

**Americanas S.A.**  
**POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO E MARKETING**

### **1. Objetivo**

O objetivo desta Política é estabelecer diretrizes para as ações de comunicação, marketing ou publicidade desenvolvidas na Companhia. Elas devem estar alinhadas ao posicionamento, ao propósito de “somar o que mundo tem de bom para melhorar a vida das pessoas” e aos valores e princípios da Companhia.

### **2. Campo de Aplicação**

Esta Política aplica-se às áreas de Marketing e Comunicação, além de agências de comunicação e marketing, associados, fornecedores e parceiros que deverão utilizar esta Política como instrumento norteador de comunicações que se referem à Companhia.

### **3. Definições**

- **Companhia:** engloba Americanas S.A. e todas as demais empresas a ela relacionadas como controladas diretas e indiretas, incluindo *joint ventures* e subsidiárias, atuais e futuras, e se aplica individualmente a qualquer das empresas que compõem o mesmo Grupo Econômico.
- **Comunicação:** processo que envolve a troca de informações entre dois ou mais interlocutores, por meio de símbolos e regras semióticas mutuamente entendíveis;
- **Diversidade:** conjunto de características culturais, biológicas, sociais, econômicas, dentre outras, que fazem de cada indivíduo um ser único. No contexto empresarial, está relacionada à representatividade de diferentes grupos que formam a sociedade nos quadros de associados (as).

- **Marketing:** conjunto de estratégias e ações de promoção que visam impulsionar as vendas dos produtos e serviços da Companhia e/ou de seus parceiros. Entende-se, ainda, por marketing o conjunto de estratégias e ações que objetivam gerar valor às marcas, transmitindo de forma clara seus posicionamentos aos clientes, acionistas, investidores, fornecedores, parceiros e sociedade como um todo.

#### 4. Diretrizes

As ações de Comunicação e Marketing realizadas na Companhia, devem respeitar os códigos de auto-regulamentação do setor, a legislação e alinhar-se aos preceitos éticos e de respeito ao consumidor, ao cidadão e ao meio ambiente. Os temas abordados por meio desta política ampliam a percepção das marcas entre associados, clientes, fornecedores, parceiros, plataformas, instituições sociais e a sociedade como um todo.

Em todas as suas formas de comunicação, a Companhia assume o compromisso e orienta associados, fornecedores e parceiros a:

- Garantir que as informações sobre produtos e serviços anunciados sejam corretas, claras e as mais completas possíveis, zelando pela imagem institucional da Companhia, pela sua reputação, marca e identidades de seus produtos e serviços.
- Repudiar informação ou comunicação publicitária de conteúdo enganoso, agressivo, abusivo, que se aproveite da inocência e inexperiência do público infantil (crianças menores de 12 anos) ou de outros públicos vulneráveis, que incite a violência ou que induza públicos a agir de forma perigosa ou insegura.
- Não compactuar com afirmações e conteúdos enganosos referentes aos impactos econômicos, sociais e ambientais da Companhia, assim como questões que firam o disposto na Política de Sustentabilidade, demais Políticas e regimentos internos e Código de Ética da Companhia. Tampouco, compactuar com práticas desrespeitosas e apelativas que visam promover a venda de produtos e serviços a grupos vulneráveis.
- Comunicar as ações de marketing da empresa de forma transparente, ética, inclusiva e verdadeira, respeitando a individualidade e a diversidade das pessoas.
- Respeitar a diversidade cultural, de crenças e de costumes dos lugares onde atua.
- Respeitar os espaços públicos e os direitos de privacidade e intimidade do cidadão com relação à publicidade ou a promoções de marketing.
- Seguir as orientações e diretrizes de marcas, previstas no Manual de Marca, bem como nos demais manuais de marcas da Companhia.
- Respeitar as orientações de comunicação definidas por movimentos dos quais a Companhia faça parte, como o MOVER (Movimento pela Equidade Racial), ONU Mulheres e Coalizão

Empresarial para a Equidade Racial e de Gênero, assim como as diretrizes da Política de Diversidade da Companhia.

