combate ao desperdício de alimentos						
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	Páginas: 107, 119, 128				-
Emissões e mudanças climáticas						
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	Páginas: 98, 127				-
GRI 302: Energia 2016	302-1: Consumo de energia dentro da organização	Páginas: 99, 139				7.2, 7.3, 8.4, 12.2, 13.1
	302-3: Intensidade energética	Página: 139				7.3, 8.4, 12.2, 13.1
	302-4: Redução do consumo de energia	Em 2024 não houve reduções do consumo de energia obtidas diretamente em decorrência de iniciativas de conservação e eficiência. Página: 99				7.3, 8.4, 12.2, 13.1
	302-5: Reduções nos requisitos energéticos de produtos e serviços		302-5 a./b./c.	Informação indisponível	Não realizamos a gestão dos dados de reduções nos requisitos energéticos de produtos e serviços. Comprometemo-nos a reportar nos relatórios seguintes.	12.2, 13.1



Sobre este relatório

Mensagens da liderança

Identidade

Estratégia corporativa

Estratégia de sustentabilidade

Governança corporativa

Nossa gente

Cadeia de valor responsável

Impacto ambiental

Impacto social

Reconhecimentos

Anexos

NORMA GRI/OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO/RESPOSTA	OMISSÃO			OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (ODS)
			REQUISITO(S) OMITIDO(S)	MOTIVO	EXPLICAÇÃO	
GRI 305: Emissões 2016	305-1: Emissões diretas (Escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE)	Página: 140				3.9, 12.4, 13.1, 14.3, 15.2
	305-2: Emissões indiretas (Escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia	Página: 140				3.9, 12.4, 13.1, 14.3, 15.2
	305-3: Outras emissões indiretas (Escopo 3) de gases de efeito estufa (GEE)	Página: 140				3.9, 12.4, 13.1, 14.3, 15.2
Economia Circular						
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	Páginas: 102, 127				-
GRI 301: Materiais 2016	301-1: Materiais utilizados, discriminados por peso ou volume	Em 2024, 5,7% dos materiais utilizados para a fabricação dos produtos e serviços do GPA foram compostos de material reciclado, substituindo material virgem na composição do produto.				8.4, 12.2
	301-2: Matérias-primas ou materiais reciclados utilizados	Página: 106				8.4, 12.2, 12.5
GRI 301: Materiais 2016	301-3: Produtos e suas embalagens recuperados		301-3 a./b.	Informação indisponível	Não realizamos a gestão dos dados, mas nos comprometemos em reavaliar a gestão para reportar em 2025.	8.4, 12.2, 12.5
GRI 306: Resíduos 2020	306-1: Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos	Página: 102				3.9, 6.3, 6.6, 11.6, 12.4, 12.5
	306-2: Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos	Páginas: 102, 103, 107, 108				3.9, 6.3, 8.4, 11.6, 12.4, 12.5
	306-3: Resíduos gerados	Página: 140				3.9, 6.6, 11.6, 12.4, 12.5, 15.1
	306-4: Resíduos não destinados para disposição final	Páginas: 102, 140, 141				3.9, 11.6, 12.4, 12.5



Sobre este relatório

Mensagens da liderança

Identidade

Estratégia corporativa

Estratégia de sustentabilidade

Governança corporativa

Nossa gente

Cadeia de valor responsável

Impacto ambiental

Impacto social

Reconhecimentos

Anexos

NORMA GRI/OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO/RESPOSTA	OMISSÃO			OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (ODS)
			REQUISITO(S) OMITIDO(S)	MOTIVO	EXPLICAÇÃO	
GRI 306: Resíduos 2020	306-5: Resíduos destinados para disposição final	Páginas: 140, 141				3.9, 6.6, 11.6, 12.4, 12.5, 15.1
Ética, integridade e transparência						
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	Páginas: 39, 128				-
GRI 205: Combate à Corrupção 2016	205-1: Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	Página: 48				16.5
	205-2: Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção	Páginas: 135, 136				16.5
	205-3: Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	Em 2024 não foram confirmados casos de corrupção.				16.5
GRI 206: Concorrência Desleal 2016	206-1: Ações judiciais por concorrência desleal, práticas de truste e monopólio	Não houve ações judiciais pendentes ou encerradas referente a concorrência desleal e violações de leis antitruste e monopólio em 2024, assim como no ano anterior.				16.3
GRI 406: Não Discriminação 2016	406-1: Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas	Em 2024, 67% dos casos foram concluídos e 33% estão em fase de apuração. Sendo que dos casos já concluídos 10% tiveram identificação de condutas irregulares, e 45% dos casos concluídos sem identificação de conduta irregular e 45% sem informações suficientes para apuração e/ou denunciados(as) já estavam desligados(as).				3.9, 6.3, 6.6, 11.6, 12.4, 12.5
Governança corporativa						
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	Páginas: 45, 129				-



