

relatório  
**anual 2020**

**UNIVERSO**  
**AMERICANAS**

**AMERICANAS**



INOVAÇÃO  
& FUTURO



**LET'S**

# Sumário

<b>01.</b> Introdução	<b>03</b>
<b>02.</b> Valor gerado em 2020	<b>09</b>
<b>03.</b> Nosso Universo	<b>13</b>
<b>04.</b> Governança Corporativa	<b>24</b>
<b>05.</b> Desempenho Financeiro	<b>32</b>
<b>06.</b> Universo de Evolução	<b>38</b>
<b>07.</b> Nova Empresa	<b>99</b>
<b>08.</b> Anexos	<b>101</b>

local  
AMERICANAS

01.

Introdução

SANDUÍCHES

&    
REFRIGERANTE

  
SALGADOS  
& CERVEJA

# Mensagem da Administração

GRI 102-14

## 2020, um Ano Cheio de Desafios, Repleto de Aprendizados e Transformações

O ano de 2020 ficou marcado na história. Não tão somente pela pandemia da Covid-19 e as emoções decorrentes, acarretando dias intensos, imprevisíveis e, por vezes, sombrios, como também por toda a transformação social e econômica que experimentamos.

No Universo Americanas, desde o primeiro momento da pandemia, decidimos pela manutenção do funcionamento “normal” das plataformas, inclusive das lojas físicas, elegendando, como prioridade absoluta, a preservação da saúde dos associados e clientes. Tal decisão foi uma forma natural de cumprir o propósito maior de **“ser ainda mais relevante no dia a dia dos clientes”**.

A decisão de manter a estrutura funcionando nos obrigou a rever toda a operação de forma a garantir a segurança. Diferentes iniciativas foram aplicadas diuturnamente. Mas ainda não era o suficiente, pois o contágio era crescente em todo o país, o que nos levou a criação da nossa rede de acompanhamento dos casos internos, que tinha como objetivo ga-

rantir o melhor atendimento médico disponível para os nossos acompanhados.

Além disso, criamos o **Instituto Juntos Somos Mais Solidários** e, por meio dele, participamos no esforço da sociedade em superar esse momento tão difícil, na forma de doações e ações assistenciais, totalizando, até o presente momento, mais de R\$ 74 milhões em doações.

Com a estrutura funcionando, as operações das diversas plataformas foram se ajustando às necessidades mais prementes dos seus clientes, reforçando a convicção que o nosso Universo é **“Único, Flexível e Resiliente”**.

Como resultado, a plataforma física tornou-se mais digital, fazendo mais de cinco milhões de entregas, enquanto a plataforma digital procurou ficar ainda mais próxima dos seus clientes, ampliando exponencialmente suas iniciativas O2O (online to offline). Ajustes rápidos e necessários de sortimento foram realizados em ambas as plataformas.

Com as iniciativas adotadas, conseguimos aumentar significativamente nossa base ativa de clientes, nos aproximando, com uma velocidade superior a planejada, da nossa meta de 46 milhões, prevista para ser alcançada em 2022.

Da mesma forma, a quantidade de clientes que experimentaram as iniciativas O2O alcançou 4,1 milhões no ano, um crescimento de 215%. O número de transações realizadas em nossas plataformas alcançou impressionantes 319 milhões em 2020, e a frequência de relacionamento com a base de clientes ativos também evoluiu, atingindo 10,1x ao ano. Dessa forma, avançamos no compromisso central da nossa estratégia de constituir relações contínuas e de longo prazo com nossos clientes.

Em 2020, o Universo Americanas cresceu 22,5%, atingindo R\$ 39,7 bilhões de GMV Consolidado. O EBITDA consolidado foi de R\$ 3,3 bilhões, alcançando uma margem EBITDA de 15,6%. O lucro líquido consolidado foi de R\$ 394 milhões no ano.

Na plataforma digital, experimentamos um crescimento acelerado, especialmente em categorias de alta frequência, enquanto nossas lojas físicas, elemento base da nossa gênese de crescimento, passaram a atuar como centros avançados de distribuição e experimentação para os nossos clientes, além de oferecer uma experiência de compra cada vez melhor.

Enquanto isso, a Ame encontrou novos caminhos, seguindo sua trajetória de crescimento exponencial, atingindo 17 milhões de downloads, três milhões de estabelecimentos conectados, se consolidando como uma relevante plataforma *mobile* de negócios, serviços e *loyalty*, ajudando e divertindo milhões de clientes.

A LET'S esteve presente em todos os momentos, ampliando a sua plataforma de *Supply Chain* com a abertura de cinco *Fulfillment Centers*<sup>1</sup>, 22 bases operacionais e a instalação de cinco *sorters*.

Com tudo isso, o Universo Americanas segue em constante evolução, em linha com a estratégia apresentada para o triênio 2020-2022. Encerramos o ano de 2020 com 68% de GMV originado na plataforma digital e 74% do EBITDA gerado na plataforma física.

<sup>1</sup> Termo utilizado para Centros de Distribuição (CDs).

<sup>2</sup> Conheça mais detalhes em: [api.mziq.com/mzfilemanager/v2/d/941b74a9-5cce-4537-ba90-97973226b3f3/418f1eb9-987c-2123-6009-62cbbc3ccae6?origin=1](https://api.mziq.com/mzfilemanager/v2/d/941b74a9-5cce-4537-ba90-97973226b3f3/418f1eb9-987c-2123-6009-62cbbc3ccae6?origin=1)

Além disso, para aqueles clientes que escolheram receber suas compras em casa, entregamos 11% dos pedidos em até três horas, reforçando o nosso lema **“Tudo, A toda hora, Em qualquer lugar”**.

Ainda nesse contexto, aproveitamos para otimizar nossa estrutura de capital em um momento improvável, com a realização de um *“follow on”* da Americanas – plataforma física – seguido de um aumento de capital privado na B2W, além da emissão de duas dívidas de dez anos no mercado internacional, o que nos permite reduzir o endividamento, reinvestir parte da geração de caixa futura em nossas frentes de crescimento e entrar em novos segmentos.

Assim sendo, e por isso tudo, no dia 19 de fevereiro de 2021, submetemos e foi aprovada pelos conselhos uma proposta para iniciar um estudo sobre a eventual combinação operacional de Americanas e B2W. Uma ideia antiga, sempre presente nas nossas discussões estratégicas, com muitas nuances sob diversas abordagens.

Entendemos que a evolução nesse período e a maturidade alcançada por todos, torna o momento especialmente atrativo para a discussão dessa iniciativa, como forma de nortear o novo ciclo de crescimento do Universo Americanas.

Além disso, em linha com a estratégia de ser ainda mais relevantes no dia a dia dos clientes, anunciamos a parceria com a BR Distribuidora para integração das lojas Local e BR Mania<sup>2</sup>.

Contando com o somatório de forças da BR Distribuidora e do Universo Americanas, a parceria vai oferecer uma proposta de valor superior para consumidores, franqueados, revendedores e time das lojas.

Nesse ano desafiador, nos orgulhamos do que fizemos e sabemos que temos muito mais por fazer, mas temos a convicção de estarmos no caminho certo e com o time certo, que demonstrou garra e determinação durante todo este período estranho que ainda estamos vivendo.

O Time se manifestou, mais uma vez, de forma contundente na nossa pesquisa de engajamento Great Place to Work (GPTW), onde o Universo Americanas alcançou os maiores índices de favorabilidade da sua história, com todas as plataformas sendo certificadas pela entidade.

Ainda em 2020, elegemos o Institutional Shareholder Services (ISS) como referência para guiar a nossa estratégia de Governança Corporativa. Formalizamos políticas, melhoramos

o *disclosure*, reformulamos nosso Conselho de Administração (CA), formalizamos a criação de seis comitês ligados ao Conselho, incluindo um Comitê de Auditoria 100% independente, aumentamos o número de membros independentes, trouxemos membros externos para contribuir com os comitês, dentre outras evoluções que nos levaram a conquistar o grau máximo da entidade.

Reiteramos o nosso compromisso com o crescimento sustentável. Desde 2015, nossa estratégia de sustentabilidade está alinhada à **Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas (ONU)**, priorizando os seguintes Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS): **(4) Educação de Qualidade; (5) Igualdade de Gênero; (8) Trabalho Decente e Crescimento Econômico; (10) Redução das Desigualdades; e (13) Ação contra a Mudança Global do Clima.**

Continuamos confiantes em nossa estratégia de longo prazo, orgulhosos do nosso papel social, entusiasmados com as oportunidades e cientes dos desafios, mas, acima de tudo, decididos a atender a demanda dos clientes. Acreditamos que juntos, como sociedade, sairemos mais fortes desta crise.

Para 2021, perseguiremos à risca nossa estratégia, com a certeza de que tornaremos o Universo Americanas **ainda mais relevante no dia a dia dos clientes**, entregando **Tudo. A toda hora. Em qualquer lugar.**

Por fim, gostaríamos de fazer um especial agradecimento ao nosso Time – associados e Conselheiros, aos nossos acionistas, aos nossos fornecedores, aos nossos *sellers*, aos nossos clientes e a sociedade de uma forma geral, que nos apoiaram e inspiraram nessa trajetória deste ano tão especial.

Atenciosamente,

**Miguel Gutierrez**  
CEO, Universo Americanas

# Sobre o Relatório

GRI 102-32 | 102-50 | 102-54

Reforçando o nosso comprometimento com um modelo de Governança sólido e transparente, apresentamos aos nossos *stakeholders* o Relatório Anual do Universo Americanas.

Por meio deste documento, aprovado por todos os presidentes das empresas do Universo Americanas, compartilhamos os principais destaques da operação entre 1º de janeiro e 31 de dezembro de 2020, trazendo uma visão integrada e estratégica da nossa geração de valor.

Este ano, elaboramos um conceito alinhado à estratégia do negócio e de sustentabilidade da Companhia, desdobrado a partir de nosso estudo de materialidade: **“Universo de Evolução”**. Saiba mais sobre o conceito que estrutura essa publicação e é dividido em três pilares e nove aspectos na página 39.



## FIQUE ATENTO!

- No decorrer da leitura, sempre que usarmos o termo **“Universo Americanas”** estaremos nos referindo a todas as empresas do grupo.
- Por outro lado, quando mencionarmos **“Companhia”**, estaremos falando a respeito da Controladora, Americanas – plataforma física.
- Para tratar exclusivamente das outras empresas do grupo, usaremos seus nomes: **B2W Digital**, **Americanas** – plataforma digital – (site e *app*), **Ame**, **LET’S** e **IF**.



**Global Report Initiative (GRI), o GRI Standards, na opção de adesão essencial**

8º ANO CONSECUTIVO



**Sustainability Accounting Standards Board (SASB)**

1º ANO



**Relato Integrado**

4º ANO CONSECUTIVO



**Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)**

4º ANO CONSECUTIVO



**Auditoria independente**

4º ANO CONSECUTIVO



**Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD)**

EM PROCESSO DE INTEGRAÇÃO.

## Como ler este Relatório?

Para orientar essa publicação, seguimos as melhores práticas internacionais de monitoramento e reporte da sustentabilidade corporativa:

### Global Reporting Initiative (GRI) Standards e Sustainability Accounting Standards Board (SASB)

Os indicadores GRI e SASB são referenciados, ao longo do conteúdo, com os símbolos **GRI XXX-X** e **SASB XX-XX-XXX**. Também é possível consultar os dados e as páginas em que são mencionados no índice de conteúdo GRI e SASB, localizado na página 102.

#### SAIBA MAIS

[www.globalreporting.org/](http://www.globalreporting.org/)  
[www.sasb.org/](http://www.sasb.org/)



### Conteúdo institucional

Ao longo do Relatório, utilizaremos a marcação abaixo para sinalizar que o conteúdo dessa página é igual ao apresentado no Relatório Anual da **B2W Digital**.

CONTEÚDO INSTITUCIONAL ✓

### Relato Integrado

Para apresentar a nossa geração de valor em curto, médio e longo prazo, abordamos, de maneira integrada, os diferentes capitais que compõem e sustentam nossos negócios, e usamos ícones para mostrar qual capital é abordado no respectivo capítulo.

Na página 114 também apresentamos o Mapa de Capitais, com as informações e páginas em que cada capital é mencionado no documento.



### Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)

Somos signatários do Pacto Global e, como forma de apoiar o alcance das metas propostas pela Agenda 2030 da ONU, ao longo deste documento, inserimos ícones com os principais ODS relacionados às práticas abordadas naquele conteúdo. Na página 114 é possível ver o mapa completo.



#### SAIBA MAIS

[www.agenda2030.com.br](http://www.agenda2030.com.br)





# 02.

## Valor Gerado em 2020



# Destques de 2020

GRI 102-15

Nossa estratégia de negócio é construída com intensa participação de todos os *stakeholders* do Universo Americanas, incluindo discussões na Alta Liderança. Conheça, a seguir, nossos destaques do ano e saiba mais sobre nossa gestão sustentável na página 30.

## AMBIENTAL



Operação **Carbono Neutro** (Escopos 1 e 2);



**100% das nossas emissões diretas** e de energia elétrica compensadas por meio de projetos florestais na Amazônia;



**Inventário de CO<sub>2</sub> realizado desde 2010 e auditado desde 2016** (GHG Protocol);



**1,8 milhão de entregas** realizadas com a frota de *bike*;



Projeto estratégico de **micromobilidade** com entrega ecoeficiente por meio da aquisição de veículos elétricos.

## SOCIAL



**Parceria com a Fundação Amazônia Sustentável (FAS)** para promoção de inclusão digital, gestão ambiental, empreendedorismo e alfabetização;



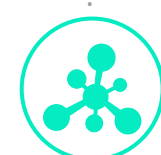
Promoção da **igualdade de gênero** com 55,65% da liderança feminina;



**Parceria estratégica com o Unicef** para disponibilizar empregos para jovens de baixa renda;



Incentivo à educação para **+65 mil alunos e +4 mil professores** em dezenas de projetos;



**Criação do Americanas Social, marketplace** de ONGs onde 100% do lucro é revertido para as instituições.

## GOVERNANÇA



**100% Tag Along** para todos os acionistas;



**43% de membros independentes** no Conselho;



**6 comitês especializados:** Financeiro; Auditoria (100% Independente); Gente & Remuneração; Digital; Ame; Sustentabilidade.



Agenda baseada nas recomendações do **ISS e IBGC**;



Estamos caminhando para conquistar a certificação de **Empresa B**.

Ao lado, conheça também as iniciativas que potencializaram o impacto positivo do Universo Americanas, principalmente para diminuir o impacto da pandemia para clientes e *sellers*.

### Ações de destaque para oferecer

## Tudo. A toda hora. Em qualquer lugar!

- 1** Expansão das **vendas pelo WhatsApp** e dos **gerentes digitais**.  
**Saiba mais na página 52.**
- 2** Lançamento do **Ame Pro** em 100% das lojas físicas Americanas.  
**Saiba mais na página 16.**
- 3** **Transformação de Ame** em um ecossistema completo.  
**Saiba mais na página 72.**
- 4** Intensificação das **iniciativas de O2O**.  
**Saiba mais na página 76.**
- 5** **Digitalização da gestão** possibilitou maior controle da operação e automatizações, como o tour da loja virtual pelos gestores.

# Combate à Covid-19

+ R\$ 74 milhões em doações



## CLIENTES

### SORTIMENTO

- Rápida adaptação do sortimento;
- Criação do **Americanas Mercado**.

### SAÚDE

- Novos modais de entrega;
- Divulgação das orientações da Organização Mundial da Saúde (OMS).

### PROTEÇÃO E SEGURANÇA

- Disponibilização de álcool em gel e máscaras;
- Doação de dez milhões de máscaras para proteção de associados e clientes;
- Implementação de rígidos **protocolos de segurança** nas operações.

## SOCIEDADE

### DOAÇÕES

- Criação do **Instituto Juntos Somos Mais Solidários**.

### SAÚDE

- Participação na **construção de um hospital de campanha** no Rio de Janeiro (RJ);
- Participação na adequação da **fábrica de vacinas da Fiocruz**;
- Participação na **construção da fábrica de vacinas do Instituto Butantan**.

### PROTEÇÃO E SEGURANÇA

- **Transporte** de EPIs vindos da China;
- Doação de **300 mil** máscaras e **14 ton.** de álcool em gel para **19 mil** famílias da Amazônia;
- Distribuição de **1 milhão** de garrafas de água para ONGs, e doação de mais de **100 mil** kits de higiene para idosos em todo o país.



## TIME

### EMPREGOS

- Preservamos **todos os postos de trabalho**;
- Finalizamos o ano com + **33 mil** empregos diretos e **110 mil** indiretos.

### SAÚDE

- Assistência e cobertura de custos de hospitalização;
- Mais de **30 mil** consultas;
- Realização de testes para Covid-19, somando mais de **15 mil** testes no ano;
- Mais de **15 mil** vacinas da gripe.

### PROTEÇÃO E SEGURANÇA

- Adoção de rígidos protocolos de segurança nas lojas e CDs, e *Home office* para **80%** dos associados dos escritórios;
- **Medição de temperatura** nas lojas, CDs e escritórios;
- Divulgação de orientações & medidas protetivas.

### VOLUNTARIADO

- **Dois mil** associados atuando na montagem de kits, entregas e orientações às instituições parceiras, somando mais de **4.500 horas** de atividades.

Criação da central Covid

03.

---

# Nosso Universo

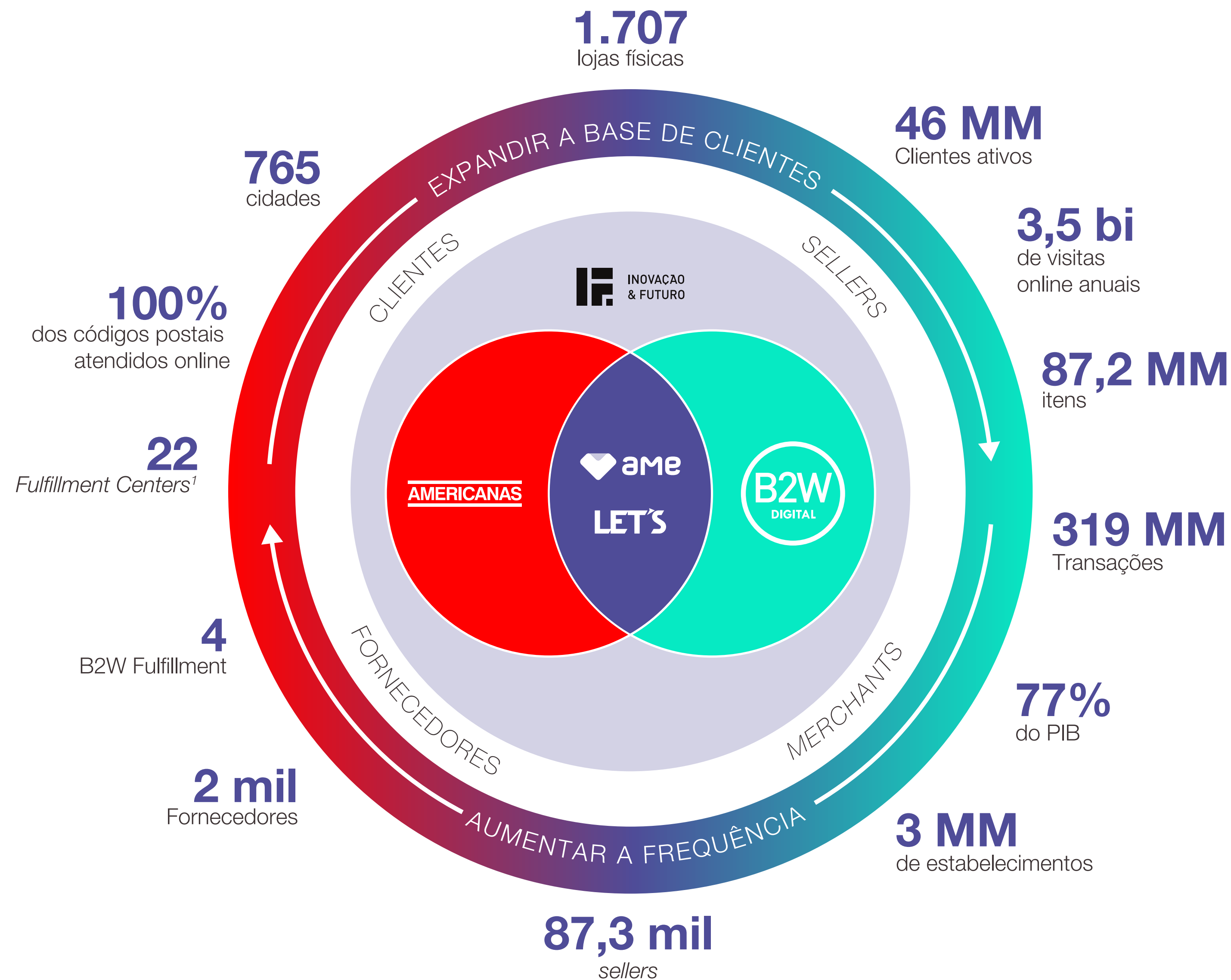


# Quem Somos

GRI 102-1 | 102-2 | 102-4 | 102-7 | 102-9

Apresentamos a você, nosso leitor, os 91 anos de relevância do Universo Americanas na construção do varejo brasileiro para oferecer aos clientes: **“Tudo. A toda hora. Em qualquer lugar”**. Desde 1929, atuamos expandindo a nossa plataforma física, por meio de 1.707 lojas, distribuídas em uma capilaridade única no território nacional.

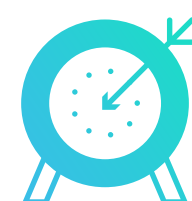
Nossa poderosa combinação de múltiplas plataformas de negócio também conta com uma robusta plataforma digital, a B2W Digital que, desde 1999, ajuda a escrever a história do e-commerce no Brasil; além de um motor de inovação, por meio da IF — Inovação e Futuro, LET’S e Ame.



<sup>1</sup> Termo utilizado para Centros de Distribuição (CDs).

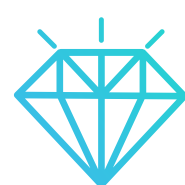
# Propósito, Visão e Valores

GRI 102-16



## NOSSO PROPÓSITO

“Realizar os sonhos e atender as necessidades de consumo das pessoas, poupando tempo e dinheiro e superando as suas expectativas.”



## NOSSOS VALORES

- Ter as melhores pessoas;
- Ser um bom **“Dono do Negócio”**;
- Buscar excelência na operação;
- Ter foco no cliente;
- Delta – Fazer mais e melhor a cada dia;
- Ser obcecado por resultados.



## NOSSA VISÃO

“Ser a melhor empresa de varejo do Brasil.”

### SAIBA MAIS

[ri.americanas.com/a-companhia/quem-somos](https://ri.americanas.com/a-companhia/quem-somos)



# Plataforma Física

GRI 102-6

Como uma das maiores varejistas do Brasil, segundo o Ranking Ibevar – FIA 2020, a Americanas – plataforma física – está presente em todos os estados do Brasil e conta com cinco modelos distintos de lojas que permitem realizar os sonhos e atender as necessidades de consumo das pessoas, poupando tempo e dinheiro e superando as suas expectativas.

Com um amplo mix de produtos, nossos formatos de lojas garantem um modelo de negócios flexível, resiliente e cada vez mais relevante no dia a dia dos nossos clientes.

## OFERTA DE SERVIÇOS

### +AQUI

Responsável pela gestão e promoção de serviços da Americanas, em 2020, a +AQUI passou a oferecer o cartão Ame BB, parceria entre Americanas, Ame e o Banco do Brasil, que possibilitou a retomada da oferta de crédito nas lojas físicas.

A plataforma se consolidou ao finalizar o ano com 1,7 milhão de clientes e presença em 827 lojas.

### amePRO

Mais uma forma de interação dos clientes com a loja, gerando atendimentos 25% mais rápidos, o **Ame Pro** é a nossa solução proprietária de PDV móvel.

- 100% das lojas;
- Mais de cinco mil PDVs.

## Modelo de atuação

1,2 milhão de metros quadrados de área de vendas para oferecer uma experiência única de compra:

### AMERICANAS

## 947 lojas

- Área de vendas média de 1.000 m<sup>2</sup> localizada em shoppings e centros comerciais;
- Reposição automática de estoques;
- Sortimento de até 60.000 itens.

### AMERICANAS *express*

## 703 lojas

- Área de vendas média de 400 m<sup>2</sup>, atuando como negócio de bairro;
- Logística *just-in-time*;
- Sortimento de até 15.000 itens.

### AMERICANAS *digital*

## 2 lojas

- Área de vendas média de 70 m<sup>2</sup> localizada em cidades do interior e nos centros urbanos;
- 70% de produtos eletroeletrônicos;
- Foco na oferta de serviços e O2O.