- Não favorecer ou estimular qualquer espécie de ofensa ou discriminação racial, social, política, religiosa ou de nacionalidade.
- Exercer a competitividade no segmento, com base na concorrência leal. Não devem ser feitos comentários que possam afetar a imagem dos concorrentes ou contribuir para a divulgação de boatos sobre eles, devendo o concorrente ser tratado com respeito.
- Respeitar os códigos de autorregulamentação do setor e a legislação, como o Código Nacional de Autorregulamentação Publicitária e o Código de Autorregulamentação para prática de E-mail Marketing, e garantir a correta atuação das agências de publicidade e assessoria de imprensa, propaganda e relações públicas contratadas.
- Garantir a confidencialidade das informações pessoais de todos os públicos, observadas as diretrizes da LGPD e também os termos do Código de Ética e Conduta da Companhia.
- Corrigir e solicitar correções por meio de quaisquer dos canais de relacionamento internos e externos, caso identifiquem qualquer tipo de divergência nas comunicações divulgadas pela Companhia.

## **4.2 Promoções**

As diretrizes desta Política se aplicam especificamente a promoções realizadas pelas marcas da Companhia. Elas devem ter regulamento próprio, com comunicação e regras claras referentes à abrangência, vigência, público impactado, critérios de participação e de resgate de prêmios, se aplicável, em conformidade com as normas dispostas no Código de Defesa do Consumidor e pela SECAP, órgão do Ministério da Economia, quando o caso e em consonância com leis e normas supervenientes que venham a regular a matéria.

## **4.3 Uso de Imagens**

O uso de imagens em peças de marketing, de comunicação interna ou na imprensa está condicionado à autorização de cessão de uso da imagem pelo indivíduo exposto, seja ele associado ou não, ou pela empresa detentora da imagem em questão.

# **5. Responsabilidades**

## **5.1. Da Diretoria de Comunicação e Sustentabilidade**

- Alinhar as diretrizes estabelecidas nesta Política com todos os associados.

- Coordenar a estratégia de comunicação e o uso dos instrumentos de marketing das áreas da Companhia.
- Avaliar, atualizar e validar a presente política sempre que a Companhia julgar necessário, sem qualquer periodicidade previamente definida.

## **5.2. Da Área de Marketing**

- Garantir que as informações sobre produtos e serviços anunciados sejam corretas, claras e mais completas possíveis.

## **5.3. Da Superintendência Jurídica**

- Validar a presente política, avaliando as exigências estabelecidas pelo Código de Defesa do Consumidor e demais normas legais e regulamentares aplicáveis.

## **5.4. Dos Associados**

- Zelar pela imagem institucional da Companhia, pela sua reputação, marcas e identidade de seus produtos e serviços.
- Refletir o posicionamento da Companhia em relação aos temas da presente Política na execução de suas atividades.
- Reportar condutas e situações que estejam em desacordo com a presente Política por intermédio do canal de denúncias ou à Área de Comunicação.

## **5.5. Da área de Investigações**

- Apurar, de forma confidencial e sigilosa, as denúncias relacionadas a atos ou condutas que estejam em desacordo com a presente Política e com os demais instrumentos da Companhia que tratam dos temas nela abordados.

## **5.6. Da área de Riscos e Controles Internos**

- Identificar riscos e oportunidades ao longo da cadeia de valor do negócio relacionados aos tópicos da presente Política
- Propor e suportar a implementação de medidas e instrumentos para mitigar ou eliminar riscos relacionados aos temas da presente Política.

## **6. Sanções**

O associado que descumprir quaisquer das disposições previstas nesta Política, está sujeito, a critério da Companhia, a sanções de acordo com a Política de Consequências, levando até a demissão por justa causa. Estão previstas, ainda, sanções em contratos com parceiros e fornecedores que não cumprirem cláusulas de confidencialidade ou orientações previstas nesta Política, independentemente da cobrança dos danos incorridos pela Companhia e dos lucros cessantes em decorrência desse descumprimento.

A Companhia buscará, sempre que possível e dentro da melhor diligência, individualizar e particularizar as condutas para a completa apuração e responsabilização dos indivíduos que as praticarem. Serão responsabilizados de igual forma, os destinatários desta Política que tiverem descumprido as disposições e também aqueles que tiverem conhecimento de sua prática, mas que tenham se omitido, independentemente da posição hierárquica ocupada na Companhia.

## **7. Canal de Denúncias**

O Canal de Denúncias, aberto a associados, fornecedores, parceiros e clientes, apura possíveis condutas antiéticas e garante um ambiente de trabalho seguro para todos. O denunciante não precisa se identificar e sua denúncia permanecerá anônima.

Caso você tome conhecimento de alguma situação que possa violar essa Política ou o Código de Ética, entre em contato com o Canal de Denúncias pelo telefone 0800 282 25 50 ou pelo site <https://canaldedenuncias.com.br/universoamericanas>.

## **8. Vigência**

Esta política entra em vigor na data da sua publicação.