- Sobre este relatório
- Mensagens da liderança
- Identidade
- Estratégia corporativa
- Estratégia de sustentabilidade
- Governança corporativa
- Nossa gente
- Cadeia de valor responsável
- Impacto ambiental
- Impacto social
- Reconhecimentos

Anexos

NORMA GRI/OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO/RESPOSTA	OMISSÃO			OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (ODS)
			REQUISITO(S) OMITIDO(S)	MOTIVO	EXPLICAÇÃO	
Tecnologia, inovação e segurança da informação						
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	Páginas: 23, 43, 129				-
GRI 418: Privacidade do Cliente 2016	418-1: Queixas comprovadas relativas a violação da privacidade e perda de dados de clientes	Página: 44				16.1, 16.3
OUTROS INDICADORES NÃO MATERIAIS	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO/RESPOSTA				
GRI 303: Água e efluentes 2018	303-5: Consumo de água	Páginas: 99, 139				
GRI 305: Emissões 2016	305-5: Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	Em 2024 não houve redução de emissões de GEE como resultado direto de iniciativas de redução. Página: 98				
GRI 415: Políticas Públicas 2016	415-1: Contribuições políticas	Não realizamos nenhuma contribuição política financeira ou de qualquer outra natureza nos últimos três anos.				



Sobre este relatório

Mensagens da liderança

Identidade

Estratégia corporativa

Estratégia de sustentabilidade

Governança corporativa

Nossa gente

Cadeia de valor responsável

Impacto ambiental

Impacto social

Reconhecimentos

Anexos

Relatório de Asseguração Limitada

Companhia Brasileira de Distribuição S.A.

Relatório de Asseguração Limitada do Auditor Independente sobre as Informações não Financeiras Constantes no Relatório Anual e de Sustentabilidade Referente ao Exercício Findo em 31 de Dezembro de 2024

Deloitte Touche Tohmatsu Auditores Independentes Ltda.



Deloitte Touche Tohmatsu
Av. Dr. Chuzri Zaidan, 1.240 -
4º ao 12º andares - Golden Tower
04711-130 - São Paulo - SP
Brasil

Tel.: + 55 (11) 5186-1000
Fax: + 55 (11) 5181-2911
www.deloitte.com.br

RELATÓRIO DE ASSEGURAÇÃO LIMITADA DO AUDITOR INDEPENDENTE SOBRE AS INFORMAÇÕES NÃO FINANCEIRAS CONSTANTES NO RELATÓRIO ANUAL E DE SUSTENTABILIDADE REFERENTE AO EXERCÍCIO FINDO EM 31 DE DEZEMBRO DE 2024

Aos Acionistas e Conselheiros da
Companhia Brasileira de Distribuição

Introdução

Fomos contratados pela Companhia Brasileira de Distribuição S.A. (“GPA” ou “Grupo GPA” ou “Companhia”) para apresentar nosso relatório de asseguração limitada sobre as informações não financeiras constantes no Relatório Anual e de Sustentabilidade da Companhia, referente ao exercício findo em 31 de dezembro de 2024 (“Relatório de Sustentabilidade 2024”).

Nossa asseguração limitada não se estende a informações de períodos anteriores ou a qualquer outra informação divulgada em conjunto com o Relatório de Sustentabilidade 2024, incluindo quaisquer imagens, arquivos de áudio ou vídeos incorporados.

Responsabilidades da Administração da Companhia

A Administração da GPA é responsável por:

- Selecionar e estabelecer critérios adequados para a elaboração das informações constantes no Relatório de Sustentabilidade 2024.
- Preparar as informações com base nos critérios e nas diretrizes da “Global Reporting Initiative (GRI)” e do “Sustainability Accounting Standards Board (SASB)”.
- Desenhar, implementar e manter controle interno sobre as informações relevantes para a preparação das informações constantes no Relatório de Sustentabilidade 2024, que estão livres de distorção relevante, independentemente se causada por fraude ou erro.