### local AMERICANAS

## 53 lojas

- Área de vendas média de 100 m<sup>2</sup> em locais de alto fluxo e grandes capitais;
- Reposição diária de estoque;
- Sortimento de até 3.000 itens (80% de produtos de conveniência alimentar).

**No início de 2021, efetivamos a parceria com a BR Distribuidora para integração das lojas de conveniência BR Mania e Local por meio da criação de uma *Joint Venture*.**

### ameGO

## 2 lojas

- Área de vendas média de 50 m<sup>2</sup>, localizada em prédios comerciais e locais privados de alto fluxo;
- Sortimento voltado para alimentos e conveniência;
- Tecnologia exclusiva de compra 100% autônoma (saiba mais na página 72).



Em 2020, apesar dos impactos da Covid-19, seguimos em ritmo de expansão, finalizando o ano com 1.707 lojas em 765 cidades de todos os estados do país + Distrito Federal. Desta forma, passamos a oferecer as facilidades do Universo Americanas para 77% da população, o que comprova a solidez da nossa estratégia e a resiliência do nosso modelo de negócio.

### Norte

**133** lojas  
7,4%

### Nordeste

**394** lojas  
23,2%

### Sudeste

**848** lojas  
49,7%

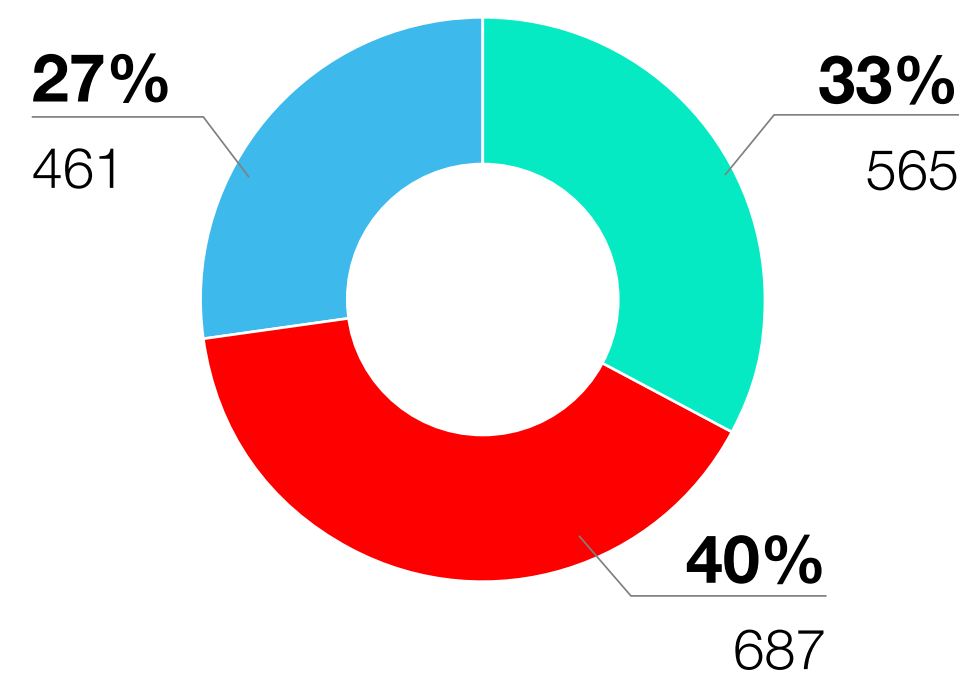
### Centro-Oeste

**156** lojas  
9,4%

### Sul

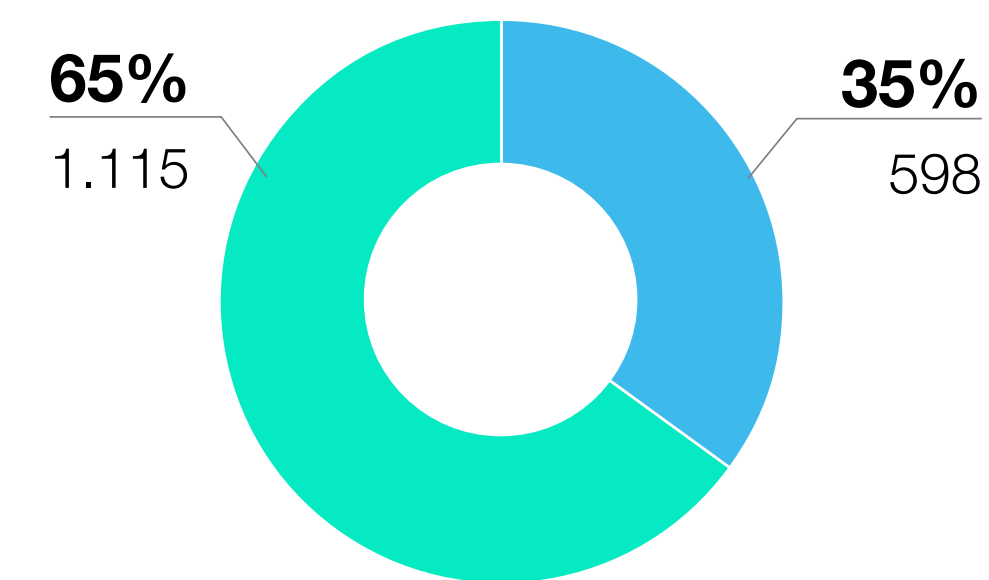
**176** lojas  
10,3%

### Densidade demográfica



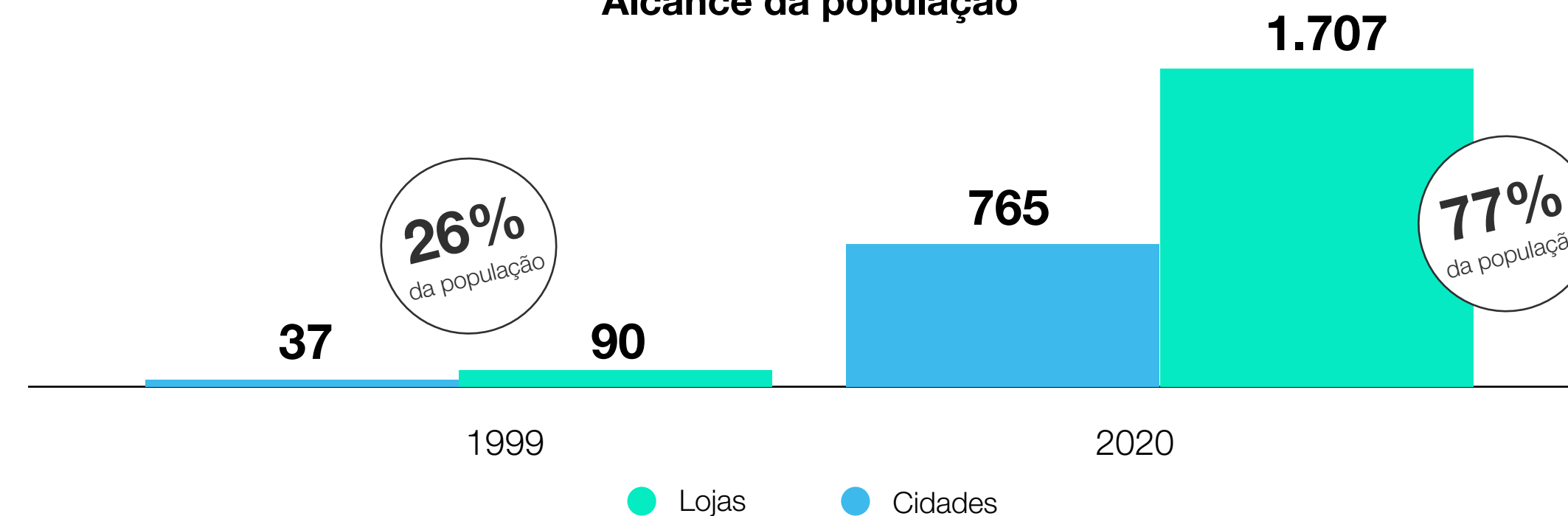
● > 1MM de habitantes ● < > 1MM e 100 mil ● < 100 mil habitantes

### Interior/capital



● Lojas no interior ● Lojas nas capitais

### Alcance da população



● Lojas ● Cidades

**1.707 lojas**

em 765 cidades do Brasil,  
sendo 32 inauguradas em 2020.



**30MM**  
de clientes ativos



**63%**  
mulheres

# Plataforma Digital

GRI 102-6

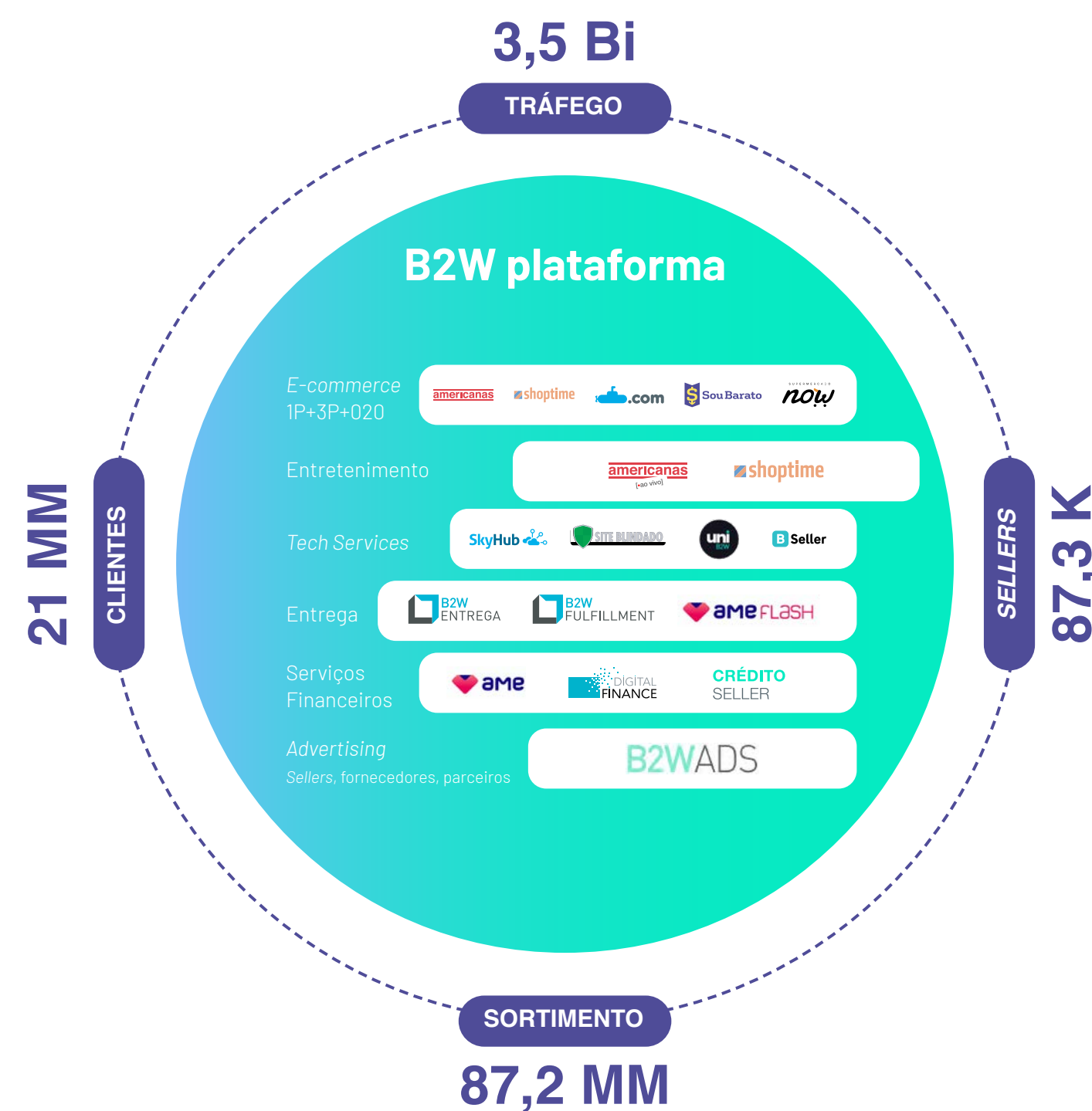
Pioneira no *e-commerce* brasileiro e líder na América Latina, a B2W Digital é a extensão do Universo Americanas no ambiente digital. Com uma plataforma completa que une serviços de tecnologia, logística, distribuição, atendimento ao cliente e financiamento ao consumo, a B2W não mede esforços para oferecer excelência em toda a experiência de consumo de seus clientes.

Com a plataforma digital, potencializamos nosso alcance, levando o Universo Americanas para

# 100%

da população brasileira.

Em 2020, a plataforma se adaptou rapidamente para seguir oferecendo Tudo. A toda hora. Em qualquer lugar. Destacamos o lançamento do Americanas Mercado, que possibilitou a compra de itens essenciais, e a expansão do Americanas Mundo, que permitiu o envio de produtos de qualquer lugar do mundo por meio do B2W Marketplace.



## Plano estratégico

O ano de 2020 marcou o início do plano estratégico de três anos (2020-2022) da B2W. Com o objetivo de ser ainda mais relevante no dia a dia dos clientes, pretendemos acelerar o seu crescimento, ganhando *market share*, além de continuar gerando caixa no próximo ciclo.

**Em 2020, finalizamos o ano com 87,3 mil sellers; um aumento de 86,54% em comparação com o ano anterior.**

Conheça em detalhes toda a oferta da B2W Digital em seu Relatório Anual

[ri.americanas.com/informacoes-aos-investidores/relatorio-anual](https://ri.americanas.com/informacoes-aos-investidores/relatorio-anual)



# Diferenciais Estratégicos

Nosso Universo Americanas é único, flexível e resiliente e une o melhor dos dois mundos:

## ÚNICO

### SONHO ÚNICO

Tudo. A toda hora. Em qualquer lugar

**91 anos de história da plataforma física.**



**21 anos da nossa poderosa plataforma digital.**

### RELAÇÃO ÚNICA COM OS CLIENTES

Os clientes são nosso foco; nossa inovação é pensada para que eles se sintam **seguros e satisfeitos** por meio de uma experiência única, conveniente e completa.

### PLATAFORMA TECNOLÓGICA ÚNICA

Nossos processos são digitalizados com sofisticados registros e algoritmos. Desta forma, personalizamos a experiência de compra no Universo Americanas.

### TIME ÚNICO

Nosso Universo Americanas é feito por mais de 33 mil associados, selecionados com base em uma cultura interna integrada, conectada e cada vez mais digital. Também temos orgulho por **100% da nossa liderança** ser formada dentro de casa.

## FLEXÍVEL

### MÚLTIPLOS FORMATOS DE LOJAS

Para diferentes ocasiões de consumo.

### MÚLTIPLAS MARCAS

Para perfis de clientes variados.

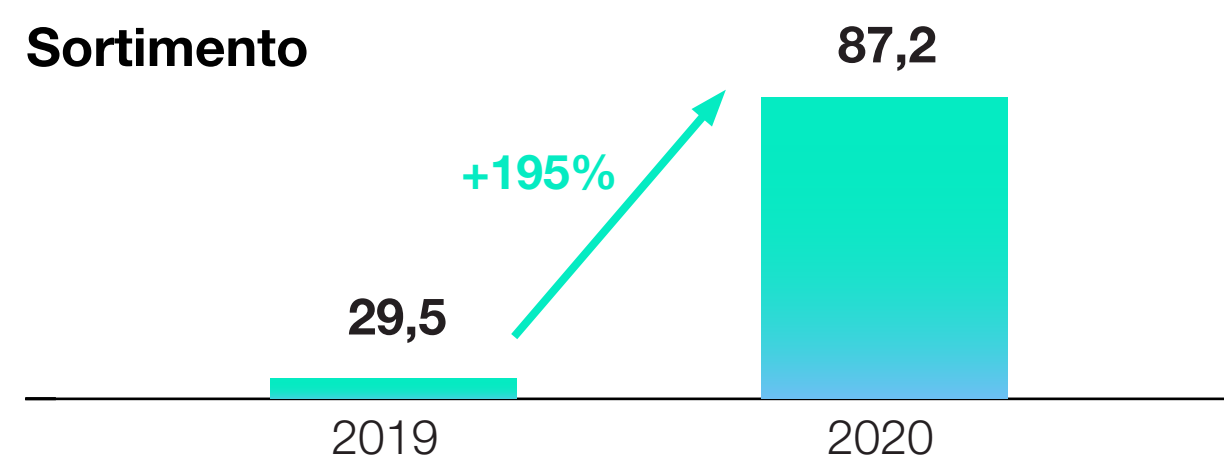
### MÚLTIPLAS OPÇÕES DE COMPRA

Ampla variedade de produtos para atender as diferentes necessidades no dia a dia de nossos clientes.

Em 2020, por meio da **Americanas Mercado** e do **Supermercado Now**, adaptamos nosso sortimento e incluímos itens essenciais, como alimentos e higiene.

Com isso, aumentamos 17x o número de itens ofertados e atingimos a base de 1,9 milhão de clientes cadastrados nas plataformas.

### Sortimento

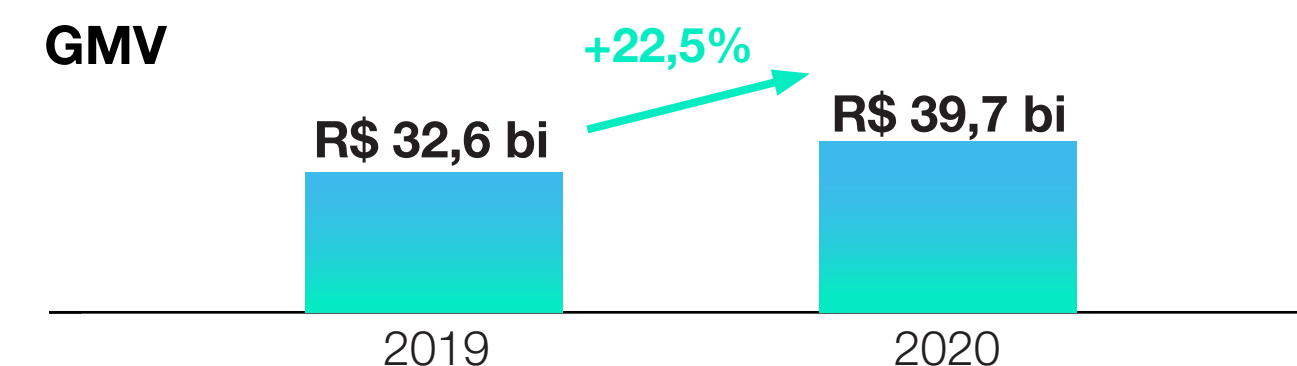


## RESILIENTE

### SUCESO EM DIFERENTES CENÁRIOS

Na última década crescemos de forma consistente, sempre adaptando o negócio e acreditando no Brasil, mesmo frente a atual pandemia da Covid-19, e demais aspectos macro econômicos.

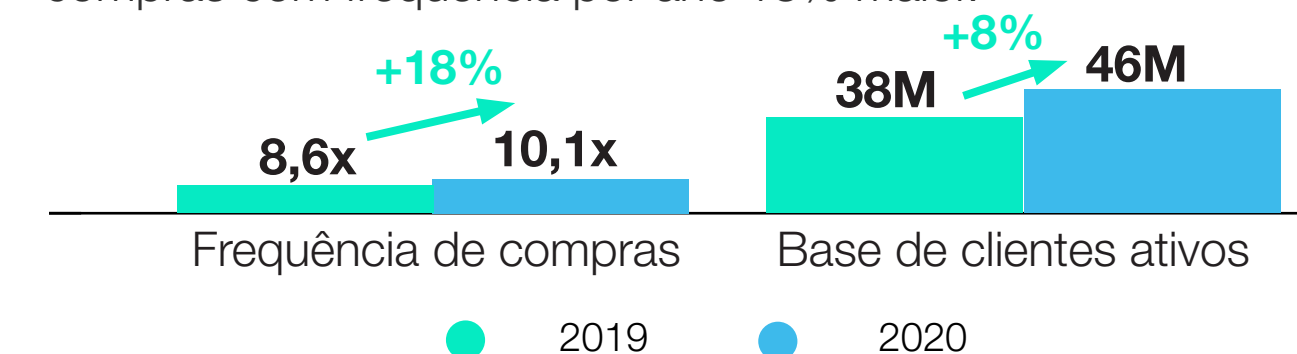
### GMV



### CONQUISTANDO OPORTUNIDADES EM DIFERENTES OCASIÕES DE CONSUMO

Em 2020, comprovamos a flexibilidade do nosso negócio para se adaptar às necessidades básicas dos nossos clientes durante a pandemia da Covid-19 e os demais momentos de consumo.

No ano, **conquistamos oito milhões de clientes**, realizando compras com frequência por ano 18% maior.





## MARCAS PRÓPRIAS

Em 2020, as marcas próprias da Americanas e da B2W Digital se fundiram, possibilitando novas opções de sortimento para os clientes.

Além da ampla variedade de produtos oferecidos nas lojas físicas da Americanas, a unificação possibilitou a disponibilização de produtos, antes disponíveis apenas online, no Pegue na Loja Hoje (retirada em uma hora. Saiba mais na página 77) em todas as regiões do Brasil.

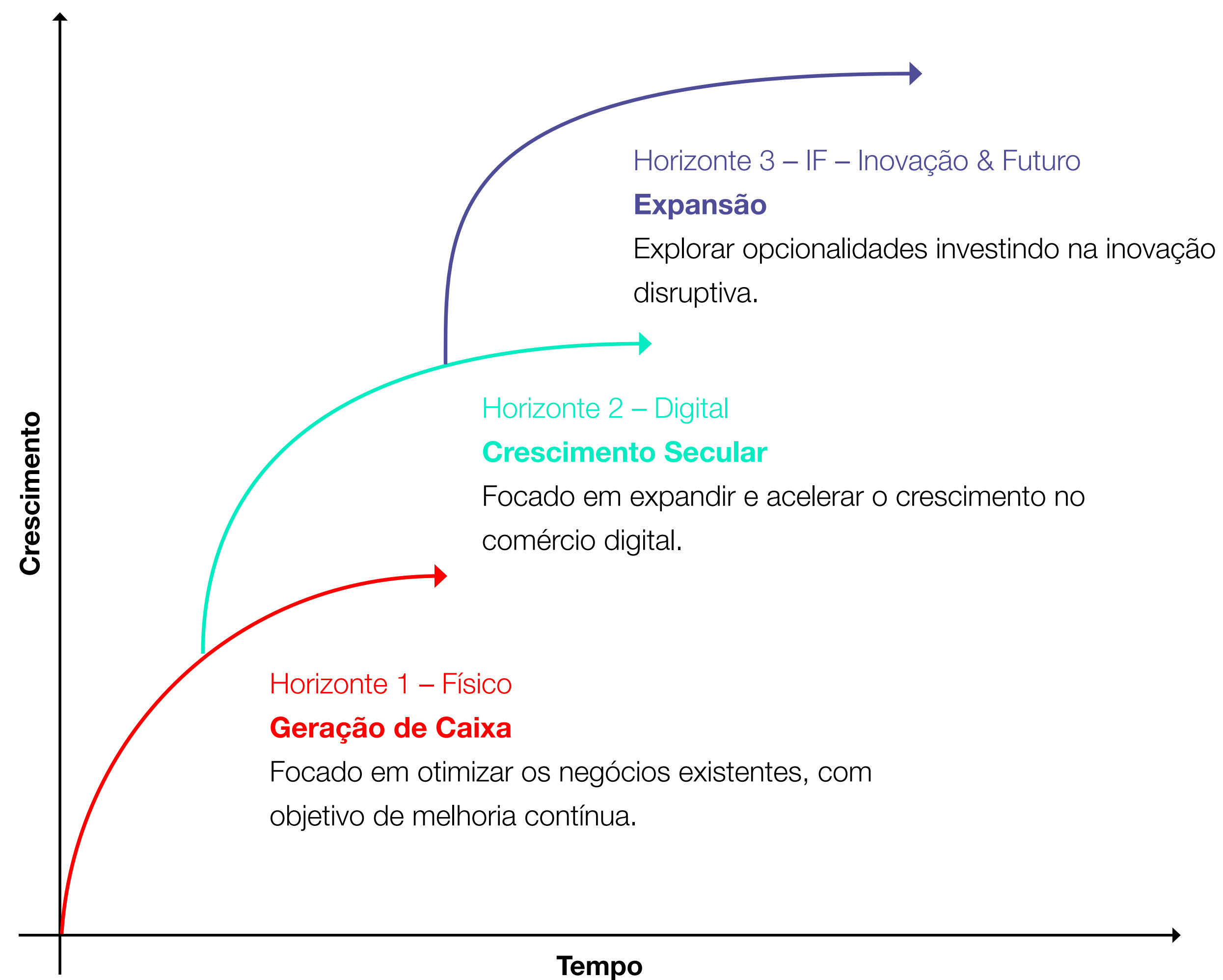
Desta forma, as Marcas Próprias (MPs) foram unificadas para todo o Universo Americanas, que **passa a oferecer não mais 15, mas 26 MPs.**



# Horizontes de Crescimento

GRI 102-6 | 102-15

Em 2020, atualizamos a estratégia de investimentos do Universo Americanas para permitir um ambicioso plano de aquisições, que nos permitirá expandir em novos segmentos. Com isso, projetamos um crescimento superior ao inicialmente previsto para os próximos anos, norteados por três horizontes:



# Prêmios e Reconhecimentos

## AMERICANAS

- **1º lugar na categoria Varejo Tradicional** do Ranking Melhores Serviços do Estadão;
- **1º lugar na categoria Varejo** do prêmio Época Negócios 360º, da Época Negócios;
- **1º lugar na categoria Loja de Departamento** nos rankings de Imagem e Faturamento do Ranking IBEVAR, da IBEVAR-FIA;
- **1º lugar na categoria Lojas de Eletrodomésticos e Móveis** do Ranking Marcas Mais do Estadão;
- **Destaque em Governança Corporativa** da premiação Melhores da Dinheiro, da IstoÉ Dinheiro;
- **Selo Verde** do Prêmio Socioambiental Chico Mendes, pelo 7º ano consecutivo, pelo apoio ao Projeto Grael.



- **1º lugar na categoria Empresas com Faturamento Líquido de até R\$ 8 Bi** do prêmio Troféu Transparência da Associação Nacional dos Executivos de Finanças, Administração e Contabilidade (ANEFAC);
- **Selo Verde** do Prêmio Socioambiental Chico Mendes, pelo 7º ano consecutivo, pelo apoio ao Projeto Grafitarte.



- **1º lugar na categoria Meios de Pagamentos Digitais** do Prêmio Reclame Aqui.



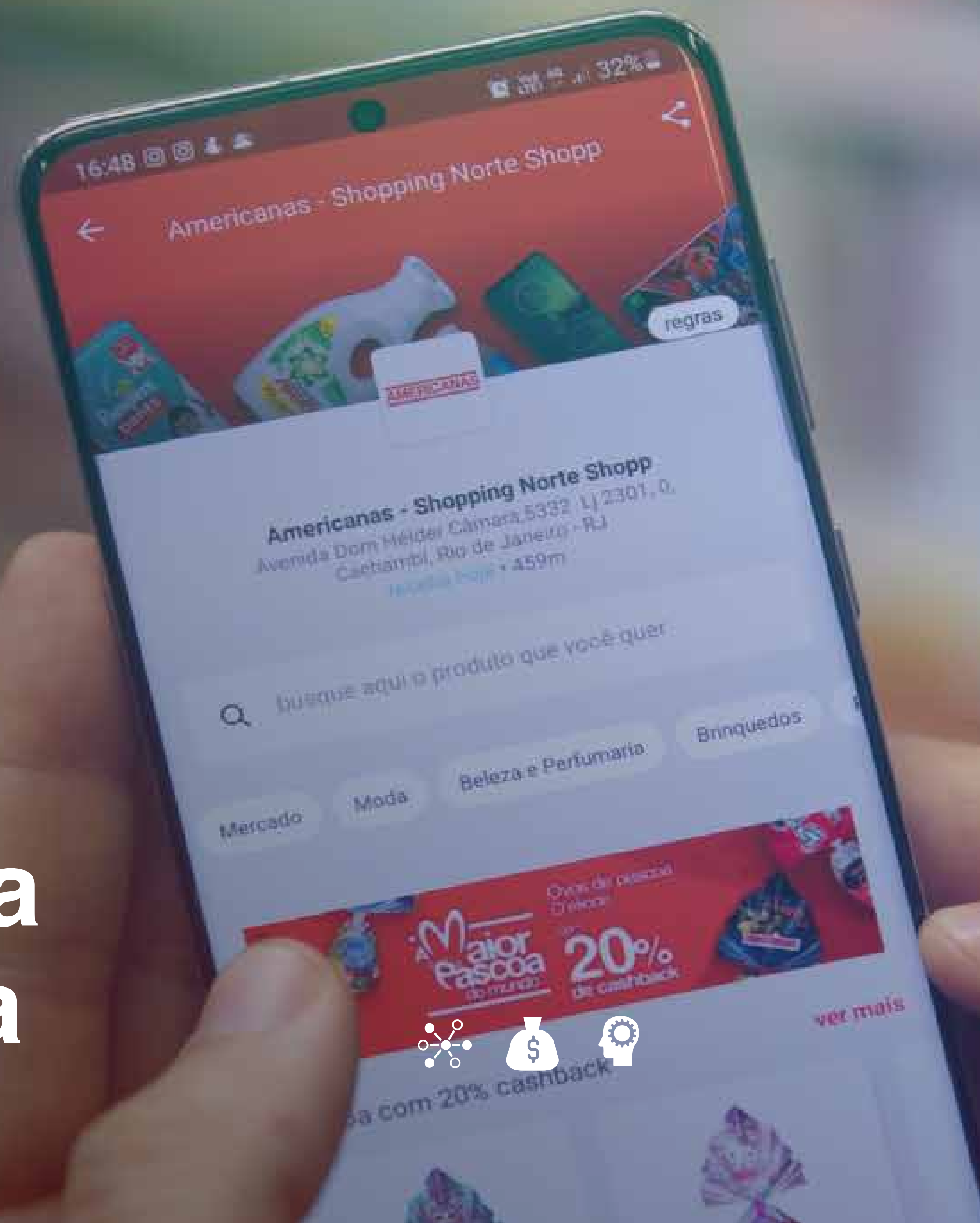
- **1º lugar – Melhor experiência** no Revelo Awards 2020.

## americanas

- **1º lugar na categoria Loja de Comércio Eletrônico** do prêmio Marcas de Confiança da Revista Seleções;
- **Loja Diamante Mais Querida e 1º lugar na categoria Eletroeletrônicos** do Prêmio Ebit;
- **1º lugar nas categorias Telefonia; Livros, Filmes e Games; e Loja Que Faz a Melhor Black Friday do Brasil** do prêmio Black Friday de Verdade da Proxy Media;
- **1º lugar na categoria Site de Vendas Online** do Ranking Marcas Mais do Estadão;
- **1º lugar nas categorias E-Commerce Marketplace e Equipe Campeã de Atendimento** do Prêmio Reclame Aqui, da Reclame Aqui.

# 04.

## Governança Corporativa



# Valor de Mercado

## Panorama

GRI 102-22

Nossa controladora, Americanas, representada pelo varejo físico do Universo Americanas, detém 62,5%<sup>1</sup> do capital social da controlada, B2W Digital, que representa a nossa plataforma digital.

Em 2020, atualizamos a nossa estratégia de crescimento (saiba mais na página 21) e criamos uma nova estrutura para viabilizar os melhores resultados do Universo Americanas.

Listada na bolsa de valores, atualmente B3 – Brasil, Bolsa, Balcão – desde o ano de 1940, quando tinha apenas 11 anos, a Americanas finalizou o ano de 2020 com um capital social composto de 1.867.535.716 ações, com duas classes: preferenciais (LAME4), com 1.214.381.060 ações, e ordinárias (LAME3), com 653.154.656 ações, ambas com 100% de *Tag Along*<sup>2</sup>.

**Ao final de 2020, as ações preferenciais e ordinárias, estavam cotadas a R\$ 26,24 (+1,3%) e R\$ 20,45 (+3,8%), respectivamente, atingindo um valor de mercado de R\$ 45,2 bilhões.**

Atuamos no setor privado e não temos participação acionária nenhuma do governo, nem fazemos contribuições para campanhas políticas.

**Conheça detalhes na apresentação do Investor Day 2020, disponível em:**

[api.mziq.com/mzfilemanager/v2/d/941b74a9-5cce-4537-ba90-97973226b3f3/9f41fb05-d6ac-6d89-0150-5c41141a1e01?origin=1](https://api.mziq.com/mzfilemanager/v2/d/941b74a9-5cce-4537-ba90-97973226b3f3/9f41fb05-d6ac-6d89-0150-5c41141a1e01?origin=1)



<sup>1</sup> Informações de acordo com o Formulário de Referência 2021.

<sup>2</sup> Os dados são referentes a Dezembro de 2020.



# Melhores Práticas

GRI 102-5 | 103-1

Trabalhamos diariamente com o objetivo de ser a melhor empresa de varejo do Brasil por meio de excelência operacional e foco no cliente.

Oferecemos serviços para facilitar a rotina dos consumidores com preços justos e mantendo nossos valores de ética, confiabilidade e transparência com todos os *stakeholders*.

Temos um sólido modelo de governança baseado em quase oito décadas de capital aberto. Nele, concretizamos nossos compromissos institucionais e nossas práticas que alinham a estratégia e a operação ao interesse dos acionistas, além de uma liderança experiente e bem estruturada, com a ética permeando todas as relações.

Desde 2017 também fazemos parte de um segmento especial da B3 de Governança Corporativa, o Nível 1. Conheça, a seguir, as principais boas práticas de governança adotadas:

## Tag Along de 100%

Concedemos *Tag Along* Integral (100%) às ações ordinárias e preferenciais da Americanas desde 2006. Esse mecanismo, presente no Estatuto Social, garante o tratamento igualitário a todos os acionistas em casos de troca de controle da Companhia, sendo garantido o direito à venda de ações nas mesmas condições negociadas pelos controladores.

## Distribuição de Dividendos

Em alinhamento aos princípios da legislação vigente, nosso Estatuto Social garante o valor mínimo para dividendos em 25% do lucro líquido do exercício, após a formação de reserva legal de 5%.

**Garantindo o compromisso com nossos acionistas, propusemos a distribuição de lucro de R\$ 400,8 milhões em juros sobre o capital próprio.**

## Liderança Experiente

GRI 102-18 | 102-22 | 102-36 | 202-2

De acordo com as melhores práticas de governança, finalizamos o ano com um mandato médio de 8,1<sup>1</sup> anos dos nossos conselheiros.

**Presença de 100% dos conselheiros nas reuniões.**

### Conselho de Administração (CA)

GRI 102-23 | 102-24 | 102-35

Seguindo nosso Estatuto Social, possuímos um Conselho de Administração composto por no mínimo três e no máximo dez membros, eleitos pela Assembleia Geral, com mandato unificado de dois anos, sendo permitida a reeleição. O Presidente do órgão é escolhido pelos conselheiros eleitos e os cargos de Presidente, Diretor Presidente ou principal executivo da Companhia não poderão ser acumulados pela mesma pessoa.

Em 2020, o Conselho de Administração da Americanas contava com sete membros, sendo três independentes. Destes, dois possuem mandatos em outros conselhos.

**Atingimos a marca de 43% de membros independentes<sup>2</sup> no CA.**

<sup>1</sup> Considerando os membros do CA e efetivos do Conselho fiscal. Cálculo feito com base no ano da primeira eleição de cada conselheiro, dividido pelo total de dez membros.

<sup>2</sup> Critérios de Independência: considerando os critérios estabelecidos pelo Código Brasileiro de Governança Corporativa (ICVM nº 586).

#### Eduardo Saggiaro Garcia

Presidente do CA em seu primeiro mandato. Presidente do Comitê Ame e membro do Comitê de Finanças;

#### Carlos Alberto da Veiga Sicupira

Conselheiro não executivo efetivo com 13 mandatos;

#### Claudio Moniz Barreto Garcia

Conselheiro não executivo (efetivo com um mandato). Presidente do Comitê de Gente e Remuneração e membro do Comitê Digital;

#### Paulo Alberto Lemann

Conselheiro não executivo (efetivo com cinco mandatos). Presidente do Comitê de Finanças, membro do Comitê de Gente e Remuneração;

#### Paulo Veiga Ferraz Pereira

Conselheiro efetivo não executivo (independente com um mandato). Especialista financeiro, presidente do Comitê de Auditoria e membro do Comitê Ame;

#### Sidney Victor da Costa Breyer

Conselheiro efetivo não executivo (independente com um mandato). Atualmente, é membro de outros conselhos no setor, e possui experiência nas áreas de saúde, educação, tecnologia da informação, finanças e consumo). Presidente do Comitê Digital;

#### Vanessa Claro Lopes

Conselheira efetiva não executiva (independente em seu primeiro mandato). Atualmente, é membro de outros conselhos no setor, e possui experiência nas áreas de tecnologia da informação, consumo, energia, educação). Membro do Comitê de Auditoria.

### Processo de avaliação periódica

A avaliação dos conselheiros é feita em três etapas, cada membro avalia:

- A eficácia do Conselho no ano anterior;
- Sua própria contribuição (autoavaliação) e dos outros membros do Conselho (avaliação lateral);
- O Presidente do Conselho.

### Remuneração do Conselho de Administração

De acordo com a Política de Remuneração e o Formulário de Referência, a remuneração do Conselho de Administração deve estar alinhada aos objetivos estratégicos do negócio, com foco em sua perenidade e na criação de valor no longo prazo, e está dividida entre fixa e variável.

Os conselheiros não possuem qualquer remuneração por outras funções, além das que ocupam. Também não fornecemos outros instrumentos que estruturam mecanismos de remuneração ou indenização para os administradores em caso de destituição do cargo ou de aposentadoria.

A remuneração fixa é comparada periodicamente com o padrão do mercado. Já a variável leva em consideração atendimento de metas e é estabelecida de acordo com resultados da Companhia e da Administração.

## Diretoria

Eleita pelo CA, a Diretoria tem o mandato de um ano, com direito à reeleição. É composta por 11 membros<sup>1</sup> – todos brasileiros –, sendo um deles designado superintendente e um presidente. Conheça, a seguir, a composição da Diretoria:

**Miguel Gomes Pereira Sarmiento Gutierrez,**

Diretor Presidente (CEO);

**José Timótheo de Barros,** Diretor Superintendente;

**Anna Christina Ramos Saicali,** Diretora;

**Carlos Eduardo Rosalba Padilha,**

Diretor de Relações com Investidores;

**Celso Alves Ferreira Louro,** Diretor;

**João Guerra Duarte Neto,** Diretor;

**Marcelo Pinto,** Diretor;

**Marcio Cruz Meirelles,** Diretor;

**Maria Christina Ferreira Nascimento,** Diretora;

**Milena de Andrade Sacramento,** Diretora;

**Wellington de Almeida Souza,** Diretor.

## Remuneração da Diretoria

A remuneração da Diretoria é dividida entre fixa e variável, sendo uma ferramenta efetiva de atração, motivação e retenção dos Diretores.

A remuneração variável é feita com base em metas que levam em consideração indicadores estratégicos, como EBITDA, satisfação do cliente, volume de vendas e despesas, além de indicadores específicos e individuais dos membros da administração. O sistema de gestão de metas segue os critérios:

- Atingimento das metas como um todo;
- Atingimento das metas relacionadas aos Administradores individualmente considerados;
- Atingimento dos critérios mínimos, não havendo qualquer pagamento de remuneração variável caso tais critérios não sejam atingidos.

No âmbito da remuneração variável, os membros da Diretoria Estatutária fazem jus a incentivos de longo prazo, por meio da outorga de opções de compra de ações, o que estimula o alinhamento dos interesses de acionistas e membros da Administração no longo prazo e o compromisso com a sustentabilidade e a integridade dos negócios.

O Plano de Opção estabelece períodos de restrição à transferência de ações adquiridas (períodos de *lock-up*), incentivando a valorização das ações da Companhia no médio e longo prazo. No curto prazo, os titulares das ações, passam a receber dividendos e juros sobre o capital próprio.

Para o CEO, consideramos as mesmas métricas de remuneração variável dos demais diretores. O período mais longo de desempenho para sua remuneração variável é de cinco anos.

<sup>1</sup> Atualizado em junho de 2021.

## Conselho Fiscal

Nosso Conselho Fiscal atua de forma não permanente e é composto por no máximo cinco membros efetivos e seus respectivos suplentes. Atualmente, o órgão conta com três membros efetivos e seus três suplentes, sendo um indicado pelos controladores, um pelos acionistas preferencialistas e um pelos acionistas ordinaristas.

Todos são eleitos na Assembleia Geral, com mandato de um ano e reeleição permitida. Conheça, a seguir, sua composição:

**Márcio Luciano Mancini,**

Conselheiro Efetivo com nove mandatos (Indicado por Ordinaristas);

**Ricardo Scalzo,**

Conselheiro Efetivo com 19 mandatos (Indicado por Preferencialistas);

**Vicente Antonio de Castro Ferreira,**

Conselheiro Efetivo com nove mandatos;

**Carlos Alberto de Souza,** Conselheiro suplente;

**Pedro Carvalho de Mello,** Conselheiro suplente;

**André Amaral de Castro Leal,** Conselheiro suplente.

A remuneração dos membros do Conselho Fiscal é fixada pela Assembleia Geral que os eleger, nos termos da lei.

## Comitês

GRI 102-19 | 102-20 | 102-26 | 102-30 | 102-31 | 102-33

Nossos Comitês de assessoramento são compostos por representantes do Conselho de Administração e por membros especialistas externos contratados. Os participantes orientam o CA em temas relevantes para a estratégia do negócio, além de reportar temas/situações por eles examinados, sempre pautados por boas práticas de governança.

As reuniões ocorrem pelo menos uma vez por trimestre, ou sempre que há convocação extraordinária do respectivo Presidente, com exceção do Comitê de Sustentabilidade, que se reúne semanalmente.

### Conheça, a seguir, os Comitês do Universo Americanas, de acordo com a composição de 2021:

#### COMITÊ DE GENTE E REMUNERAÇÃO



Informa o Conselho de Administração em relação a todas as decisões envolvendo as políticas de Gente e Remuneração da Companhia, visando:

- que os membros do CA, da Diretoria e todos os associados tenham incentivos para alcançar resultados excepcionais, sendo recompensados adequadamente;
- que a Companhia consiga atrair, captar, reter e desenvolver os melhores profissionais e líderes, garantindo a sucessão de seus principais executivos.

**MEMBROS:** Claudio Moniz Barreto Garcia – Presidente; Paulo Alberto Lemann; Cecília Sicupira – membro não executivo externo.

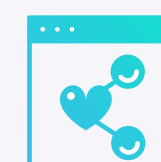
#### COMITÊ DIGITAL



Auxilia na estratégia digital, tecnológica e de inovação do Universo Americanas, orientando o CA no cumprimento das responsabilidades de supervisão digital nas áreas de tecnologia e da tecnologia envolvida no comércio por meio da internet, televisão, telefonia móvel, diretamente ao consumidor, assim como os canais emergentes.

**MEMBROS:** Sidney Victor da Costa Breyer – Presidente; Claudio Moniz Barreto Garcia; Roberto Moses Thompson Motta – membro não executivo externo.

#### COMITÊ AME



Orienta o Conselho de Administração no cumprimento das responsabilidades de supervisão com relação à Ame Digital – plataforma *mobile* de produtos e serviços financeiros do Universo Americanas.

**MEMBROS:** Eduardo Saggiore Garcia – Presidente; Paulo Veiga Ferraz Pereira; Elinton Bobrik – membro não executivo externo.

#### COMITÊ DE SUSTENTABILIDADE



Formalizado pelo Conselho de Administração em 2010, o Comitê de Sustentabilidade, conhecido como Companhia Verde, tem o compromisso de definir diretrizes de sustentabilidade corporativa com base nos pilares ambiental, social e de governança (ESG).

Atualmente, nossas frentes de atuação são voltadas para contribuir com o alcance da Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas (ONU), que propõe 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) a serem incorporados nas estratégias de países e organizações.

Composto por membros da Diretoria e executivos de diferentes áreas, além de contar com a participação de um membro do Conselho de Administração ao longo dos encontros, o Comitê traz uma visão multidisciplinar para o Universo Americanas.

Saiba mais sobre nossa estratégia de sustentabilidade na página 38.

**MEMBROS:** Anna Christina Ramos Saicali – Presidente; Miguel Gomes Pereira Sarmiento Gutierrez; Carlos Eduardo Rosalba Padilha.

#### COMITÊ DE AUDITORIA

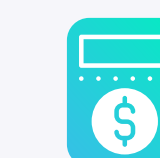


**100% independente.**

Previsto em Estatuto na AGOE desde 2019, o Comitê assessora o CA no monitoramento e controle de qualidade das demonstrações financeiras, controles internos, gerenciamento de riscos e *compliance*.

**MEMBROS:** Paulo Veiga Ferraz Pereira – Presidente; Vanessa Claro Lopes; Maria Helena Cardoso Figueira – membro não executivo externo.

#### COMITÊ DE FINANÇAS



Informa e aconselha o CA em todas as decisões políticas e financeiras do Universo Americanas, garantindo, assim, o cumprimento das suas obrigações, políticas e responsabilidades financeiras.

**MEMBROS:** Paulo Alberto Lemann – Presidente; Eduardo Saggiore Garcia; Roberto Moses Thompson Motta – membro não executivo externo.



## Gestão Sustentável

GRI 102-21 | 102-27 | 102-29

Acreditamos no crescimento do negócio com base no desenvolvimento sustentável. Desde 2007, nosso Comitê de Sustentabilidade (Comitê Companhia Verde) apoia a alta liderança na gestão de aspectos estratégicos com base nos pilares ESG.

A condução do Comitê Companhia Verde, além do auxílio na estratégia e governança da sustentabilidade e coordenação das iniciativas de gestão ambiental e de responsabilidade social, é de responsabilidade da Diretoria de Sustentabilidade do Universo Americanas.

Comprometidos com uma Gestão Sustentável, incorporamos metas baseadas nos pilares ESG à remuneração variável de todos os cargos da alta liderança, incluindo os CEOs do Universo Americanas. Também incorporamos essas metas na remuneração variável de cargos de coordenação e gerência da área de Sustentabilidade.

### RECONHECIMENTO

## ISEB3

Fomos selecionados, pelo 7º ano consecutivo, para a carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), da B3 (Brasil, Bolsa, Balcão), que classifica o comprometimento de empresas com o desenvolvimento sustentável, além de reconhecer as que promovem as melhores práticas.

## ICO2 B3

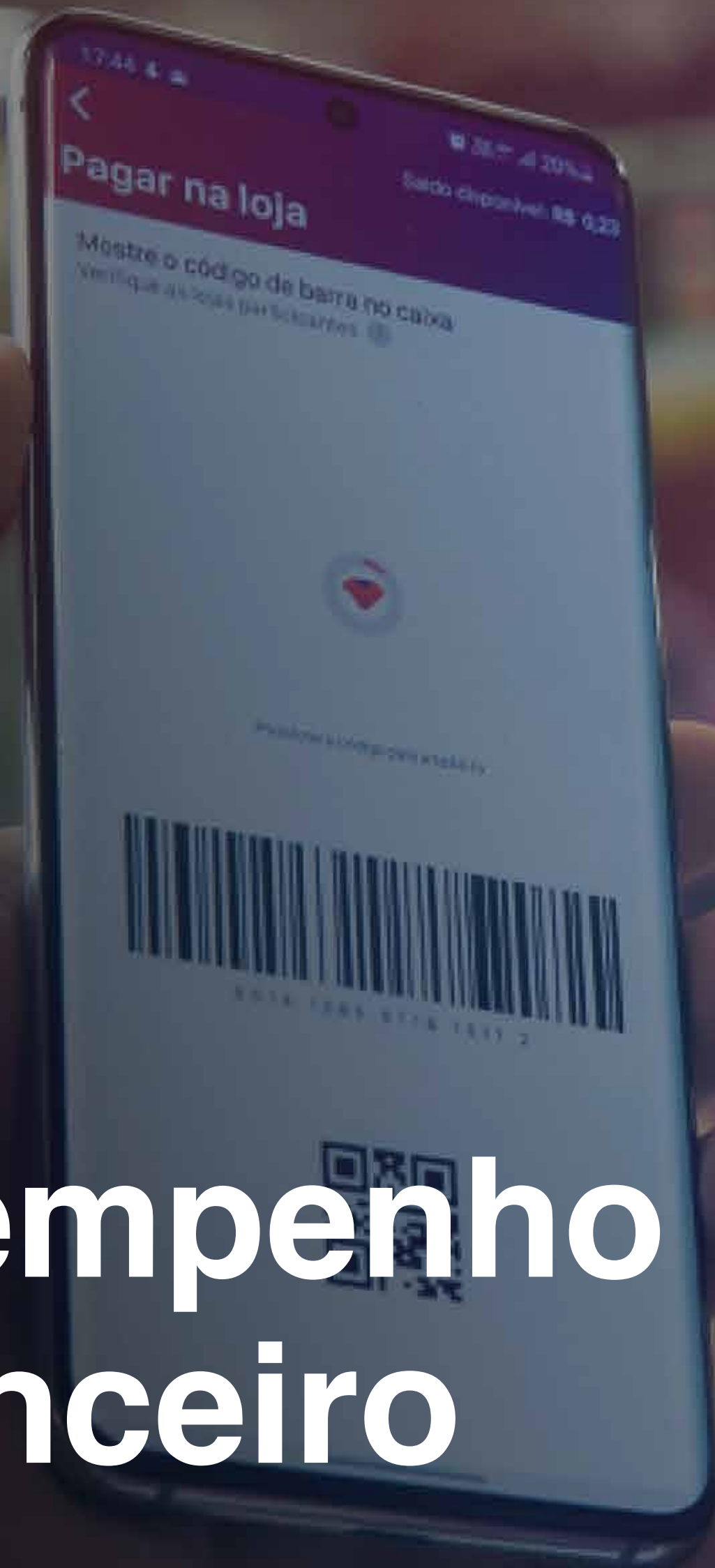
Lançado em 2010, o índice da B3 mostra o comprometimento das empresas com a transparência de suas emissões, além de compartilhar as ações de transição para uma economia de baixo carbono.