Responsabilidade dos auditores independentes

Nossa responsabilidade é expressar conclusão sobre as informações não financeiras constantes no Relatório de Sustentabilidade 2024, com base nos trabalhos de asseguração limitada conduzidos de acordo com o Comunicado Técnico CTO nº 07 – 2022 emitido pelo CFC, e com base na NBC TO 3000 – Trabalhos de Asseguração Diferente de Auditoria e Revisão, também emitida pelo CFC, que é equivalente à norma internacional ISAE 3000 – “Assurance engagements other than audits or reviews of historical financial information”, emitida pelo “International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB)”. Essas normas requerem o cumprimento pelo auditor de exigências éticas, independência e demais responsabilidades referentes a ela, inclusive quanto à aplicação da Norma Brasileira de Controle de Qualidade (NBC PA 01) e, portanto, a manutenção de sistema de controle de qualidade abrangente, incluindo políticas documentadas e procedimentos sobre o cumprimento de requerimentos éticos, normas profissionais e requerimentos legais e regulatórios aplicáveis.

A Deloitte refere-se a uma ou mais empresas da Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”), sua rede global de firmas-membro e suas entidades relacionadas (coletivamente, a “organização Deloitte”), a DTTL (também chamada de “Deloitte Global”) e cada uma de suas firmas-membro e entidades relacionadas são legalmente separadas e independentes, que não podem se obrigar ou se vincular a terceiros. A DTTL, cada firma-membro da DTTL e cada entidade relacionada são responsáveis apenas por seus próprios atos e omissões, e não entre si. A DTTL não fornece serviços para clientes. Por favor, consulte www.deloitte.com/about para saber mais.

A Deloitte é líder global de auditoria, consultoria empresarial, assessoria financeira, gestão de riscos, consultoria tributária e serviços correlatos. Nossa rede global de firmas-membro e entidades relacionadas, presente em mais de 150 países e territórios (coletivamente, a “organização Deloitte”), atende a quatro de cada cinco organizações listadas pela Fortune Global 500®. Saiba como os cerca de 460.000 profissionais da Deloitte impactam positivamente seus clientes em www.deloitte.com.

© 2025. Para mais informações, contate a Deloitte Global.



Sobre este relatório

Mensagens da liderança

Identidade

Estratégia corporativa

Estratégia de sustentabilidade

Governança corporativa

Nossa gente

Cadeia de valor responsável

Impacto ambiental

Impacto social

Reconhecimentos

Anexos



Adicionalmente, as referidas normas requerem que o trabalho seja planejado e executado com o objetivo de obter segurança limitada de que as informações não financeiras constantes no Relatório de Sustentabilidade 2024, tomadas em conjunto, estão livres de distorções relevantes.

Um trabalho de asseguaração limitada conduzido de acordo com a NBC TO 3000 (ISAE 3000) consiste, principalmente, em indagações à Administração e outros profissionais da Companhia que estão envolvidos na elaboração das informações, assim como pela aplicação de procedimentos analíticos para obter evidências que nos possibilitem concluir, na forma de asseguaração limitada, sobre as informações tomadas em conjunto. Um trabalho de asseguaração limitada requer, também, a execução de procedimentos adicionais, quando o auditor independente toma conhecimento de assuntos que o levem a acreditar que as informações divulgadas no Relatório de Sustentabilidade 2024 tomadas em conjunto, podem apresentar distorções relevantes.

Os procedimentos selecionados basearam-se na nossa compreensão dos aspectos relativos à compilação, à materialidade e à apresentação das informações contidas no Relatório de Sustentabilidade 2024, de outras circunstâncias do trabalho e da nossa consideração sobre áreas e sobre os processos associados às informações materiais divulgadas no Relatório de Sustentabilidade 2024, em que distorções relevantes poderiam existir. Os procedimentos compreenderam, entre outros:

- a) O planejamento dos trabalhos, considerando a relevância, o volume de informações quantitativas e qualitativas e os sistemas operacionais e de controles internos que serviram de base para a elaboração das informações constantes no Relatório de Sustentabilidade 2024.
- b) O entendimento da metodologia de cálculos e dos procedimentos para a compilação dos indicadores por meio de indagações 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 no Relatório de Sustentabilidade 2024.
- d) Para os casos em que os dados não financeiros se correlacionem com indicadores de natureza financeira, o confronto desses indicadores com as demonstrações financeiras e/ou registros contábeis.