**Nossa controladora, Americanas, está listada desde a criação do índice, e a B2W foi novamente selecionada para compor a carteira do índice em 2021.**

# 05.

---

# Desempenho Financeiro



# Cenário

O ano de 2020 foi um período de grandes desafios, que refletiram em todo o cenário macroeconômico em função da pandemia da Covid-19.

Como consequência, o PIB brasileiro fechou o ano em queda de 4,1%; a inflação medida pelo Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) voltou a subir, chegando a 4,52%; e taxa básica de juros (Selic) ficou em 2% a.a. em dezembro.

A taxa de desemprego, que também sofreu grande impacto com a pandemia, registrou uma taxa média de 13,5% frente a 11,9% em 2019.

O comércio varejista, que teve grande impacto com o isolamento social imposto nos primeiros trimestres do ano devido à Covid-19, também passou por um período de adaptação e migração para o ambiente digital e finalizou o ano com alta de 1,2% no volume de vendas, medido pela Pesquisa Mensal do Comércio (PMC) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

## Riscos de longo prazo

GRI 102-15

Em 2020, identificamos dois principais riscos que são capazes de afetar a nossa estratégia nos próximos três a cinco anos e desenvolvemos estratégias para mitigá-los:

### **Prolongamento da crise econômica:**

O risco é considerado emergente nas categorias social e econômica, pois nosso negócio é extremamente sensível à retração de renda e aumento do desemprego devido à pandemia da Covid-19, assim como outros eventos de impacto político, social e macroeconômico que poderão ocorrer nos próximos seis anos. Como medidas, incorporamos novos segmentos e, conseqüentemente, aumentamos nosso sortimento com itens menos sensíveis às crises;

### **Intensificação da concorrência:**

Consideramos como um risco em crescimento nas categorias econômica e tecnológica devido ao grande potencial do segmento do e-commerce, que prevê um crescimento nos próximos cinco anos por meio de estratégias integradas de logística, flexibilização das compras e entregas rápidas. Com isso, há possibilidade de perder *market share* e, conseqüentemente, diminuir as receitas pela redução de consumidores. Desde já, atuamos intensificando as operações O2O, avaliando a aquisição de novos negócios, e propondo melhorias na estratégia de comunicação, além de aperfeiçoar produtos e serviços para aumentar a frequência de compra dos clientes.



# Resultados

GRI 102-7 | 201-1

## Panorama

Consolidado			Destaques financeiros (R\$ MM)	Controladora		
2020	2019 <sup>1</sup>	Var. (%)		2020	2019 <sup>1</sup>	Var. (%)
39.673,8	32.387,5	22,5%	<b>Gross Merchandise Volume (GMV)/Receita Bruta</b>	13.017,8	14.006,5	-7,1%
21.291,4	18.662,7	14,1%	<b>Receita Líquida de Vendas e Serviços</b>	11.348,7	12.169,0	-6,7%
7.129,3	6.601,1	8,0%	<b>Lucro Bruto</b>	4.349,6	4.736,3	-8,2%
33,5%	35,4%	-1,9 p.p.	Margem Bruta (%RL)	38,3%	38,9%	-0,6 p.p.
3.319,7	3.456,1	-3,9%	<b>EBITDA Ajustado<sup>2</sup></b>	2.660,4	2.859,0	-6,9%
15,6%	18,5%	-2,9 p.p.	Margem EBITDA Ajustada (%RL)	23,4%	23,5%	-0,1 p.p.
394,0	505,5	-22,1%	<b>Resultado Líquido</b>	394,0	505,5	-22,1%
1,9%	2,7%	-0,8 p.p.	Margem Líquida (%RL)	3,5%	4,2%	-0,7 p.p.

<sup>1</sup> Para manter a comparabilidade, os resultados de 2019 foram ajustados de forma a desconsiderar os créditos fiscais não-recorrentes procedentes de ação transitada em julgado relativa à inclusão do ICMS na base de cálculo do PIS/COFINS, conforme Fato Relevante publicado em 20/12/2019.

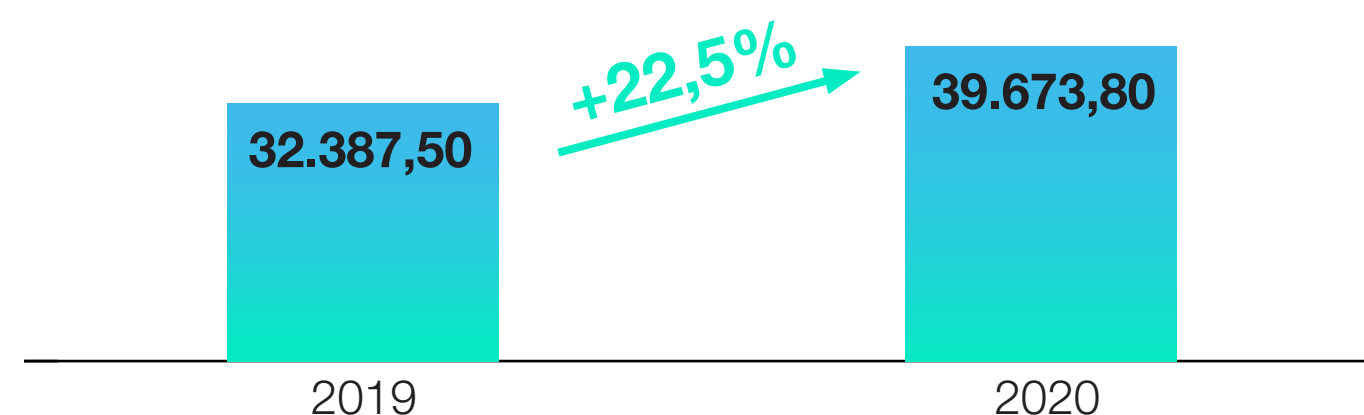
<sup>2</sup> Lucro operacional antes de juros, impostos, depreciação e amortização, outras receitas/despesas operacionais, equivalência patrimonial, participação minoritária.

## Gross Merchandise Volume (GMV)

Termo usado no varejo online para indicar a receita de vendas e serviços consolidada, incluindo as vendas realizadas dentro do B2W Marketplace. O GMV do Universo Americanas segue em rápido crescimento, após a finalização do Plano Estratégico 2017-2019 da B2W Digital, chegando a R\$ 39,7 bilhões de GMV.

### GMV Consolidado

R\$ milhões



### Plataforma física

O ano de 2020 foi um período focado no aumento da nossa base de clientes ativos e da frequência de compras, integrando as diversas iniciativas de O2O para fornecer sempre a melhor experiência, além de atender as necessidades dos nossos clientes em um cenário de pandemia.

Este ano, as lojas físicas tornaram-se mais digitais por meio das iniciativas de O2O combinadas, realizando mais de cinco milhões de entregas residenciais.

### Plataforma digital

Com a aceleração do consumo digital em 2020, impulsionados pelas categorias de alta frequência, o GMV total da nossa plataforma digital representou 68% do total, chegando a R\$ 27,7 bilhões. O B2W Marketplace também segue em constante desenvolvimento, apresentando um crescimento de 45,1% de GMV em comparação ao ano anterior.

Este ano também apresentamos a nova rota de crescimento para a B2W Digital, com investimento previsto de **R\$ 5 bilhões**, sendo R\$ 4 bilhões de recursos provenientes do aumento de capital da estratégia anterior (2017-2019), e R\$ 1 bilhão de reinvestimento de parte da Geração de Caixa dos próximos anos.

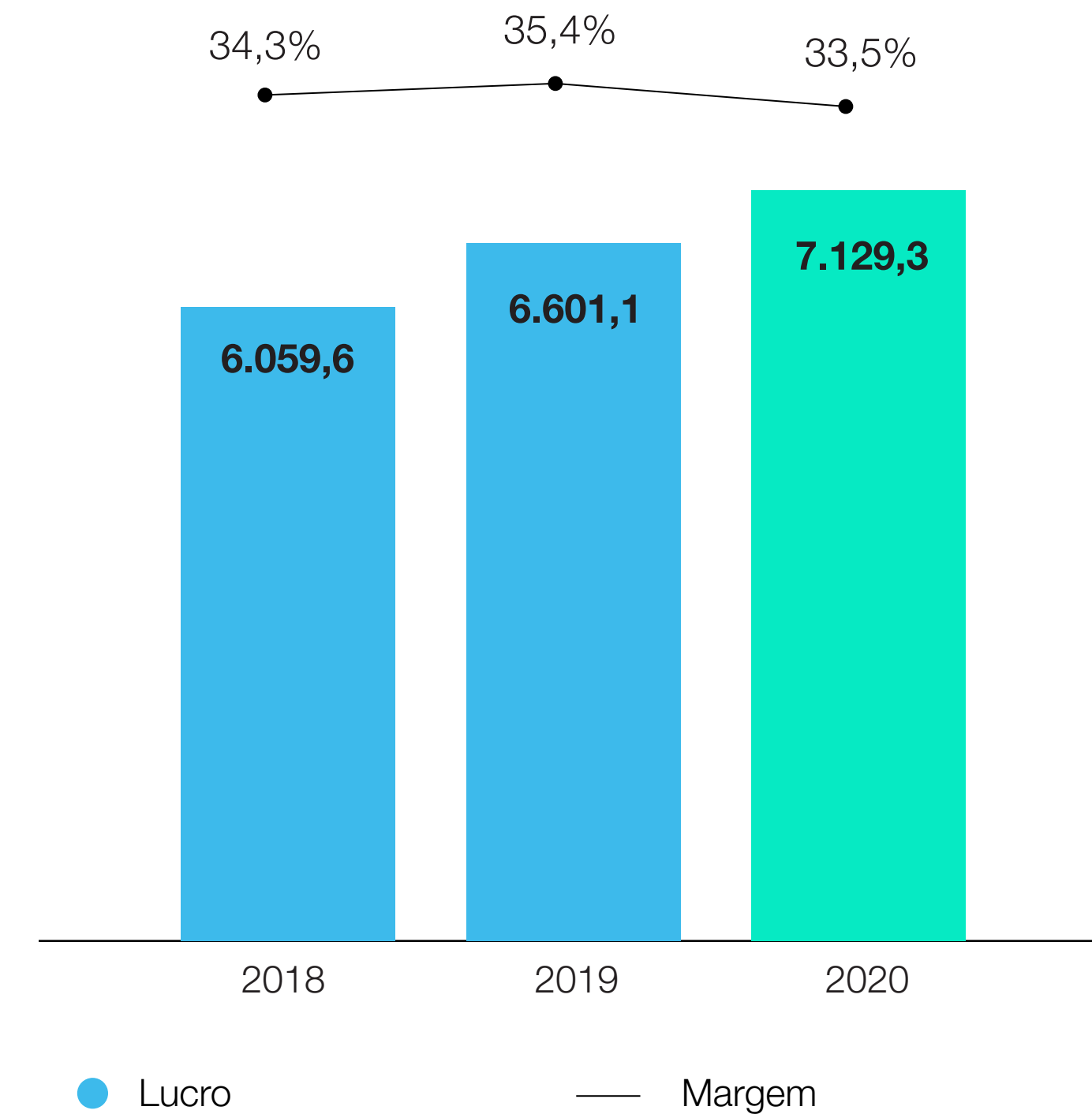
**Realizaremos tudo isso mantendo o compromisso de geração de caixa e prevendo um crescimento acima da média dos três top players do mercado.**

## Lucro Bruto e Margem Bruta

Na visão consolidada, o lucro bruto chegou a R\$ 7,1 bilhões em 2020, representando uma evolução de 8% com margem bruta de 33,5%, uma redução de 1,9 p.p. em relação à 2019.

### Lucro e Margem Bruta Consolidada

R\$ milhões



### Plataforma física

Em 2020, o lucro bruto apresentou redução de 8,2%, com margem bruta de 38,3%.

### Plataforma digital

O *marketplace* seguiu ganhando relevância com o B2W Fulfillment, a integração da experiência de compra 1P no modelo 3P. Essa solução diminuiu o tempo de entrega dos pedidos e possibilitou uma melhora nos níveis de rentabilidade da plataforma digital.

Finalizamos o ano com lucro bruto de R\$ 3.220,2 milhões, com margem bruta de 31,8%; uma redução de 0,4 p.p. em relação a 2019.

## Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas

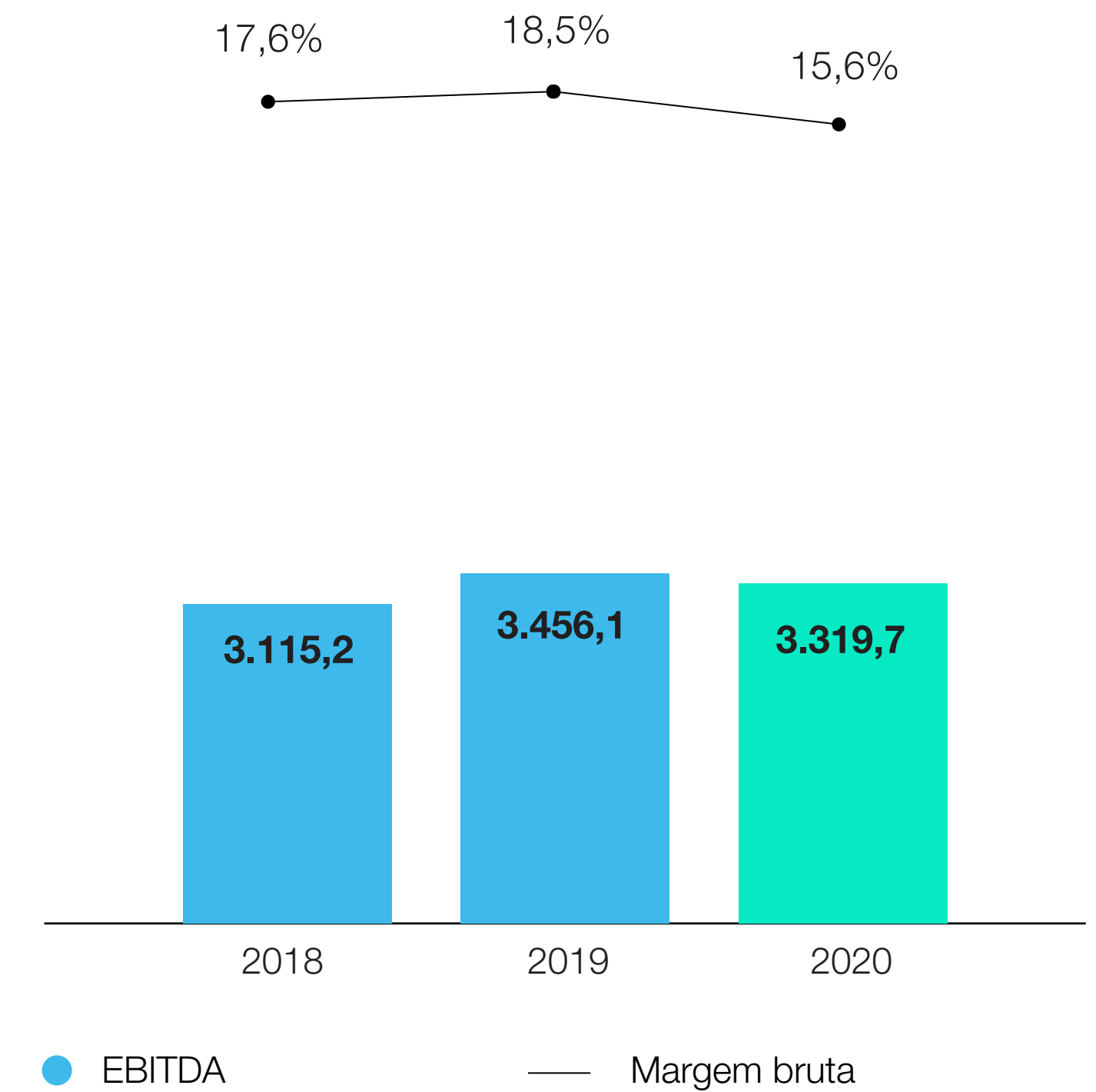
Em 2020, na visão consolidada, as despesas com vendas, gerais e administrativas tiveram aumento de 18,9%. O resultado se deve ao aumento das despesas com vendas e marketing da plataforma digital, relacionadas ao crescimento do online, parcialmente compensadas pela economia na plataforma física com renegociações de aluguéis e outras otimizações de despesas.

## EBITDA Ajustado e Margem EBITDA

O EBITDA Ajustado teve redução de 3,9% e de 2,9 p.p da margem EBITDA, se comparado a 2019 devido à maior penetração das vendas online.

### EBITDA e margem EBITDA consolidado

R\$ milhões e %



## Variação do Capital de Giro

Em 2020, o Capital de Giro líquido consolidado foi de -15 dias, representando uma melhora de 18 dias em relação a 2019, e possibilitando R\$ 863,8 milhões de geração de caixa.

No mesmo período, o capital de giro da controladora foi de oito dias, uma melhora de dois dias, se comparado ao mesmo período do ano anterior. Isso possibilitou a geração de R\$ 201,5 milhões de caixa.

## Resultado Financeiro Líquido

Em 2020, na visão consolidada, o Resultado Financeiro Líquido teve uma queda de 26,0% em comparação com 2019. Na visão controladora, também tivemos uma redução de 23,3% do resultado financeiro líquido.

## Resultado Líquido

Em 2020, o Lucro Líquido consolidado foi de R\$ 394 milhões, com margem de 1,9%, representando uma redução de 22,1% em comparação com o ano anterior.

## Endividamento

Ao final de 2020, o Universo Americanas apresentava caixa líquido de R\$ 6,3 bilhões, ante uma dívida líquida de R\$ 2,2 bilhões no mesmo período do ano anterior. Isso representa uma melhora de 2,5x no EBITDA.

A redução do endividamento líquido consolidado reflete os impactos das operações de otimização da estrutura de capital da Americanas – plataforma física – e da B2W, com a operação de *follow on* da Americanas, com subsequente aumento de capital da B2W, e a emissão de *Bond's* no mercado internacional.

Na controladora, a plataforma física apresentou uma posição de caixa líquido de R\$ 609,2 milhões ante uma dívida líquida de R\$ 3,3 bilhões no mesmo período de 2019, uma variação de +1,4x no EBITDA.

Ademais, em 2020, o prazo médio da dívida consolidado foi de 40 para 62 meses e na controladora foi de 42 para 57 meses, de acordo com a estratégia de reduzir o endividamento e reinvestir parte da geração de caixa futura em frentes de crescimento para ingressar em novos segmentos.

## Contas a Receber

O contas a receber leva em conta os recebíveis de cartão de crédito e débito, líquidos do valor descontado, que possuem liquidez imediata e podem ser considerados como caixa.

Ao final deste ano, o contas a receber somava R\$ 1,4 bilhão na controladora e R\$ 3,4 bilhões na visão consolidada.

## Reestruturação de Capital

Em 2020, realizamos operações para aprimorar a estrutura de capital do Universo Americanas, visando torná-la ainda mais robusta e flexível, capaz de acelerar os investimentos e atingir novos patamares de resultado.

Após captar R\$ 7,9 bilhões no mercado de capitais, melhoramos substancialmente a liquidez do balanço. Na sequência, realizamos um aumento de capital privado de R\$ 4,0 bilhões na B2W Digital e acessamos, pela primeira vez, o mercado internacional com uma emissão de US\$ 500 milhões pela Americanas – plataforma física – e outra de US\$ 500 milhões pela B2W.

Essas medidas reduziram os vencimentos dos próximos anos e aumentaram o prazo médio de vencimento da dívida, permitindo reinvestir a geração de caixa futura para acelerar o crescimento do Universo Americanas, incluindo eventuais aquisições, além de investir em iniciativas de tecnologia, mantendo a disciplina financeira que orienta as nossas decisões.

**Conheça os detalhes das nossas Demonstrações de Resultados e Balanços e das nossas Demonstrações Financeiras completas em:**

[ri.americanas.com/informacoes-aos-investidores/central-de-resultados](https://ri.americanas.com/informacoes-aos-investidores/central-de-resultados)



# 06.

# Um Universo de Evolução



# Nossa Estratégia de Sustentabilidade

GRI 102-12 | 102-13 | 102-15 | 102-40 | 102-42 | 102-43 | 102-44 | 102-46 | 102-47

Confiamos no poder do nosso impacto positivo na promoção da sustentabilidade de forma colaborativa e conjunta com nossos *stakeholders*. Nossa estratégia está alinhada ao Pacto Global da Organização das Nações Unidas (ONU) e à Agenda 2030 para alcance dos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).

Desenvolvemos nossas ações baseadas nos pilares Ambientais, Sociais e de Governança (ESG), descritas a seguir:

- E** Fomentamos iniciativas de redução e compensação das emissões de GEE e mantemos a nossa operação carbono neutro pelo segundo ano consecutivo. Saiba mais sobre o combate às mudanças climáticas na página 88.
- S** Em parceria com a Fundação Amazônia Sustentável (FAS), realizamos ações nas comunidades e incentivamos o *marketplace* Jirau da Amazônia. Também fornecemos incentivo à educação para mais de 65 mil alunos e quatro mil professores em dezenas de projetos. Saiba mais sobre nossa relevância social na página 55.
- G** Seguimos com o compromisso de buscar a certificação de Empresa B.



**Pacto Global**  
Rede Brasil

## CONHEÇA NOSSOS ODS PRIORITÁRIOS:



Contribuímos com o acesso à educação do nosso time por meio de programas de qualificação e treinamento, e com a concessão de bolsas de estudo que elevam a escolaridade de nosso quadro de associados.



Reconhecemos o nosso grande potencial para contribuir com a igualdade de gênero por ser uma grande empregadora e ter carreiras voltadas à tecnologia, onde o ODS aponta desafio para a igualdade.



Como grande geradora de empregos diretos e indiretos em sua ampla cadeia de valor, temos papel relevante na promoção do respeito às leis trabalhistas e desenvolvimento econômico dos associados.



Somos uma das maiores varejistas do país, com milhões de clientes e uma capilaridade única no Brasil. Por isso, centralizamos nossos esforços na redução das desigualdades sociais com o desenvolvimento das comunidades e dos profissionais locais.



Frente ao desafio global das mudanças climáticas, monitoramos as emissões diretas e indiretas do negócio e promovemos redução contínua dos Gases de Efeito Estufa (GEE) por meio de processos inovadores.

## Construção da materialidade

GRI 102-49 | 103-1 | 103-2 | 103-3

Mantemos um processo contínuo de pesquisa para entender quais são os temas prioritários (materiais) capazes de gerar riscos ou oportunidades à realização da nossa estratégia.

Em 2020, seguimos uma metodologia baseada em três etapas: identificamos os principais *stakeholders* com base no mapeamento da cadeia de valor. Em seguida, foi realizada uma pesquisa com base nos temas prioritários para os principais mecanismos de mercado para a sustentabilidade: Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), Dow Jones Sustainability Index (DJSI) e Sustainability Accounting Standards Board (SASB). Para finalizar, realizamos um *benchmark* setorial com os principais *players* mundiais do varejo, de acordo com o ranking 2020 do DJSI.

Cruzamos os dados de temas prioritários para o setor e a influência exercida por cada público para definir os pilares estratégicos do Universo Americanas para os próximos três anos (2020-2022).

Como resultado do estudo de materialidade, desenvolvemos o conceito de sustentabilidade que norteia este Relatório: **Universo de Evolução**. O conceito é dividido em três pilares: “+ **Desenvolvimento**”, “+ **Excelência**” e “+ **Ecoeficiência**” e nove aspectos:

Saiba mais detalhes sobre os limites dos aspectos materiais na página 116.

### CONCEITO

## Universo de Evolução 2022

### PILARES

+ **Desenvolvimento**

+ **Excelência**

+ **Ecoeficiência**

### ASPECTOS

#### Time de excelência

(une atração e retenção e diversidade)

#### Relevância social

(une investimento social privado e desenvolvimento social de comunidades e de pequenos negócios)

#### Fornecedores responsáveis

(conformidade na cadeia)

#### Condução ética

#### Fomento à inovação

#### Cliente seguro e satisfeito

(une satisfação, cibersegurança e privacidade)

#### Oferta sustentável e de qualidade

#### Combate às mudanças climáticas

#### Redução do uso de materiais

(embalagens e reciclagem)

## + Desenvolvimento

# Time de Excelência

GRI 103-1 | 103-2 | 103-3

## Perfil

GRI 102-7 | 102-8 | 401-1 | SASB CG-MR-310a.2

Consideramos que o sucesso do Universo Americanas em quase um século de história só é possível graças a confiança e o trabalho contínuo do nosso **Time de Excelência**.

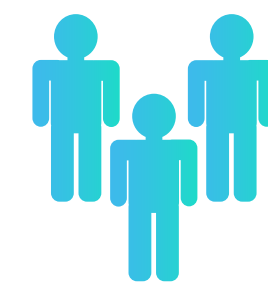
Alinhados à Agenda 2030 da ONU para alcançar os ODS, apostamos na atração e seleção dos melhores talentos, bem como no desenvolvimento e retenção de nossos associados.

Em 2020, mantivemos nosso compromisso com o desenvolvimento dos profissionais das comunidades onde atuamos. Além dos 33.170 associados, finalizamos o ano com 1.974 terceiros, referentes aos contratos de empresas especializadas de limpeza, segurança, contabilidade, alimentação, informática e engenharia.

Este ano enfrentamos desafios extras com a chegada da pandemia da Covid-19: incorporamos o *home office* para

80% dos associados dos escritórios do Universo Americanas, e implementamos diversas medidas de segurança nos escritórios e *Fulfillment Centers*<sup>1</sup> (saiba mais na página 53).

Em nossa rápida adaptação, usamos a tecnologia ao nosso favor e aceleramos a digitalização dos processos internos, para seguirmos próximos, mesmo que distantes fisicamente.



+ de  
**33 mil**  
associados

**32.430**

(97,77%) permanentes

**740**

(2,23%) temporários

Destes, 1.620 contratados em 2020, totalizando uma taxa de contratação de 14,37%<sup>2</sup>.

## Associados

Nível	Homens	Mulheres
Diretoria	14	4
Gerência	681	867
Coordenação	358	284
Técnica/Supervisão	3.683	4.142
Administrativo	576	1.226
Operacional	11.107	9.878
Aprendiz	61	207
Estagiário	45	37
Total por gênero	16.525	16.645

## Total de associados

**33.170<sup>3</sup>**

<sup>1</sup> Termo utilizado para Centros de Distribuição (CDs).

<sup>2</sup> Valores considerando os mesmos cargos utilizados para a base de cálculo da taxa de rotatividade na Americanas – plataforma física, e de acordo com o Formulário de Referência.

<sup>3</sup> Em 2020, mantivemos todos os postos de trabalho do Universo Americanas. A redução de 3.988 associados, em relação ao total reportado no ano anterior, é devido ao menor número de contratações temporárias ao final do período.



- Lideranças formadas com base em *People Analytics* e parcerias com as melhores Universidades;
- 100% dos gerentes de loja formados internamente;
- 5,4% dos nossos associados são de cargos de STEM (sigla em inglês para Ciência, Tecnologia, engenharia e Matemática). Destes, 23,55% são mulheres;
- No Universo Americanas, 50,18% dos associados são mulheres. Elas ocupam 56,01% dos cargos de gerência e 22,22% da diretoria estatutária;
- 73,59% dos associados com menos de 30 anos.

## Contratações<sup>1</sup>

### Associados contratados por gênero

	Nº de contratações	Taxa de contratação
Homens	865	16,28%
Mulheres	755	13,44%

### Associados contratados por região

	Nº de contratações	Taxa de contratação
Sul	67	13,32%
Sudeste	1.344	18,20%
Centro-Oeste	33	5,65%
Nordeste	132	6,90%
Norte	44	8,01%

### Associados contratados por faixa etária

	Nº de contratações	Taxa de contratação
Menos que 30 anos	1.003	14,95%
Entre 30 e 50 anos	602	15,40%
Mais que 50 anos	15	4,84%

<sup>1</sup> Valores considerando os mesmos cargos utilizados para a base de cálculo da taxa de rotatividade na Americanas – plataforma física, e de acordo com o Formulário de Referência.

## Rotatividade

Em 2020, nossa taxa de rotatividade voluntária foi de 5,97<sup>1</sup>.

### Taxa de rotatividade gênero

	2020
Masculino	6,34%
Feminino	5,71%

### Taxa de rotatividade por região

	2020
Sul	12,06%
Sudeste	5,95%
Centro-Oeste	10,44%
Nordeste	3,04%
Norte	4,69%

### Taxa de rotatividade por faixa etária

	2020
Até 18 anos	-
19 a 34 anos	7,37%
35 a 60 anos	1,32%
Mais de 60 anos	3,03%

## Pesquisa de Engajamento

Pelo 3º ano consecutivo a Americanas conquistou a Certificação Great Place to Work (GPTW), com alto engajamento dos associados na resposta às pesquisas<sup>2</sup>. Também esse ano, a B2W Digital, a LET'S e a Ame conquistaram, pela segunda vez, a certificação GPTW.

**Temos alegria em dizer que obtivemos os maiores índices de favorabilidade da história de todas as empresas do Universo Americanas.**

Para sermos mais rápidos e assertivos na tomada de decisões, internamente, realizamos pesquisas de engajamento semanais com todos os associados.

Chamada de Pulses, essas pesquisas tiveram uma nota média de satisfação de 84,8 em 2020.

<sup>1</sup> Valores de acordo com o Formulário de Referência, considerando a rotatividade na Americanas – plataforma física.

<sup>2</sup> Opções de resposta à pesquisa são “nunca é verdade”, “na maioria das vezes é verdade”, “as vezes é verdade, as vezes não”, “na maioria das vezes é verdade” e “é sempre verdade”.

### Modelo de Squad

Outro diferencial do nosso time é o trabalho por meio do modelo de *squad*. Caracterizado por grupos de trabalho multidisciplinares com especialistas em cada projeto, a organização possibilita acelerar os resultados e potencializar a qualidade das entregas. Conheça os detalhes do modelo ao lado:



#### MODELO DE SQUAD



### RESULTADOS



como meio de pagamento. Saiba mais na página 72.

Lançamento do **a·mercado**

Saiba mais na página 19.

Mais autonomia para o time.

**8x**  
crescimento  
em GMV

Saiba mais na página 34.

## Diversidade

GRI 405-1 | SASB CG-MR-330a.1

Oferecemos ao nosso time um ambiente de trabalho acolhedor, valorizando a diversidade como um dos principais triunfos do nosso negócio. Por isso, repudiamos qualquer tipo de discriminação de gênero, raça, classe social, local de origem e cultura na nossa oferta de oportunidades e na definição das remunerações.

**Mulheres ocupam 55,62% dos cargos de liderança<sup>1</sup> e 52,27% dos cargos de liderança Júnior<sup>2</sup>.**

### Associados por região do Brasil

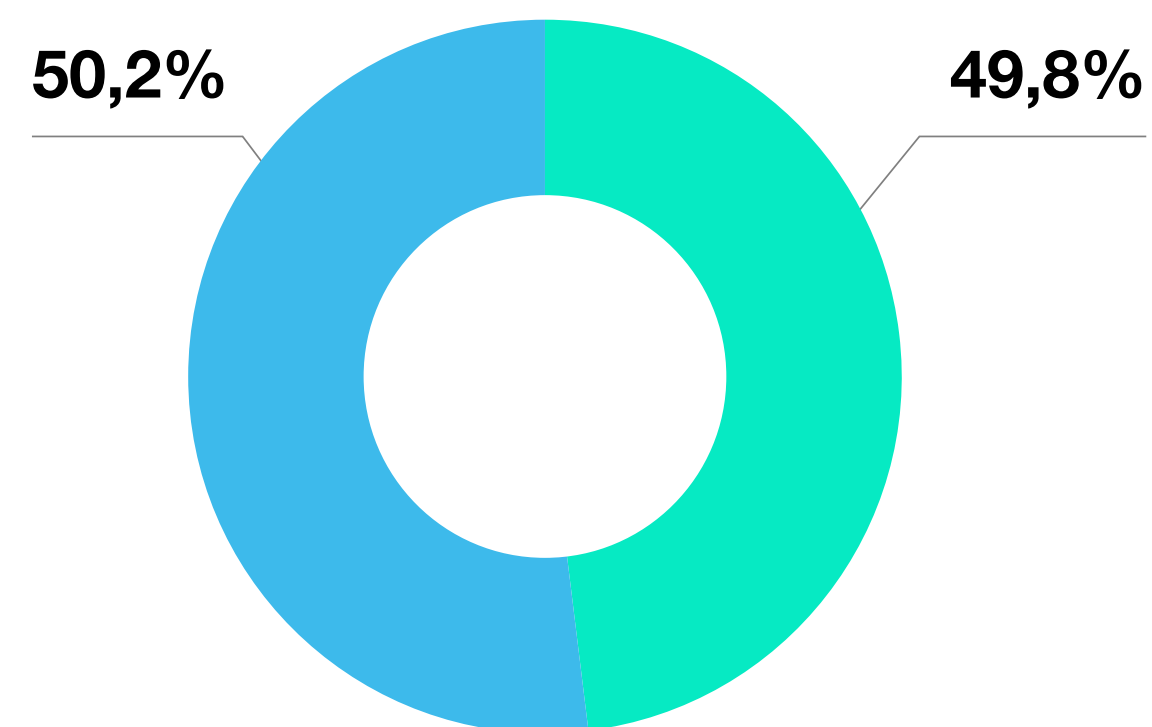
Região UF	Masculino		Feminino	
	Fixos	Sazonais	Fixos	Sazonais
Sul	937	6	1.204	9
Sudeste	9.876	422	10.208	295
Centro-Oeste	893	0	996	0
Nordeste	3.482	5	2.968	3
Norte	904	0	962	0
Total por tipo de contrato	16.092	433	16.338	307
Total por gênero	16.525		16.645	

<sup>1</sup> Considerando cargos de diretoria e gerência.

<sup>2</sup> Considerando cargos de coordenação e técnica/supervisão.

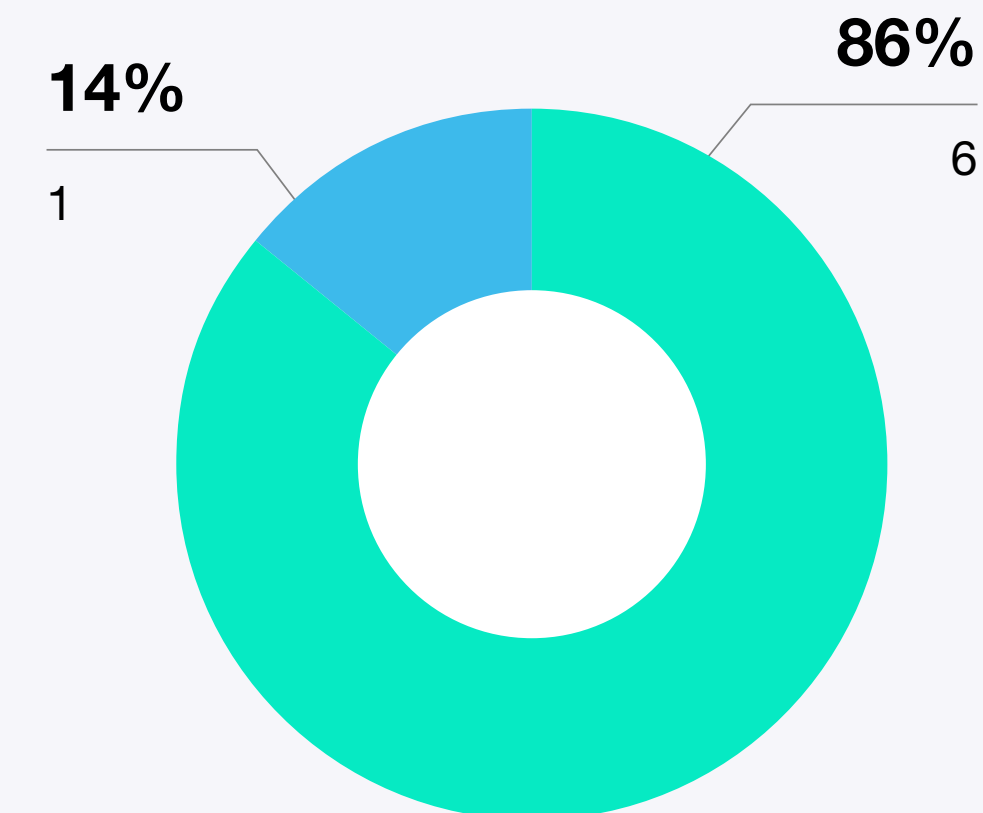
<sup>3</sup> Atualizado em junho de 2021.

### Diversidade por gênero

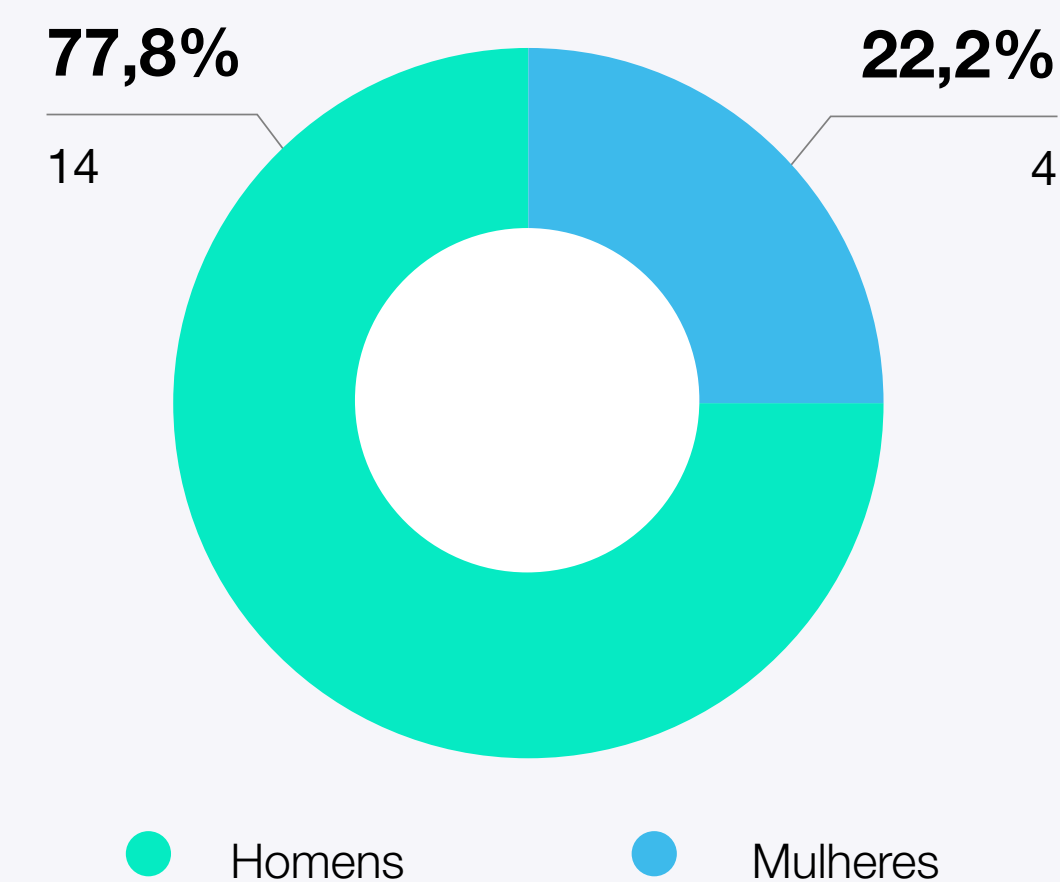


### Diversidade na alta liderança

Diversidade no Conselho de Administração Americanas



Diversidade na Diretoria Universo Americanas<sup>3</sup>



● Homens ● Mulheres

**PRÊMIO QUALIDADE AMAZONAS**  
Programa Primeira Infância Ribeirinha (PIR) Melhor práticas do terceiro setor

**1.470**  
crianças atendidas pelo programa Primeira Infância Ribeirinha (PIR) entre 2016 e 2017

**30 MIL**  
pessoas envolvidas na virada sustentável desde 2015

**602**  
empreendedores capacitados pela FAS em 2017

**LIBERDADE**  
Empoderamento é

**ESSEN-VIDADE**  
Empoderamento é

sociais ps ou prior

### Diversidade por idade<sup>1</sup>

Menos de 30 anos	73,59%
De 30 a 50 anos	24,18%
Mais de 50 anos	2,23%

### Diversidade por cor/etnia<sup>2</sup> (autodeclarada)

Amarelo	3%
Branco	33%
Indígena	1%
Pardo	41%
Preto	16%
Não declarado	6%

### Diversidade por outros grupos (autodeclarada)

PcD <sup>1</sup>	1,53%
Outros gêneros <sup>3</sup>	2,6%
Gênero não-binário <sup>2</sup>	0,3%

<sup>1</sup> Considerando 100% dos associados.

<sup>2</sup> Considerando o total de 20.925 respondentes da pesquisa GPTW, o que representa 63,08% do total de associados.

<sup>3</sup> Gênero fluido entre os espectros feminino e masculino. O dado considera o total de respondentes da pesquisa GPTW, o que representa 63,08% do total de associados.

## Comunicação

Queremos incentivar a diversidade no dia a dia dos nossos associados. Objetivamos ser um excelente lugar para todos trabalharem e, por isso, adaptamos nossas comunicações internas, visando a inclusão e participação coletiva. Nosso calendário de ações aborda diversos temas e formatos de comunicação, trabalhados ao longo do ano.

## Iniciativas

### Inclusão PcD



Em 2020, demos continuidade aos nossos programas atração e seleção de pessoas com deficiência (PcD). Ao todo, 159 PcDs se juntaram ao nosso time de excelência, totalizando 508 associados, o que representa 1,53% do nosso quadro total.



Durante o ano, realizamos todos os eventos com tradução em libras, e desenvolvemos ações de sensibilização e engajamento com os demais associados para garantir um ambiente de trabalho cada vez mais inclusivo.

Por meio do **Programa Somar**, participamos da Egalitê, feira digital focada na inclusão PcD. Para o próximo ano, pretendemos seguir evoluindo no tema.

### Mulheres na tecnologia

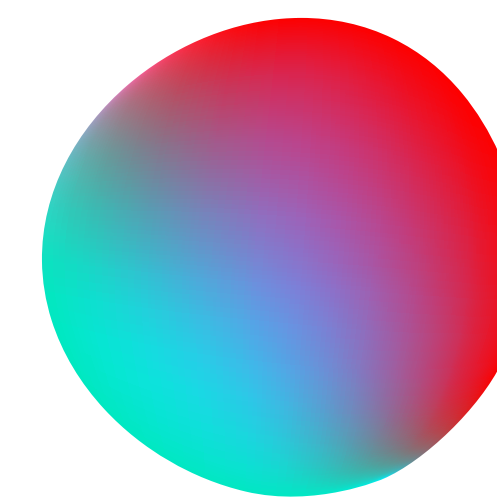


Desenvolvido para diminuir cada vez mais a tradicional diferença de gênero no ambiente tecnológico, **o Mulheres na Tecnologia é 100% feito por mulheres e para mulheres.**

Ao longo do ano, realizamos diversos eventos e *Meetups*, e abordamos temas sobre “Como é ser mulher dentro da tecnologia?”. Em paralelo, possuímos grupos no *Workplace* e disponibilizamos vagas exclusivas para mulheres.

Em nome da Ame, proporcionamos a realização de *Meetups* para incentivar cada vez mais mulheres a entrar na área de TI. Patrocinamos o grupo Cloud Girls, totalizando oito eventos em parceria, e realizamos outro *Meetup* com o grupo TheFemTech.

Por meio do Ame Fast Forward Mentoria Tech, disponibilizamos materiais para estudo, bem como o tempo das nossas tech Amers tirando dúvidas em um canal exclusivo de Slack. A mentoria, disponível para todos os associados, contou com a intensa participação de mulheres.



## Atração e Seleção

Nosso ciclo de expansão, bastante intenso nos últimos anos, foi acelerado em 2020 com a atração de talentos com diferentes habilidades para possibilitar a adaptação do nosso modelo de negócio.

Como consequência da pandemia da Covid-19, fizemos a reestruturação digital dos nossos programas de atração de talentos. Essa mudança se mostrou bastante proveitosa, visto que alcançamos maiores números de diversidade, abrindo portas para profissionais de todas as partes do país, em processos de recrutamento com a ajuda de algoritmos e *games*, além da constante participação dos líderes.

### Talentos contratados em 2020<sup>1</sup>:

**673**  
novos talentos

**31**  
*Trainees*<sup>2</sup>

**100**  
Estagiários

**39**  
participantes  
*Summer Job*

<sup>1</sup> Considerando todas as empresas do Universo Americanas.

<sup>2</sup> Processo realizado no ano de 2020 com admissão em Jan/21.

## Jovem Aprendiz e Começando Juntos

### Processo Seletivo 100% digital.

Os programas inserem jovens no mercado de trabalho por meio do desenvolvimento de experiências técnicas e humanas em diversas áreas e cidades do país. Os participantes realizam *job rotation*, e recebem treinamentos para o desenvolvimento pessoal e profissional.

### Programa de Estágio

#### Processo Seletivo 100% digital.

Nossos programas ampliaram o número de inscritos, chegando a 73 mil estudantes de todo o Brasil, sendo 100 contratados ao longo do ano.

Na plataforma física, temos o Programa de Estágio em Loja, com abrangência nacional e intenso *job rotation* pelas áreas da operação; e o Programa de Estágio Americanas - realizado 100% online - voltado para as outras áreas de negócio. Já na plataforma digital, temos o Estágio B2W Tech, voltado para universitários com foco em tecnologia, e o Estágio de Negócios - realizado 100% online -, para jovens com formação em todos os cursos de graduação.

Nossos programas de estágio possibilitam aos estudantes uma experiência prática nos desafios diários do Universo Americanas, no qual conseguem ter acesso a projetos e rotinas de alta complexidade e impacto na vida dos nossos clientes, sempre com a mentoria do gestor e acompanhamento da área de Gente & Gestão.

### Estágio Mestrado

A iniciativa, realizada em parceria com o Departamento de Computação da UFSCar, visa incentivar a pesquisa e a troca de conhecimentos entre os ambientes acadêmico e corporativo.

Este é o primeiro projeto de pesquisa focado na evolução da plataforma Apache Marvin e, em 2020, contou com a participação de professores e alunos de mestrado da instituição de ensino.

## Programa *Trainee*

### Processo Seletivo 100% digital.

Já bastante reconhecido, nosso Programa *Trainee* contou em 2020 também com um novo modelo, o *Trainee* em Loja. Tivemos mais de 20 mil inscritos e 13 contratados de todo o Brasil para essa modalidade.

O processo, realizado totalmente online, contou com uma etapa de recrutamento interno e com participação ativa dos líderes. Com isso, alcançamos um processo fluído e divertido para todos, e aumentamos a área de atuação do programa para diversas cidades do país.

Os aprovados passaram por *job rotation* e receberam diversos treinamentos de método e de gestão, incluindo a formação *Green Belt*, que visa o desenvolvimento de projetos de melhorias para o Universo Americanas.

**Com o objetivo de ser uma porta de entrada ainda mais inclusiva, aceitamos inscrições de todos os cursos de graduação e não temos a necessidade do inglês como pré-requisito para o Programa *Trainee*.**

Ao todo, foram contratados 31 *trainees* em todo o Universo Americanas.

## TRAINEE AME

Em 2020, a Ame lançou seu primeiro programa *Trainee*, o *Traineenja*. O objetivo é atrair novos talentos com habilidades de *user experience* (UX), dados, tecnologia e inovação.

## Programa Novos Talentos

### Processo Seletivo 100% digital.

Diferente do programa *Trainee*, o Programa Novos Talentos busca profissionais recém-formados já com aptidões para atuação em áreas específicas. Desta forma, aceleramos a capacitação para que se transformem em futuros líderes. Em 2020, foram 673 aprovados em diversas áreas do Universo Americanas.