Os trabalhos de asseguaração limitada compreenderam, também, a aderência às diretrizes e aos critérios da estrutura de elaboração da GRI e SASB, aplicáveis na elaboração das informações constantes do Relatório de Sustentabilidade 2024.

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

Alcance e limitações

Os procedimentos executados em trabalho de asseguaração limitada variam em termos de natureza e época e são menores em extensão do que em trabalho de asseguaração razoável. Consequentemente, o nível de segurança obtido em trabalho de asseguaração limitada é substancialmente menor do que aquele que seria obtido, se tivesse sido executado um trabalho de asseguaração razoável. Caso tivéssemos executado um trabalho de asseguaração razoável, poderíamos ter identificado outros assuntos e eventuais distorções que podem existir nas informações constantes no Relatório de Sustentabilidade 2024. Dessa forma, não expressamos uma opinião sobre essas informações.

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



A preparação e apresentação de indicadores de sustentabilidade foi elaborado com base nos critérios da GRI e SASB, portanto, não possuem o objetivo de assegurar o cumprimento de leis e regulações sociais, econômicas, ambientais ou de engenharia. Os referidos padrões preveem, entretanto, a apresentação e divulgação de eventuais descumprimentos a tais regulamentações quando da ocorrência de sanções ou multas significativas. Nosso relatório de asseguaração deve ser lido e compreendido nesse contexto, inerente aos critérios selecionados (GRI e SASB).

Conclusão

Com base nos procedimentos realizados, descritos neste relatório e nas evidências obtidas, nada chegou ao nosso conhecimento que nos leve a acreditar que as informações não financeiras constantes no Relatório de Sustentabilidade 2024 para o exercício findo em 31 de dezembro de 2024 da Companhia Brasileira de Distribuição não foram elaboradas, em todos os aspectos relevantes, com base nos critérios e diretrizes da GRI e SASB.

São Paulo, 29 de abril de 2025


DELOITTE TOUCHE TOHMATSU
Auditores Independentes Ltda.
CRC nº 2 SP 011609/O-8


Alexandre Carboni Machado
Contador
CRC nº 1 SP 293443/O-5

Créditos

COORDENAÇÃO GERAL

Diretoria de Comunicação Corporativa

Diretoria de Relações com Investidores(as)

Diretoria de Sustentabilidade e Investimento Social

CONSULTORIA GRI

Avesso Sustentabilidade

REDAÇÃO E EDIÇÃO

KMZ Conteúdo

DESIGN

Alastra, Comunica

FOTOGRAFIA

Renata Castilho

Banco de imagens do GPA e do Instituto GPA

SEDE DO GPA • GRI 2-1 •

Avenida Brigadeiro Luís Antônio, 3.172

01402-001 – São Paulo – SP, Brasil

CONTATOS

COMUNICAÇÃO CORPORATIVA

comunicacao.corporativa@gpabr.com

RELAÇÕES COM INVESTIDORES(AS)

gpa.ri@gpabr.com

SUSTENTABILIDADE

sustentabilidade@gpabr.com

OUVIDORIA

GPA:

ouvidoria@gpabr.com • 08000 55 57 11

(segunda a sábado, das 8h às 20h)

CASA DO(A) CLIENTE

Central de atendimento: 0800 779 6761

SITES E REDES SOCIAIS

Extra Mercado

Site: <https://www.extramercado.com.br/>

Facebook: familiaextra

Instagram: @extra_oficial

Twitter: @familiaextra

TikTok: @extramercado

GPA

Site: www.gpabr.com

LinkedIn: @GPA

Instituto GPA

Site: www.institutogpa.org.br

Facebook: /institutogpa

Instagram: @instituto_gpa

YouTube: Instituto GPA

Pão de Açúcar

Site: www.paodeacucar.com

Instagram: @paodeacucar

Twitter: @paodeacucar

Spotify: Pão de Açúcar

YouTube: @PaodeAcucar

TikTok: @paodeacucar