## Programa Novos Talentos Mestrado

### Processo Seletivo 100% digital.

O Programa Talentos Mestrado é a porta de entrada para profissionais de alto potencial que querem crescer e se desenvolver. Para este programa, buscamos profissionais com sólida formação acadêmica, que já tenham concluído o mestrado. Desde 2018, o programa já recrutou vários profissionais para as mais diversas áreas, que hoje tocam negócios com alta relevância e complexidade. Em 2020, foram quatro selecionados para atuação em logística.

### Summer Job

#### Processo Seletivo 100% digital.

**Nacional:** Com o processo seletivo realizado totalmente online em 2020, o programa teve a duração de quatro a oito semanas, durante as férias de verão de alunos de renomadas faculdades nacionais. Os selecionados atuaram junto aos nossos associados em diferentes áreas, além de receberem treinamentos de *soft e hard skills* para atuarem em projetos de relevância em diversas frentes do nosso negócio.

**Internacional:** O programa tem o propósito de atrair estudantes brasileiros que estão cursando graduação ou pós em faculdades no exterior. Em 2020, os jovens talentos fizeram uma imersão de seis semanas no nosso negócio em

áreas como O2O e financeiro. O objetivo é promover soluções com olhar de inovação, tecnologia e promover a troca de conhecimento.

### Programa MBA

#### Processo Seletivo 100% digital.

Realizado desde 2012, o programa conta com o acompanhamento da diretoria e recruta profissionais das melhores escolas de negócios do mundo para a atuação como gerentes no desenvolvimento de projetos do Universo Americanas.

### Parcerias com instituições de ensino

Acreditamos que a parceria com as instituições de ensino são um importante canal de atração de novos talentos, além de reforçar a Marca Empregadora das Companhias do Universo Americanas, nas universidades e no mercado.

Em 2020, expandimos a nossa atuação com a participação online em mais de 160 eventos universitários, além de aulas e treinamentos realizados por nossos associados. Também estivemos presentes nas principais feiras de recrutamento e semanas acadêmicas em universidades de todo o país. Assim, aumentamos as trocas de experiências e nos firmamos como um excelente local para iniciar a carreira com oportunidades em diversas áreas.



Em setembro, participamos do Afro Presença, um evento voltado para o **empoderamento** e **inclusão** de jovens negras e negros universitários no mercado de trabalho.

Também participamos do painel “Recursos Humanos”, que discutiu o papel do RH na promoção da inclusão e diversidade dentro das empresas.



## Digital LABs

Desde 2014, contamos com os Digital LABs, espaços colaborativos criados em parceria com renomadas instituições de ensino, como o Massachusetts Institute of Technology (MIT) e a Harvard University, que têm o objetivo de desenvolver projetos disruptivos, nos aproximando dos maiores centros de excelência em tecnologia digital do mundo.

Como resultado, criamos soluções para tornar a experiência de compra dos clientes ainda mais conveniente, seja nas lojas físicas, no digital, ou na integração entre as duas plataformas.

Também contamos com escritórios denominados BITs (B2W Inovação e Tecnologia), onde mais de 1.500 engenheiros de software experimentam a todo o tempo novas abordagens e ferramentas que proporcionaram a criação de soluções para o Universo Americanas, descritas a seguir:

- **Ame Go** – loja autônoma da Americanas;
- **Ame Scan & Go** – modalidade de pagamento no qual o cliente compra o produto nas lojas físicas escaneando o código de barras;
- **Self Checkout** – instalação de equipamentos de *checkout* autônomo nas lojas físicas;
- **Modo Loja** – ofertas das lojas físicas no *app*;
- **Venda pelo WhatsApp** – venda de produtos das lojas físicas pelo WhatsApp com entrega na casa dos clientes ou retirada na loja.

Ao longo do ano, desenvolvemos e estimulamos diversos projetos ligados à inovação e pesquisa. Os destaques são descritos a seguir:

- **Massachusetts Institute of Technology (MIT):**

**MIT Horizon:** O Universo Americanas possui acesso, com exclusividade na América Latina, à biblioteca digital do MIT. Os conteúdos de tecnologias emergentes, incluindo artigos, vídeos, podcasts, eventos online e cursos recomendados, todos atualizados frequentemente pela instituição, auxiliam executivos, alunos e profissionais de grandes corporações.

**MIT Scale-up:** participação em evento exclusivo para membros do Industrial Liaison Program (ILP), programa de parceria entre o MIT e corporações de todo o mundo, que visa aproximar as empresas das *startups* incubadas no Instituto. Identificamos oportunidades de negócio que estão sendo desenvolvidas internamente.

- **PUC-RIO:** Realização de Webinar e Workshop com o nosso laboratório de análise estatística Dlab. Ao todo, foram mais de 250 inscritos. Participação no Congresso Brasileiro de Mercado de Capitais com painel “O Impacto da Inteligência Artificial na Economia”.

- **Realização de projetos com alunos da USP, UFRJ, CEFET, San Diego University, University of Illinois, University of Indiana,** entre outras, apoiando as áreas do negócio no desenvolvimento de oportunidades.
- **Case competition com 46 alunos de oito universidades, dentro e fora do Brasil,** para fomentar o desenvolvimento de soluções de desafios reais para o Universo Americanas.

**Conheça todas as portas de entrada para o Universo Americanas em:**

- [lasa.gupy.io/](http://lasa.gupy.io/)
- [carreiras.b2w.io/](http://carreiras.b2w.io/)
- [boards.greenhouse.io/amedigital?gh\\_src=27927b6d2](http://boards.greenhouse.io/amedigital?gh_src=27927b6d2)



## Desenvolvimento dos Associados

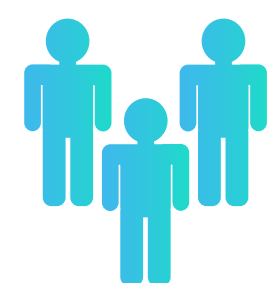
GRI 404-1 | 404-2

Acreditamos que o crescimento do Universo Americanas é fruto da evolução constante por meio da capacitação e desenvolvimento dos nossos associados.

Anualmente, realizamos avaliações de desempenho (AVD), que buscam avaliar os Associados quanto ao Atingimento de Resultados, Compartilhamento de Valores e Características da Liderança (quando aplicável). O objetivo da AVD é identificar oportunidades que auxiliam no desenvolvimento do profissional e nos garantem seguir capacitando os melhores talentos internamente.

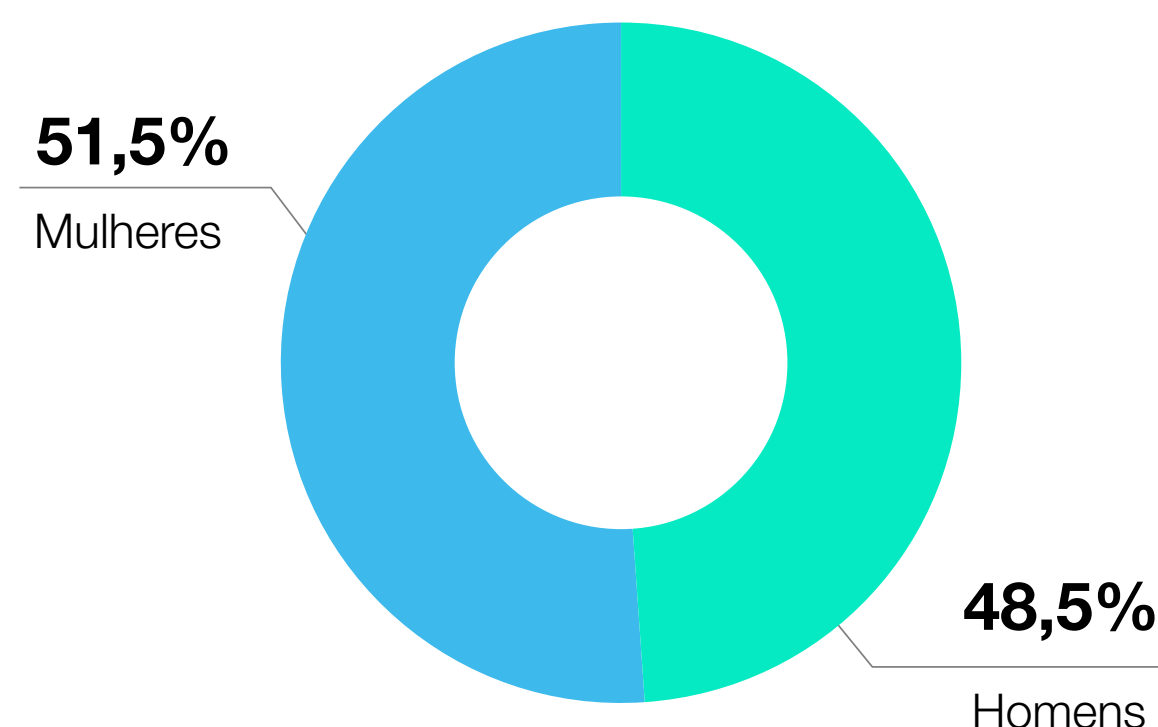
Temos uma cultura do feedback constante e acreditamos que essas conversas periódicas informais são muito valiosas pois indicam as correções de postura e atitudes a serem adotadas, sendo fundamentais no Gerenciamento de Gente.

A AVD é Anual para todos os associados com mais de um ano trabalhando conosco, e ocorre de acordo com os Cronogramas de Avaliação de Desempenho, elaborados no mês de Janeiro e onde os associados são avaliados em relação ao ano anterior.



**7.209**  
associados

### Promoções no Universo Americanas



### UnA - Universidade Americanas

Alinhados à nossa cultura de formação contínua e inovadora, lançamos, em 2020, a plataforma *mobile* da Universidade Americanas, a UnA. Todas as principais ações de Treinamento e Desenvolvimento foram migradas, possibilitando que os associados acessem os conteúdos de onde quiserem.

A plataforma tem diversos conteúdos e formatos de aprendizagem mais dinâmicos e interativos. Além da UnA, contamos também com o Centro de Desenvolvimento Americanas (CDA) - 43 polos espalhados pelo país equipados para facilitar o acesso dos associados aos treinamentos digitais.

Este ano, substituímos os nossos treinamentos presenciais por aulas ao vivo e conteúdo online. Assim, conseguimos expandir o alcance e a frequência dos treinamentos. Ao todo, foram mais de 380 mil horas de treinamento, o que representa uma média de aproximadamente 10,5 horas de capacitação por associado.

Seguimos em direção a um futuro ainda mais moderno, onde o aprendizado pode acontecer a toda hora, em qualquer lugar!

### Formação em *Data Science*

Visando fomentar cada vez mais a cultura *data driven*, em 2020, iniciamos um novo programa de formação em *Data Science* para os executivos. Até o momento, 25 associados – incluindo diretores e CEO – estão cursando a especialização *Data Science* para Negócios no Instituto Coppead de Administração, uma instituição de referência internacional que conta com um corpo de experts em sistemas de informação aplicados ao contexto organizacional.

Com uma abordagem prática e voltada para a resolução de problemas, o curso fornece o domínio de duas principais linguagens de programação – Linguagem R e Python – e a aplicação de modelos analíticos que auxiliam na tomada de decisão. O programa recebe a supervisão acadêmica do Instituto COPPEAD.

### Programa de Liderança DNA

Tem o desafio de formar mais rapidamente os gerentes de loja, de modo que possamos sustentar a nossa estratégia de expansão.

Com base em uma metodologia desenvolvida em conjunto com professores e pesquisadores de Harvard e West Point, identificamos 20 atributos que diferenciam profissionais “fora da curva” e criamos um treinamento em cinco módulos para que nossos gerentes de loja desenvolvam as competências necessárias para alcançarem resultados espetaculares, buscando perpetuar essas características e promover o desenvolvimento de todos.

**Temos orgulho de dizer que 100% da nossa liderança de loja é formada internamente!**

### GERENTES DIGITAIS

Em 2020, também incentivamos o desenvolvimento dos gerentes digitais em **mais de 1.200 lojas físicas**, como forma de aproximação digital dos associados com a vizinhança em que as lojas estão situadas, atendendo a demanda dos clientes de forma próxima e humanizada e aumentando o engajamento online.

### Academia de dados

Considerada um grande marco para uma Companhia Digital como a B2W, a iniciativa capacita associados na linguagem de dados e teve a sua primeira turma piloto em 2020.

Ao todo, foram 27 participantes – 15 associados de áreas não tecnológicas e três diretores, totalizando 36 horas de treinamento, além de um webinar de dados no lançamento, com presença de 291 pessoas.

A intenção é ampliar a oferta de vagas para associados de todas as áreas nos próximos anos.

### Programa LBA (*Leadership and Business Academy*)

Realizado desde 2013 em parceria com a HBS (Harvard Business School), o programa é voltado para o desenvolvi-

to de nossas lideranças e ministrado pelo Professor da universidade de Harvard, Boris Groysberg.

### Programa de Melhoria Contínua

Capacitamos, em 2020, 600 associados da Universo Americanas na metodologia Lean & Six Sigma, nossa formação de *Belts (Yellow, Green, Black e Master Black Belt)*, além de outros temas como gestão de processos, desenvolvimento de projetos e resolução de problemas, totalizando mais de 16 mil horas de treinamento.

### Faculdade do Varejo

O Programa incentiva o desenvolvimento profissional para associados que são destaque nas suas funções e que estão há mais de dois anos conosco. Por meio do Programa, arcamos com 80% do valor das mensalidades em cursos de pós-graduação, MBA e Mestrado, além de viabilizar descontos nas mensalidades de instituições educacionais parceiras.

### Giro 360

O Giro 360 tem o objetivo de apresentar, semanalmente, as diversas áreas da Companhia para os associados por meio de transmissões ao vivo. Dessa forma, os times entendem como funcionam outras áreas e compartilham seus conhecimentos. Em 2020, foram 1.800 participantes.

## Saúde e Bem-estar dos Associados

GRI 102-15

O ano de 2020 foi marcado por muitos desafios, aprendizados e transformações. Um deles foi a rápida adaptação de uma parcela do time dos escritórios ao modelo remoto e a distância física durante o dia a dia. Para suavizar o impacto e aproximar as pessoas, adaptamos várias de nossas ações de engajamento para o ambiente digital.

Sejam grandes comemorações como o Black Friday - que chegou a ter milhares de associados conectados via zoom ao mesmo tempo - ou nossa ginástica laboral virtual, as palavras de ordem eram inclusão e conexão.

Também levamos para a casa dos associados um pouco do ambiente de trabalho - incluindo envio dos kits de boas-vindas (*onboarding*), equipamentos e cadeiras de escritório; e o uso do *Workplace* como ferramenta oficial de comunicação, que foi intensificada e atualizada com notícias constantes e *lives*.

Guiados pela nossa Política de Saúde, Segurança e Meio Ambiente, também ampliamos as ações para garantir a segurança do ambiente de trabalho, seja ele presencial ou remoto, e fornecemos todo o suporte para os associados afastados em decorrência do vírus, ou de qualquer outra fatalidade.



### 1 Prevenção

- Desde o início da pandemia intensificamos a comunicação interna – por meio de posts no *Workplace*, Cartilhas orientativas, e Vídeos – para prevenção da Covid-19;
- Incorporação de *home office* para 80% dos associados dos escritórios;
- Treinamento semanal dos associados em lojas para a criação de **agentes de saúde** capazes de fornecer informações ao time e garantir um ambiente de trabalho seguro e saudável;
- Testagem constante e em larga escala para os associados nas próprias instalações do Universo Americanas, seja nos escritórios, ou em pontos de apoio das lojas físicas;
- 100% dos associados do grupo de risco, incluindo gestantes, estão afastados desde o início da pandemia;
- 100% do quadro extra de associados de loja contratados para o final de ano foram testados antes do início do trabalho, totalizando mais de sete mil pessoas;
- Adaptação das instalações para garantir a segurança dos associados como: uso obrigatório de máscara, medição de temperatura na entrada, marcação do piso com orientação de distância mínima entre associados, divisórias instaladas no refeitório e na separação das mesas. Também intensificamos as ações de higiene, como desinfecção das áreas comuns, distribuição de álcool gel e intensificação da limpeza.

## 2 Tratamento

- Criação da assistência emergencial: disponibilização gratuita de um plano de saúde por 60 dias para os associados com Covid-19;
- Monitoramento diário por parte da equipe médica para acompanhar a evolução do quadro;
- Acompanhamento dos associados internados com especialistas;
- Entregas de cestas de café da manhã na casa dos associados em isolamento como uma forma de cuidado e humanização.



**Para acompanhar a efetividade do nosso impacto positivo no combate à pandemia, incorporamos à pesquisa de engajamento semanal perguntas sobre a atuação da Central Covid e alcançamos resultados acima da média interna.**

Além da atuação no combate à pandemia, também desenvolvemos outras iniciativas para garantir a saúde e o bem-estar dos associados. Conheça a seguir:

### Dia Mundial da Saúde

Comemorado no dia 7 de abril, realizamos uma campanha interna de engajamento no *Workplace* abordando temas referentes à saúde física, nutricional e mental.

### Programas de saúde e bem-estar

Desenvolvemos iniciativas pensando no bem-estar dos nossos associados e seus entes queridos. Pensando nisso, mantemos altas taxas de retorno após licenças maternidade e paternidade (saiba mais na página 108).

Disponibilizamos auxílio creche para 100% das associadas mulheres com filhos, de acordo com a legislação aplicável em 2020.

# Relevância Social

GRI 103-1 | 103-2 | 103-3



Alinhados aos Princípios do Pacto Global e aos ODS da Agenda 2030 da ONU, criamos, em 2020, o Instituto **Juntos Somos Mais Solidários (JSMS)**, uma rede de participação voluntária e sem fins lucrativos.

Com intensa participação da alta liderança e grande engajamento de associados, fornecedores, e parceiros do Universo Americanas nas ações realizadas – sejam eles pessoas físicas ou empresas que tenham interesse em contribuir –, o Instituto investiu mais de

R\$ 74 milhões em doações, visando colaborar e desenvolver uma sociedade cada vez mais sustentável e equilibrada.

Durante o ano, nossos associados participaram de forma voluntária das ações. Como resultado, o Instituto teve o cuidado de atuar de forma personalizada para atender às necessidades específicas de cada região do país e, com isso, potencializar o impacto das doações realizadas no combate à pandemia.



## Investimento social privado

GRI 203-1 | 413-1



### Doações

Temos consciência do nosso impacto na sociedade e atuamos incansavelmente com doações para diversas instituições parceiras. Em 2020, investimos R\$ 74.326.160,48 em iniciativas descritas a seguir:

Para promover uma Páscoa especial para crianças de ONGs parceiras, realizamos a doação de três milhões de ovos de Páscoa, beneficiando mais de 190 mil crianças em mais de 1.400 instituições, comunidades e hospitais em 540 cidades do país; e 12 mil caixas de bombom para a Visão Mundial, no Espírito Santo (ES).

Durante o inverno, arrecadamos mais de R\$ 13.000 reais entre os associados para a realização de uma Campanha do Agasalho, beneficiando mais de 450 pessoas; e impactamos

mais 1.900 pessoas com cobertores doados na Campanha Inverno Solidário.

No mês de agosto, apoiamos a comemoração do Dia do Sonho, realizada pela ONG Sonhar Acordado. Para a realização da “Festa na caixa”, enviamos 2.400 unidades de guloseimas e atividades para a casa das crianças atendidas pelo projeto para que elas pudessem aproveitar a *live* produzida pela ONG. Os associados também foram convidados a contribuir com doações para a ONG por meio do *app* da Ame.

No Dia das Crianças, realizamos a doação de 460 brinquedos para o projeto Livro nas Praças, ajudando a tornar a data ainda mais especial para as crianças atendidas pela iniciativa.





## ATUAÇÃO NO COMBATE À PANDEMIA

### Fábrica de vacinas

Por meio da parceria com outras empresas privadas, investimos na adequação da estrutura de uma fábrica de vacinas da Covid-19 na Bio-Manguinhos, doada à Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz) no Rio de Janeiro (RJ). Também investimos na aquisição de equipamentos e demais infraestrutura.

#### AÇÕES EM 2021

Doamos **R\$ 5 milhões** para a construção da fábrica de vacina do Instituto Butantan, em São Paulo, que terá capacidade de produzir até **100 milhões de doses** por ano, não só da vacina contra a Covid-19, mas também de outros imunizantes fabricados pelo Instituto.

As obras, iniciadas em novembro de 2020, têm previsão de **entrega no 2º semestre de 2021**.

### Hospital de Campanha

Construção do Hospital de Campanha Lagoa-Barra para atender pacientes do Sistema Único de Saúde (SUS) no Rio de Janeiro. Ao todo, as empresas parceiras investiram R\$ 45 milhões em 200 leitos – 100 de UTI – além da geração de mais de mil empregos diretos e indiretos.



### Pacote do Bem

Por meio da campanha Pacote do Bem, da União BR, realizamos doações para os seguintes estados: duas toneladas de álcool em gel para o Pará; uma tonelada de álcool em gel e 30 mil máscaras cirúrgicas para o Amazonas; 40 mil máscaras N95 para Pernambuco; e 40 mil máscaras N95 para Alagoas.



Realizamos a doação de R\$ 64 mil em exames para detecção do vírus da Covid-19 e R\$ 100 mil em insumos e logística para a Associação de Moradores da Resex do Rio Iriri (AMORERI).

### SOS Acre

Realizamos a campanha SOS Acre em que doamos R\$ 200 mil ao Estado do Acre junto ao Ministério Público.

**Incentivamos as doações para as campanhas do SOS Acre e Respira Xingu por meio do superapp Ame, em que cada real doado pelos clientes teve o seu valor dobrado pelo Universo Americanas.**

### Equipamentos de Proteção Individual (EPIs)

Investimento de R\$ 5,7 milhões para o transporte de EPIs para o Governo Federal em dois voos vindos da China.

#### Logística

Deixamos à disposição R\$ 20 milhões em serviços logísticos para ajudar o Governo de São Paulo na distribuição dos suprimentos: máscaras, termômetros e fraldas geriátricas para hospitais públicos e comunidades em situação de vulnerabilidade social.



### Ajuda Manaus

Auxiliamos o transporte aéreo e terrestre de 63 concentradores de oxigênio, uma miniusina, e 590 cilindros de oxigênio para a cidade de Manaus (AM) em parceria com a Fundação Amazônia Sustentável (FAS) e a Rede Brasil. Além disso, distribuimos mais de 36 mil máscaras de TNT triplo, álcool em gel, EPIs e BPAPS.

Em conjunto com uma coalizão de empresas, doamos mais seis usinas de oxigênio por meio da iniciativa Juntos pelo Amazonas, que busca arrecadar fundos para a luta contra a pandemia na cidade.



### Doações de itens essenciais para ONGs

Durante a pandemia, intensificamos as nossas doações para ONGs por meio de parceiros comprometidos. Para a Ação Cidadania, disponibilizamos 50 mil cestas básicas. Realizamos também a doação de um milhão de unidades de água da nossa marca própria Leven para as ONGs Ação Cidadania, Visão Mundial e Unicef.

Contribuímos com 1.800 pacotes de fraldas no Rio de Janeiro para o Unicef e Retiro dos Artistas, e realizamos a doação de 35 mil roupas de bebê para a União dos Moradores do Comércio de Paraisópolis. Desta forma, garantimos a ajuda para as populações mais distantes e necessitadas, garantindo a rastreabilidade do investimento.



**CONSELHO CONSULTIVO  
EMPRESARIAL DO UNICEF**

Em 2020, passamos a integrar o conselho formado por lideranças brasileiras com objetivo de buscar recomendações independentes para ajudar o Fundo das Nações Unidas para a Infância (Unicef) a construir um futuro melhor para as crianças e adolescentes.

## Projetos apoiados

GRI 203-2 | 413-1

Temos o compromisso com a geração de valor do negócio baseado na realização de ações de forma colaborativa. Por isso, como parte da cultura interna, nossos associados estão constantemente engajados nas causas de desenvolvimento sustentável.

Em 2020, aumentamos nosso investimento em projetos sociais, doações e patrocínios culturais que visam desenvolver a sociedade em diversas regiões do país, equilibrando os pilares ESG e reafirmando o nosso compromisso com a Agenda 2030 da ONU. Conheça detalhes a seguir:

### Livro nas Praças



Com o objetivo de tornar a literatura cada vez mais acessível, o projeto realiza empréstimos gratuitos de livros para moradores do Rio de Janeiro e São Paulo.



Em 2020, a iniciativa disponibilizou e-books e *audiobooks* nas redes sociais, e implementou o *Delivery* de Livros, um novo modelo de empréstimo que levou 1.567 exemplares até a casa dos leitores.

Também realizamos atividades presenciais, durante 15 semanas de itinerância, totalizando 3.636 visitantes, e participamos da Feira Literária de Tiradentes (FLITI), realizando 203 empréstimos gratuitamente.

### Gastromotiva



Em nome do Shoptime, fomentamos uma parceria com a ONG Gastromotiva para minimizar os impactos da pandemia da Covid-19, além de promover a inclusão de pessoas em situação de vulnerabilidade socioeconômica por meio da gastronomia social. Doamos 977 itens de casa e cozinha para o projeto e patrocinamos a realização de uma Cozinha Solidária, proporcionando 1.250 refeições para cerca de 100 famílias e dependentes químicos de comunidades do Rio de Janeiro.

### Parceria com a ONG Humaniti



A parceria da B2W Digital com a ONG HumanITI e o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), promoveu a cultura digital em 56 escolas municipais de Osasco (SP) por meio do Programa de Inovação Educação Conectada, lançado pelo MEC em 2020.



Com o projeto, a B2W Digital que, desde 2014, mantém o investimento em iniciativas de inclusão tecnológica, possibilita oportunidade e autonomia aos alunos e profissionais de educação da rede pública de ensino do país.

Ao todo, 37,7 mil alunos do ensino fundamental e 1,7 mil profissionais da educação foram impactados no processo de ensino a distância.

### Projeto Grael



Parceria da Americanas – plataforma digital – com o Instituto Rumo Náutico desde 2016, o projeto objetiva a democratização do acesso às práticas esportivas, como a vela, para jovens em situação de vulnerabilidade social.



### Circuito Todo Mundo Vai Virtual



Em 2020, o projeto se transformou em Circuito Todo Mundo Vai Virtual para incentivar os atletas na criação de novos hábitos e manutenção do condicionamento físico, mesmo no contexto atual de pandemia.

Os participantes se inscreveram em uma plataforma e realizaram os trajetos com o uso de um aplicativo ou relógio GPS para a geração de comprovante. Ao todo, 441 pessoas participaram do desafio.

Para aumentar o impacto da iniciativa e continuar beneficiando instituições que trabalham junto às pessoas com deficiência, em 2020, destinamos parte do valor das inscrições para a Associação de Assistência à Criança Deficiente (AACD).

### Clube de Leitura Digital



Em 2020, a Americanas – plataforma física – patrocinou o Clube de Leitura Digital, uma iniciativa do Observatório do Livro que tem o objetivo proporcionar maior bem-estar físico e emocional à população idosa para um envelhecimento ativo e com qualidade de vida.

Para discutir as obras, são realizados encontros semanais online, no qual os participantes leem os e-books e conversam sobre a leitura em chamadas de vídeo.

**Em 2020, foram estabelecidos 102 clubes de leitura digital em 26 cidades de São Paulo, e 950 pessoas entre 60 e 100 anos leram ao menos um livro por mês.**

### Museu do Amanhã



Patrocinado pela Americanas, o Museu do Amanhã busca promover inovação, divulgando os avanços da ciência e publicando os sinais vitais do planeta, com o objetivo de ampliar o conhecimento do público e transformar o modo de pensar e agir.

Em parceria com o Laboratório de Atividades do Amanhã (LAA), desenvolvemos um projeto exclusivo de inovação. Além disso, são ofertadas visitas mediadas aos alunos das escolas de rede pública de ensino, também adaptadas para o ambiente virtual, em decorrência da pandemia. Durante o último ano, foram recebidos o total de 224.081 visitantes.

## Desenvolvimento social de comunidades e de pequenos negócios

GRI 102-9 | 202-2 | 204-1 | 413-1

### Impacto nas comunidades



Geramos impacto positivo em todas as comunidades em que atuamos ao oferecer preços justos e acessíveis, além de possibilitar a capacitação de profissionais e gerar o desenvolvimento da economia local por meio das nossas lojas físicas, sendo 65% delas situadas em cidades do interior.



**Na Americanas – plataforma física – fomentamos o desenvolvimento do país com 100% da diretoria brasileira e 99% gastos de compras com fornecedores locais.**

Em 2020, a expansão dos *Fulfillment Centers* do Universo Americanas representou um impacto positivo na geração de empregos diretos em sete localidades no Brasil.

Também impactamos positivamente o desenvolvimento de pequenos negócios por meio do nosso *marketplace*. Com isso, possibilitamos aos pequenos empreendedores – que representam 40% do total de *sellers* – um tráfego de clientes altamente qualificado para alavancar suas vendas, além de

um time comercial experiente, a conveniência da B2W Entrega, que faz o controle e operação das entregas, e todos os demais serviços do B2W Marketplace.

### Crédito Seller

Oferecemos outras facilidades para os nossos mais de 87,3 mil *sellers* por meio do Crédito Seller, uma nova fonte de financiamento mais vantajosa que as opções tradicionais do mercado.

Desta forma, alavancamos o crescimento de seus negócios ao disponibilizar empréstimos rápidos e 100% online, com opção de pagamento em até 24 vezes com carência de até 75 dias, ou pagamento integral (parcela única).

O **Crédito Seller** também pode ser usado como meio de pagamento na contratação de nossos serviços de publicidade na plataforma B2WAds, e no Americanas Empresas, nossa plataforma de relacionamento B2B. Dessa forma, os *sellers* podem realizar maior investimento em mídia, e melhores negociações de compras para reposição de estoques, respectivamente.

Durante 2020, lançamos três produtos:

- No início do ano, lançamos o **Crédito Flex**, possibilitando ao *seller* definir um percentual fixo a ser direcionado de suas vendas futuras com total flexibilidade e adaptação;

- Em agosto, lançamos o **Crédito Flex Mais**, ampliando a contratação do serviço para vendas online e offline realizadas fora da plataforma B2W Marketplace, com o repasse realizado por meio das maquininhas de cartão de crédito e débito;

- No final do ano, disponibilizamos o **Crédito Parcelado Quinzenal**. A modalidade, igual ao Crédito Flex, possui amortizações quinzenais.

Com esses recursos, os *sellers* são capazes de ampliar as vendas em nosso *marketplace* e fomentar a economia local.

### CRÉDITO SELLER NA PANDEMIA

Para diminuir os impactos da pandemia da Covid-19, ampliamos a base de *sellers* elegíveis ao crédito, e possibilitamos a renegociação de contratos, oferecendo maiores prazos, redução do valor da parcela e tratando, caso a caso, as melhores condições de financiamento.

Em parceria com a *fintech* Money Plus, também disponibilizamos aos pequenos lojistas recursos do Programa Emergencial de Acesso a Crédito (Peac), lançado pelo BNDES.

## UNIVERSIDADE B2W MARKETPLACE



A Universidade B2W Marketplace é nossa plataforma para capacitação de lojistas do *marketplace*. Com mais de 300 cursos em diferentes formatos, os materiais permitem que diferentes perfis aproveitem os benefícios de vender em três dos maiores *e-commerces* brasileiros.

Mais de oito mil *sellers* nacionais e internacionais – aproximadamente 29% microempreendedores individuais (MEI) – foram capacitados, em 2020. Esse valor representa um crescimento de 34% no número de *sellers* treinados. Do total, mais de 1.200 foram capacitados especificamente para vender durante a Black Friday, totalizando 23 horas de conteúdo.

### FORMATOS DE CURSOS

- **Videoaulas** divididas em módulos para impulsionar o potencial de venda;
- **Bate papo da UNI** oferece treinamentos em áudio, para ensinar de forma prática e rápida;
- **Hora com Especialista** garante o compartilhamento de dicas de experts no varejo, além da solução de dúvidas em conversas ao vivo com os alunos.

### PARCERIAS

Também desenvolvemos treinamentos com diversos parceiros, como Sebrae, Mondial de La Bierre, Tiny, Nodis, Ideris, SGPWeb entre outros.

### COMUNICAÇÃO

O Telegram é nosso novo canal de comunicação lançado no final do ano. São três formatos de conteúdos diários (áudio, vídeo e texto) sobre vendas online.



### Fundação Amazônia Sustentável (FAS)

Em parceria com a FAS, fomentamos o desenvolvimento de pequenas comunidades ribeirinhas e indígenas na Amazônia em quatro frentes:



#### Educação Ambiental e Gestão de Resíduos:

atuamos para reduzir o descarte de resíduos no meio ambiente por meio da Educação Ambiental para os moradores das 11 Comunidades Indígenas e Ribeirinhas da região do baixo Rio Negro. Mais de duas toneladas de resíduos sólidos já foram coletadas, sendo 900kg só no último ano;



#### Inclusão Digital e Capacitação Tecnológica:

O projeto Conectividade Digital leva internet para comunidades Ribeirinhas e Indígenas no interior do Amazonas. Beneficiando mais de 1.470 pessoas em oito dos nove núcleos da fundação espalhados pelo estado, o projeto também possibilitou o uso da telemedicina no período de pandemia;



#### Fomento ao Empreendedorismo:

Além dos cursos voltados para o empreendedorismo local, este ano, demos início ao curso de empoderamento feminino, destinado a mulheres moradoras da Reserva de Desenvolvimento Sustentável do Rio Negro matriculadas em um dos 15 cursos da parceria, incluindo as

artesãs que fazem parte do Jirau da Amazônia. Nas discussões, foram abordados temas como: visões rígidas e tradicionais do papel do homem e da mulher na sociedade, e saúde e sexualidade das mulheres. Ao todo, mais de 115 pessoas foram capacitadas;



#### Melhoria da Alfabetização:

Em parceria com a FAS e as secretarias municipais de Educação, promovemos a alfabetização de moradores das comunidades locais por meio da formação continuada de mais de 50 professores do ensino fundamental e gestores escolares. Também realizamos diagnósticos com mais de 610 alunos com idade entre quatro e 12 anos para uma constante melhoria na aprendizagem, o que resultou no Plano de Intervenção Interdisciplinar, um instrumento utilizado pelos professores contemplando alunos, pais e as comunidades.



Em 2020, sob a coordenação da FAS, iniciamos a parceria com a Aliança dos Povos Indígenas e Populações Tradicionais e Organizações Parceiras do Amazonas para evitar o avanço da pandemia da Covid-19 no estado do Amazonas.

Beneficiamos mais de 1.450 pessoas em oito dos nove centros da Fundação, com a distribuição de 300 mil máscaras e 14 toneladas de álcool gel para ajudar na limpeza e prevenção de 19 mil famílias das populações tradicionais.

## americanas · social

GRI 203-2 | 413-1



Por meio da **Americanas Social**, fornecemos assistência especializada para as instituições parceiras com especialistas acompanhando de perto o desenvolvimento desses lojistas, prestando apoio comercial e operacional necessário no dia a dia; além de desenvolver campanhas para gerar visibilidade e aumentar as vendas dos produtos participantes e sustentáveis na plataforma digital da Americanas, com 100% do lucro revertido.

O projeto, iniciado ano passado com o Jirau da Amazonia, aumentou o número de parceiros, em 2020, com a participação das ONGs Orientavida, Costurando Sonhos, Ampara Animal e Vocação.

Em 2021, a expectativa é aumentar o portfólio de produtos para expandir a plataforma. Conheça, a seguir:

### Jirau da Amazônia

Em parceria com a FAS, disponibilizamos a plataforma de *e-commerce* da Americanas para que artesãos e empreendedores de populações tradicionais e indígenas possam comercializar seus produtos para todo o Brasil com 100% da venda revertida para o Jirau.

JIRAU  
DA AMAZÔNIA



Para celebrar o Dia do Índio, em abril, todos os produtos Jirau da Amazônia tiveram 50% de *cashback* pagando com Ame. Como resultado, dobramos as vendas relação ao mês de março, contribuindo para geração de renda nas comunidades.

Em dezembro fizemos a 1ª *live commerce* de projetos sociais com frete grátis e sucesso de vendas. Como resultado, dobramos as vendas em relação aos meses anteriores.

### Costurando Sonhos

O projeto capacita mulheres em situação de vulnerabilidade social e violência doméstica. 180 profissionais de comunidades passaram a vender seus produtos na Americanas – plataforma digital – com 100% do lucro destinado ao projeto.

### Orientavida

Este ano, passamos a vender peças de decoração e vestuário artesanais, fabricadas por mulheres da região do Vale do Paraíba, em São Paulo.

### Vocação

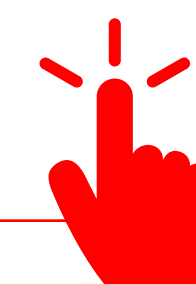
Organização que busca despertar e fortalecer vocações em crianças, adolescentes e jovens por meio de práticas de aprendizagem e cidadania, formação profissional e inserção no Mundo do Trabalho.

### AMPARA Animal

A AMPARA Animal ajuda cerca de 450 abrigos e protetores independentes com diversas ações como doação de ração, medicamentos e vacinas, que beneficiam mais de 100 mil animais por ano, além de criar iniciativas de conscientização sobre o cenário de abandono de animais.

**Saiba mais e conheça os produtos em:**

[www.americanas.com.br/hotsite/americanas-social](http://www.americanas.com.br/hotsite/americanas-social)





# Fornecedores Responsáveis

GRI 103-1 | 103-2 | 103-3

## Conformidade na Cadeia de Fornecedores

GRI 102-9 | 102-10 | 102-15 | 204-1 | 308-1 | 308-2 | 408-1 | 409-1 | 412-1 | 414-1 | 414-2

Contamos com mais de dois mil fornecedores nacionais e internacionais para possibilitar o constante crescimento do Universo Americanas com um sortimento único e diversificado. Em 2020, R\$ 7.093,8 milhões foram pagos aos nossos fornecedores nacionais.

Difundimos nossos princípios éticos também para nossas cadeia e garantimos a proteção dos direitos humanos com cláusulas presentes em 100% dos contratos, que garantem o combate ao trabalho forçado e do trabalho infantil, bem como os demais princípios de Dignidade Humana na cadeia produtiva.

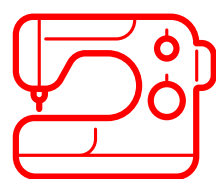
- **100% dos fornecedores são selecionados com base em rigorosos padrões de qualidade e rotulagem, de acordo com o Código de Ética e Conduta;**
- **100% dos fornecedores são selecionados com base em princípios de direitos humanos, incluindo temas sobre trabalho infantil e trabalho forçado ou análogo ao escravo;**
- **100% dos fornecedores nacionais críticos (têxteis e marcas próprias) são selecionados com base em critérios ambientais;**
- **100% dos fornecedores são selecionados com base nos princípios éticos, como anticorrupção e práticas anticompetitivas;**
- **100% dos fornecedores estão de acordo com nossa Política de Fornecedores.**

Em 2020, 25% do total de produtos e serviços adquiridos de fornecedores nas marcas próprias foram nacionais e 75% importados. Em 2020, devido à pandemia da Covid-19, realizamos auditorias dos fornecedores *in loco* e remotas. Posteriormente, classificamos e monitoramos de acordo com os possíveis riscos ambientais, sociais e reputacionais para o negócio.

Antes da assinatura dos contratos, também realizamos análise documental, quando são avaliadas questões relacionadas a regularidade do CNPJ, tributação, alvará, débitos tributários e trabalhistas, além de ações cíveis e criminais da empresa e seus sócios em âmbito estadual e federal.

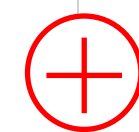
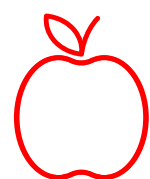
No caso do descumprimento dos critérios contratuais, como a legislação vigente, as condições de trabalho e direitos humanos, a responsabilidade social e a qualidade do produto final, somos enfáticos na aplicação de multas e no descredenciamento imediato do fornecedor.

## 52 Fornecedores Têxteis

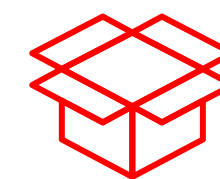


**Certificação ABVTEX  
(Associação Brasileira  
de Varejo Têxtil)**

## 19 Fornecedores de Produtos Alimentícios



## 19 Fornecedores de Produtos Não Alimentícios



- Consolidação das Leis do Trabalho (CLT);
- Convenção da Organização Internacional do Trabalho;
- Lei da Aprendizagem;
- Política Nacional de Resíduos Sólidos;
- Resoluções Conselho Nacional de Meio Ambiente (Conama) 357 e 430 sobre água e efluentes;
- Normas Regulamentadoras (NRs) 04, 05, 06, 07, 09, 10, 17, 23 e 24.

+ISO 22000

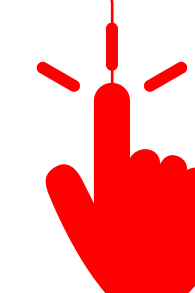
+IFS *Global Markets Food*  
(segurança alimentar)

+ISO 9001:2015  
(gestão da qualidade)

**Como reflexo do compromisso que assumimos em parceria com a cadeia de suprimentos, não tivemos casos de desconformidade na cadeia em 2020.**

**Saiba mais sobre a nossa Política de Fornecedores em:**

[api.mziq.com/mzfilemanager/v2/d/347dba24-05d2-479e-a775-2ea8677c50f2/64eb406c-f3d5-4de3-555a-52a29d7b0f5c?origin=1](https://api.mziq.com/mzfilemanager/v2/d/347dba24-05d2-479e-a775-2ea8677c50f2/64eb406c-f3d5-4de3-555a-52a29d7b0f5c?origin=1)



## Avaliação de fornecedores

Em 2020, avaliamos os riscos para a sustentabilidade na cadeia, incluindo Qualidade, Saúde e Segurança, Meio Ambiente e Responsabilidade Social. Nesse sentido, identificamos 90 fornecedores críticos **têxteis** e de **Marcas Próprias** em todo o Universo Americanas, sendo 83 da Americanas – plataforma física – e dez da B2W Digital. Destes, três atendem ambas as empresas.

Todos os nossos fornecedores críticos foram avaliados em relação aos riscos para o Sustentabilidade, incluindo Meio Ambiente e Direitos Humanos. Destes:

- 100% dos fornecedores têxteis foram avaliados pela ABVTEX. Destes, 50% receberam a certificação, que garante a adesão a boas práticas éticas e de responsabilidade socioambiental, com foco nas boas práticas trabalhistas;
- 38 fornecedores de alimentos e não alimentos foram avaliados pela DNV GL, sendo 20 auditados *in loco* e 18 auditados de forma remota por medidas de segurança devido à pandemia da Covid-19. Destes, 18,42% foram aprovados.

Também foram identificados fornecedores críticos de vestuário e cama, mesa e banho sob riscos de trabalho infantil e de trabalho escravo. Como forma de incorporar os critérios ESG na cadeia de fornecedores, além de mitigar

possíveis riscos, realizamos análise de contratos – destes, 100% possuem cláusulas sobre condução ética, normas e exigências legais relacionadas ao meio ambiente, direitos humanos, discriminação e leis anticorrupção – para garantir o cumprimento da Política de Fornecedores.

Além disso, exigimos o selo ABVTEX para os fornecedores críticos. Após a auditoria, o fornecedor deve apresentar um plano de ação de melhoria em 60 dias.

### TRÊS KPIS PARA 2021

1. 100% dos fornecedores de Vestuário estão vinculados ao programa ABVTEX.
2. Realizar a revisão do checklist de auditoria para 100% dos fornecedores não-têxteis.
3. 100% dos fornecedores em acordo com o Código de Ética e Conduta da Companhia.

# Condução Ética

GRI 102-17 | 103-1 | 103-2 | 103-3 | 412-1 | 412-3

## NOSSOS ESFORÇOS PARA OS DIREITOS HUMANOS EM 2020:

Monitoramos 100% das operações – fixas e novos negócios – para potenciais impactos, e não identificamos grupos vulneráveis ou riscos significativos na análise de riscos sobre o tema. Por isso, não foram necessários planos de mitigação no ano;

100% dos nossos contratos de investimentos para o fornecimento de mercadorias incluíram cláusulas de direitos humanos.

Atuamos de acordo com nossos princípios de respeito às diferenças individuais e promoção de um negócio cada vez mais responsável e gerador de valor, além de garantir o alinhamento de todos os associados com relação às condutas esperadas.

Fomentamos essa cultura por meio de ações baseadas nos princípios éticos e comportamentais, e contamos com uma série de políticas orientadoras das condutas esperadas nos relacionamentos com nossos públicos e com o meio ambiente.

Periodicamente, realizamos análises de riscos para os direitos humanos ao longo de toda a cadeia de valor. As fragilidades são reportadas e encaminhadas para área independente para avaliação e tratativa.

Além das políticas, o Universo Americanas também endossa compromissos relevantes que corroboram com um negócio ético, gerador de valor e responsável. Saiba mais no capítulo Oferta Sustentável e de Qualidade, na página 83.

## Código de Ética e Conduta

GRI 102-16 | 205-1

É a diretriz que orienta os valores, princípios e comportamentos que devem guiar nossos associados.

Em 2020, avaliamos 100% das operações de novos negócios em relação a potenciais riscos de corrupção. Orientamos constantemente os times sobre o tema e, como resultado, não tivemos casos de corrupção envolvendo o Universo Americanas.

Em relação aos casos em desacordo com o nosso Código de Conduta, registramos 750 casos, de natureza comportamental ou operacional, que foram 100% tratados internamente.

### Acesse o Código completo em nosso site:

[mz-prod-cvm.s3.amazonaws.com/8087/IPE/2018/43a3afb-b-c4c9-4e68-81e3-e783a7565b84/20200810212906903654\\_648283\\_Codigo\\_de\\_Etica\\_e\\_Conduta.pdf](https://mz-prod-cvm.s3.amazonaws.com/8087/IPE/2018/43a3afb-b-c4c9-4e68-81e3-e783a7565b84/20200810212906903654_648283_Codigo_de_Etica_e_Conduta.pdf)



## Ética na Prática

GRI 102-16 | 102-27 | 205-2 | 205-3 | 206-1

Acreditamos que o segredo do nosso sucesso é ter um time engajado e comprometido com nossa cultura ética. Por isso, todos os associados recebem treinamentos sobre o Código de Ética e Conduta desde seu ingresso e são constantemente atualizados por meio do nosso programa **Ética na Prática**, que compartilha informações na plataforma de comunicação entre todos os associados.

**Em 2020, 100% dos associados e membros do Conselho de Administração e Diretoria foram comunicados sobre o tema por meio de reuniões e cartazes nas lojas, Fulfillment Centers e escritórios. Via Workplace, aproximadamente cinco mil associados receberam comunicação de assuntos de ética e anticorrupção, incluindo 100% das lideranças da Cia que se responsabilizam pelo desdobramento aos cargos operacionais que não têm acesso à ferramenta.**

Também realizamos treinamentos sobre ética para 100% dos Conselheiros e membros dos Comitês, além dos novos associados e todos os participantes da UnA, totalizando 4.863 pessoas.

Dos associados treinados pela UnA, destacamos os tópicos que vão além do âmbito da cultura empresarial. São aborda-

dos aspectos de *compliance*, integridade, sustentabilidade e direitos humanos, como acesso a atividades de educação e desenvolvimento, segurança e saúde, valorização da diversidade e **responsabilidade socioambiental**.

### Treinamento Ética UnA

	Total de inscritos	Concludentes	Em andamento
Novos associados <sup>1</sup>	1.729	1.047	682
Total de associados	3.116	1.495	1.621

<sup>1</sup> Associados com data de admissão posterior à inauguração do curso na UnA, em 02/09/2020.

### Compliance e Riscos Corporativos

Para estabelecer regras para mitigação dos riscos de corrupção e promover monitoramento contínuo, contamos com uma área de Riscos Corporativos dentro da estrutura de Auditoria e Riscos.

Essa área segue uma metodologia estruturada de mapeamento de riscos, onde os responsáveis são acionados pe-

riodicamente para relato dos processos sob sua responsabilidade, possibilitando, assim, melhorias contínuas na nossa gestão de riscos.

Também realizamos auditoria interna e externa dos nossos principais processos e implementamos um Comitê de Auditoria para todo o Universo Americanas.

Em 2020, não houve qualquer multa ou ação judicial por **concorrência desleal** e nenhum **caso de corrupção registrado**.

Também como reflexo de nossa atuação íntegra e transparente, nos últimos quatro anos, não realizamos contribuições financeiras para qualquer campanhas políticas; *lobby*, representações de interesse ou semelhantes; associações comerciais ou grupos isentos de impostos; e outras contribuições, como gastos relacionados a medidas eleitorais ou referendos.

## Outras políticas e orientadores

GRI 102-15 | 102-25 | 205-2

### Política de gestão de riscos

Possuímos uma robusta Política de Gestão de Riscos que tem o objetivo de estabelecer princípios, diretrizes e responsabilidades a serem observados internamente, além de identificar as oportunidades do negócio, incluindo assuntos como: corrupção, meio ambiente e social.

Tanto a Americanas e a suas controladas, quanto todos os associados, gerentes, diretores estatutários e não estatutários, membros do CA, membros de Comitês, membros do Conselho Fiscal, quando instalado, representantes e terceiros, direta ou indiretamente relacionados com a Companhia e suas controladas devem seguir as diretrizes da Política.

No total, contamos com 14 políticas e regimentos que promovem o combate à corrupção – disponível [aqui](#) –, a transparência e a equidade no acesso a informações, a ética nas doações e patrocínios – disponível [aqui](#) –, a mitigação de conflitos de interesse, a independência dos auditores, dentre outros temas.

## CONTEÚDO INSTITUCIONAL

## Canais de diálogo

GRI 102-17

Comprometidos com a transparência do negócio, oferecemos um Canal de Denúncias independente, o Disk Alerta, gerenciado por empresa terceira especializada.

Disponível 24 horas por dia, sete dias por semana, online ou por telefone, o contato serve para que qualquer associado ou cidadão que se relacione conosco possa denunciar casos que contrariem princípios éticos do Universo Americanas.

Incentivamos o uso do Canal por meio de cartazes em lojas, *Fulfillment Centers* e escritórios, assim como publicações na ferramenta de comunicação corporativa, o *Workplace*. Para garantir o sigilo e a preservação das partes envolvidas, além de evitar possíveis retaliações, não exigimos qualquer identificação no momento da denúncia.

Os casos denunciados são 100% apurados e têm as conclusões e tratativas definidas por uma área de Investigações imparcial e independente. A comunicação entre o denunciante anônimo e o investigador acontece por meio do número de protocolo no site relacionado ao relato.

### CONTATOS DO DISK ALERTA

#### Site

[canaldedenuncias.com.br/lasaeb2w](https://canaldedenuncias.com.br/lasaeb2w)

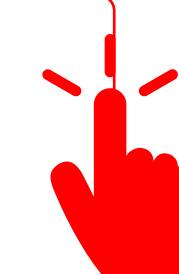


#### Telefone

0800 282 2550

### Saiba mais sobre as nossas políticas e regimentos em:

[ri.americanas.com/governanca-corporativa/estatuto-codigos-e-politicas/](https://ri.americanas.com/governanca-corporativa/estatuto-codigos-e-politicas/)



## + Excelência

# Fomento à Inovação

GRI 103-1 | 103-2 | 103-3



INOVAÇÃO  
& FUTURO

Responsável por fomentar a inovação do Universo Americanas de forma disruptiva e independente, o **Inovação & Futuro – IF**, potencializa a nossa capacidade de capturar oportunidades ao integrar o mundo físico e digital.

A atuação é pautada pelo investimento em *startups* (*venture capital*), exploração de novas oportunidades, incluindo operações de M&A, além de integrar a estratégia de O2O (*online to offline*) do grupo.

A Ame Digital, *fintech* e plataforma *mobile* de negócios da B2W é a primeira iniciativa da IF de sucesso, como descrito a seguir:





A Ame nasceu em 2018 como a conta digital do Universo Americanas, uma forma inteligente de dar descontos e *cashback*.

Em 2020, registramos três vezes mais *Spending* dos clientes Ame em comparação com os demais clientes<sup>1</sup>. Esse crescimento rápido se deu por alguns diferenciais competitivos:

## 2018

### CREDIBILIDADE

das marcas mais queridas do Brasil.

**Já nascemos PIX *native*.**

AMERICANAS

shoptime

americanas

Submarino

Sou Barato

**+ 46 MM**  
de clientes

ativos de base total de  
+80 MM de brasileiros.

**+ 4,6 bi**  
de visitas

ao ano em lojas e sites.

<sup>1</sup> Dados de novembro de 2020. Fonte: Investor Day:

[api.mziq.com/mzfilemanager/v2/d/941b74a9-5cce-4537-ba90-97973226b-3f3/9f41fb05-d6ac-6d89-0150-5c41141a1e01?origin=1](https://api.mziq.com/mzfilemanager/v2/d/941b74a9-5cce-4537-ba90-97973226b-3f3/9f41fb05-d6ac-6d89-0150-5c41141a1e01?origin=1)

### TIME DIGITAL

altamente qualificado com histórico de sucesso:

- **703** Amers;
- **48** Ame Talks Streaming;
- **+30** Squads;
- **23** Meetups virtuais de tecnologia e dados;
- **10** participantes de Summer Jobs.

### VISÃO DE FUTURO

**70 funcionalidades**

- Meio de pagamento;
- *Loyalty*;
- *Marketplace* Produtos e serviços;
- *Banking*.

### TECNOLOGIA

proprietária *Open APIs* e plataforma de *Mini Apps*.

### RÁPIDA TRANSFORMAÇÃO E CRESCIMENTO

Transformação em um ecossistema completo:

ame

O Super App.

ame PLUS

O Super App para quem quer vender.

ame GO

Tecnologia *computer vision*, *machine learning* e IA para lojas autônomas.

ame PRO

Sistema operacional de varejo para gerir seu negócio.

ame SCAN&GO

Tecnologia *shopping on the go*.

ame FLASH

Plataforma para sua entrega até 60 min.



# 2020

## RESULTADOS

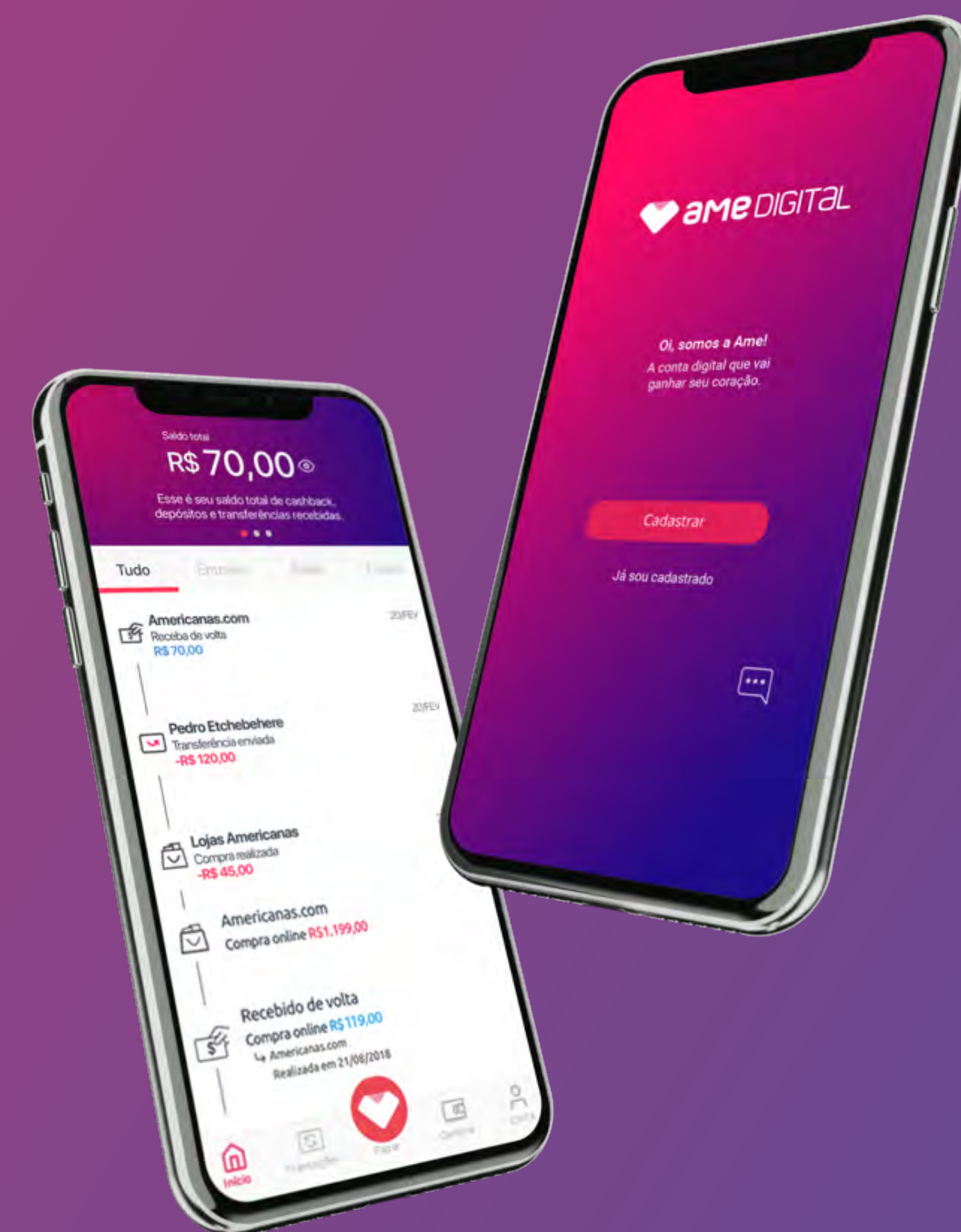
- **17 milhões de downloads e três milhões de estabelecimentos conectados;**
- *Cashback* traz 11x mais vendas para o Universo Americanas e 68% dos clientes novos *Off-us* (comprando fora das nossas empresas) passaram a comprar no *On-us* (dentro das nossas empresas);
- 3x mais frequência de compra de 90 dias;
- Incorporação da função “Doações” em *lives* de maneira pioneira;
- Ótimos resultados na Black Friday pagando com Ame;
- Lançamento do cartão pré-pago Ame como mais uma forma de usar o saldo da plataforma.

**Adquirimos a Bit Capital, uma plataforma Core Banking, baseada em blockchain, e a Parati (Bank as a Service & RegTech), que atua integrando fintechs ao sistema bancário.**

## RELEVÂNCIA SOCIAL

Em 2020, de forma rápida e assertiva, a plataforma se transformou em uma facilitadora para a realização de doações emergenciais para o combate à pandemia com foco nas comunidades vulneráveis.

Ao todo, mais de 100 ONGs atuantes em 11 causas diferentes se cadastraram no *app* Ame.



# LET'S

Plataforma de gestão compartilhada dos ativos de **logística e distribuição** do Universo Americanas, a LET'S integra nossas plataformas física e digital com um modelo flexível, atuando desde o recebimento do pedido até a entrega final para garantir a melhor experiência de compra para o cliente.

Importante ferramenta para possibilitar a nossa estratégia de O2O (conexão entre o online e o offline) em que o cliente escolhe onde e como quer comprar e receber seus pedidos, a LET'S segue em constante expansão.

**+200**

hubs para auxiliar na distribuição

**11%**

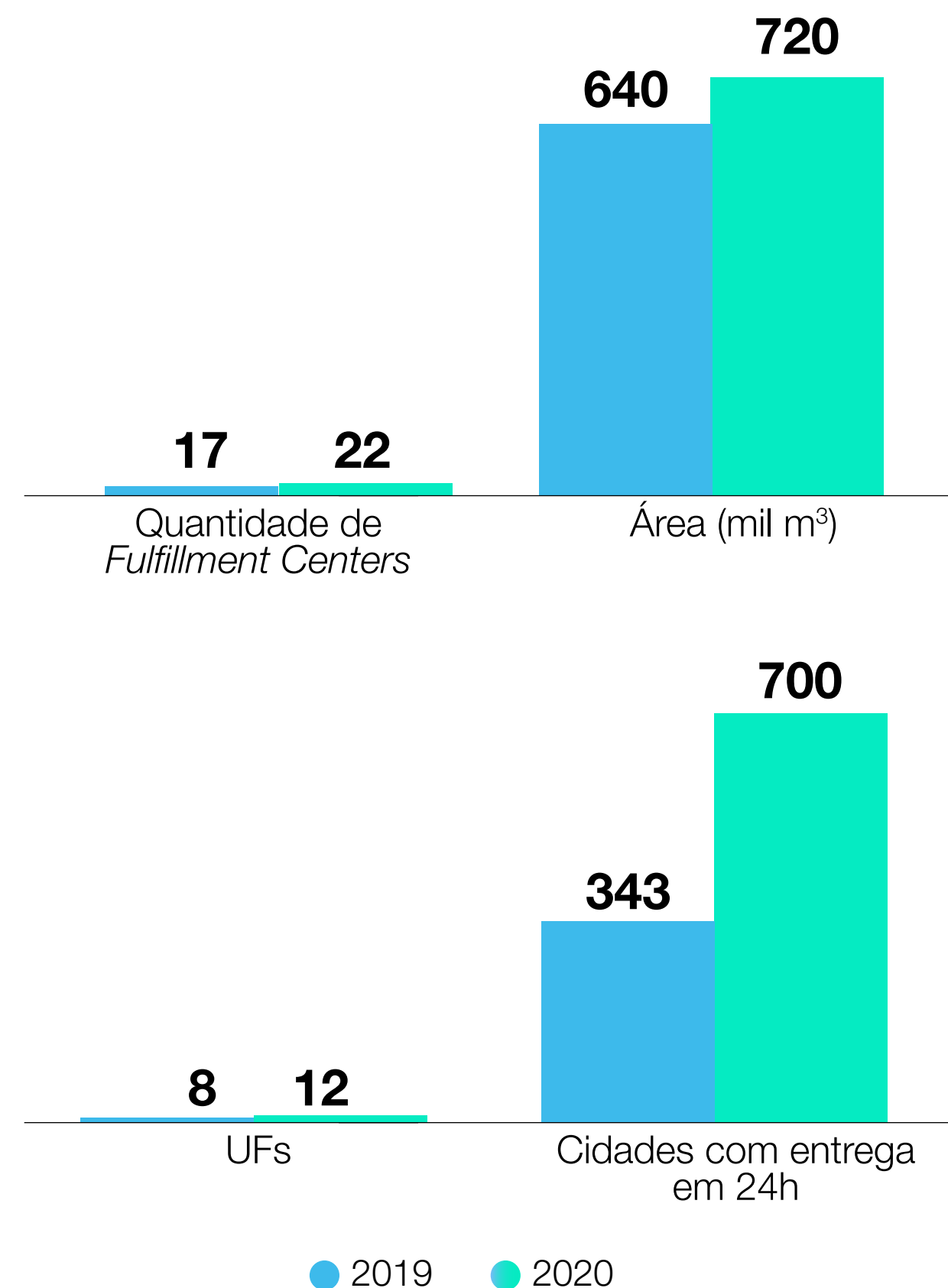
das entregas foram feitas em até três horas

**22**

*Fulfillment Centers*, sendo cinco novos em 2020:

Fortaleza (CE), Salvador (BA), Ananideua (PA), Brasília (DF), Vitória (ES).

## Crescimento *Fulfillment Centers*



## Sorters

Sistema de logística para classificação autônoma de produtos, os *Sorters* ampliam nossa capacidade de triagem de produtos, chegando a 90% em 2020, com sete *Sorters* ativos – cinco inaugurados apenas este ano. Para 2022, a expectativa é chegar a 22.



Plataforma de transporte do Universo Americanas criada em 2019 para acelerar as iniciativas de O2O, a Ame Flash foi um dos grandes destaques de 2020 ao conectar as Lojas físicas às casas dos clientes por meio de uma nuvem de mais de 25 mil entregadores parceiros de 700 cidades, integrados à plataforma de logística da B2W Digital.

Inicialmente com possibilidade de entrega em motos e bicicletas, este ano incluímos outros modais, como os carros, *tuk tuks* elétricos e a pé, o que aumentou ainda mais o sortimento de produtos disponíveis para entregas em até duas horas na casa dos clientes.

Compensamos as emissões históricas e vamos continuar compensando – inclusive as entregas realizadas na Black Friday – para manter a **plataforma de *crowdshipping* Carbono Neutro**. A ação foi realizada em parceria com a Biofílica. Saiba mais sobre nossas iniciativas de combate às mudanças climáticas na página 88.



### Americanas Lockers

Opção de retirada de pedidos 100% autônoma e digital, os *Lockers* são armários localizados em ambientes de grande circulação de pessoas, como estações de metrô e ônibus, e garantem entregas mais sustentáveis ao concentrar os pedidos em um único local, diminuindo, assim, as emissões de Gases de Efeito Estufa.

Para coletar o pedido, o cliente só precisa apresentar o QR Code disponibilizado no momento da compra para o desbloqueio automático do *Locker*.

**Com grande escalabilidade, finalizamos o ano com 81 Lockers em 12 cidades, representando um crescimento de 80% em comparação com o ano anterior.**

### Bike Delivery

Visando ao menor impacto logístico da operação, em 2018, iniciamos o modelo de entrega por bicicletas nas cidades do Rio de Janeiro e São Paulo. Desta forma, diminuimos a emissão de GEE, contribuimos com a mobilidade urbana e reduzimos o tempo de entrega de nossos pedidos e o custo da operação.

Nessa linha, em 2019, nossas entregas por *bike* ganharam reforço com a aquisição das *startups* Pedala e Courri, especializadas em logística rápida e sustentável. Em 2020, intensificamos a modalidade e entregamos mais de 1,8 milhão de pedidos no Rio de Janeiro e em São Paulo, evitando a emissão de mais de 153 toneladas de CO<sub>2</sub>.

### B2W Entrega

Criado em 2017, o B2W Entrega é a nossa solução para o controle das operações de entregas de 92% dos *sellers* do Universo Americanas.

### B2W Fulfillment

Nossos B2W Fulfillment são uma solução logística desenvolvida para que o *seller* possa focar na estratégia do negócio, deixando não só a distribuição (disponível no B2W Entrega) como também a responsabilidade de gestão dos estoques por parte do Universo Americanas.

Com essa solução, reduzimos o tempo de entrega do *marketplace* (3P) para a entrega própria (1P), aumentando o sortimento disponível para entregas mais rápidas – com frete econômico – e garantindo, assim, a melhor experiência para o cliente. Ao final de 2020, 2.000 *sellers* adotaram a solução, e já contávamos com quatro B2W Fulfillment.

### B2W Delivery

Modelo de logística para as entregas internacionais do Universo Americanas, o B2W *Delivery* aproxima nossos clientes dos *sellers* que estão fora do país, garantindo a rastreabilidade dos pedidos e o nosso padrão de atendimento já característico. Com rápida expansão em 2020, diminuimos o prazo de entrega de 41 para 20 dias.

## Nossas Soluções O2O

Guiados pelo conceito de fornecer **Tudo. A qualquer hora. Em qualquer lugar**, focamos ainda mais em nossas iniciativas de O2O (online to offline), possibilitando aos nossos clientes a autonomia para escolher a melhor plataforma de compra e o modelo de entrega mais conveniente do Universo Americanas.

Disponível em 5.000 lojas da Americanas e de *sellers*, o O2O foi um dos destaques de 2020. Com 4,1 milhões de clientes ativos, chegamos a R\$ 3,7 bilhões de *Gross Merchandise Volume* (GMV) – crescimento de 95% em comparação à 2019 –, reflexo de nossa adaptação ágil às mudanças de consumo vivenciadas com a pandemia da Covid-19, desde março deste ano.

### Plataforma física

**Capilaridade** única;  
Grande **base de clientes**;  
Maior **frequência de compra**;  
Ampla **sortimento**;  
Forte **presença em eventos**;  
**Múltiplos** formatos de lojas.



### Plataforma digital

**Sortimento** ilimitado;  
**Ticket** médio elevado;  
**Identificação** do cliente;  
Disponibilidade **24/7**;  
**Sellers**;  
**Soluções digitais.**

Online-to-offline





### LASA Seller

Incorporação das lojas físicas da Americanas ao sortimento do nosso *marketplace* com foco em categorias de recorrência, rapidamente adaptadas em 2020 para itens essenciais, como comidas e higiene. A modalidade apresentou vendas 2,1% maiores em relação ao ano anterior.



### Pegue na Loja Hoje (*Click and Collect Now*)

Disponível em todas as 1.707 lojas físicas da Americanas, a modalidade permite que o cliente compre o estoque da loja, retirando o produto em até uma hora sem pagar o frete. Chegamos à marca de 1,2 milhão de pedidos em 2020.



### Pegue na Loja (*Click and Collect*)

Possibilidade de comprar online e retirar em algum ponto físico, que pode ser uma loja da Americanas, de *sellers* ou pontos parceiros. Em 2020, ultrapassamos 11 mil pontos de retirada, em mais de 5,3 mil municípios, atendendo 99% da população brasileira.

### WhatsApp “Na sua casa”

Lançado em março deste ano na plataforma física, o canal realizou 4,4 milhões de pedidos.



### Ship from Store

Opção de compra online dos produtos das 1.707 lojas físicas da Americanas ou do parceiro mais próximo com entrega em até três horas no endereço desejado. Disponível em cinco mil lojas de 700 cidades em todos os estados do país, a opção entregou 721 mil pedidos em 2020, disponibilizando a possibilidade de entregas ecoeficientes de *bike*.

**Este ano, entregamos mais de 140 mil pedidos na Black Friday com o Ship from Store.**

Além da conveniência de compra, o modal de entrega foi importante para o desenvolvimento dos pequenos negócios, que sofreram grande impacto com o avanço da pandemia. Por meio da campanha **Compre do Comércio Local**, expandimos nosso impacto positivo ao desenvolver a economia localmente. Saiba mais sobre nossas ações na página 61.



### Prateleira Infinita

Experiência *omnichannel* de compra assistida dos produtos do *e-commerce* na loja física da Americanas. Em 2020, essa modalidade apresentou crescimento de 26% em relação ao ano anterior.

SUPERMERCADO

**now**

Adquirido em 2020, o Supermercado Now é uma inovadora plataforma de *e-commerce* que representou grande participação da nossa presença na rotina dos consumidores em 2020, nos possibilitando rápida adaptação do sortimento para itens essenciais.

Com o crescimento do número de itens ofertados, encontramos o desafio de dar visibilidade do sortimento disponível em nossos sites aos clientes. Uma das soluções para isso foi o uso de **Local SEO**, uma abordagem integrada do Universo Americanas, que conta com o sortimento de cada loja, e traz maior relevância aos produtos dentro de mecanismos de busca.

O Local SEO é utilizado para todas as lojas, inclusive de *sellers*, e garante que o cliente acesse com facilidade os produtos.

## Serviços digitais

### **americanas** · mais

O programa de fidelidade da Americanas (frete grátis e outros benefícios), iniciou uma nova etapa de expansão e passou a ser gratuito para toda a base de clientes.

Com a mudança, todos os clientes da marca podem usufruir de frete grátis em milhões de produtos (identificados pelo selo “Amais”), além de entrega rápida em até 24 horas para diferentes localidades.

O programa também passou a abranger todo o território nacional – até então, estava focado nas regiões Sudeste e Sul do país. Além do frete grátis e de entrega rápida, o Americanas Mais irá oferecer mais benefícios de forma *gamificada* (*streaming*, conteúdo e muito mais), estimulando a frequência de compras e a fidelização.

### B2WADS

O B2WADS é a plataforma de publicidade da B2W Digital, que entrega mídias de *branding*, performance, conteúdo e projetos especiais para *sellers*, fornecedores, indústrias e agências.

Com diversas soluções, o B2WADS ajuda os clientes a posicionar suas marcas e expandir suas vendas, durante toda jornada de compra do consumidor final, escalando seus negócios e extraindo *insights* sobre hábitos do consumidor, algo que *players* de *e-commerce* são capazes de ofertar no universo de marketing digital com destaque.

Em 2020, integramos a experiência de compra O2O, com ativações nas lojas físicas e nos sites, ao B2WADS e o resultado do ano foi extraordinário. Nossa solução de produtos patrocinados, que também recebeu novas funcionalidades e vitrines de exibição, apresentou um crescimento de GMV 2,5 vezes maior comparado ao ano anterior.

# Cliente Seguro e Satisfeito

GRI 103-1 | 103-2 | 103-3

Com a marca dos 46 milhões de clientes ativos em 2020, reforçamos ainda mais nossos processos de segurança para oferecer “Tudo. A toda Hora. Em Qualquer lugar.” por meio de atendimentos humanizados e próximos. A seguir, apresentamos os principais avanços do ano para garantir a excelência de compras no Universo Americanas:

## Inteligência de Dados e Segurança da Informação

SASB CG-EC-220a.1 | CG-EC-220a.2

Guiados pela política de privacidade do Universo Americanas, disponível [aqui](#) – e em concordância à nova Lei Federal 13.709/2018 (LGPD), nos comprometemos a usar os dados pessoais dos usuários apenas para finalidades específicas e declaradas, bem como armazenar apenas durante os prazos permitidos por Lei e, após o período, eliminá-los.

Os processos de segurança da informação são verificados por auditoria externa.

Dentre as práticas de segurança adotadas, não usamos informações de usuários para fins secundários como ven-

da de anúncios direcionados, melhoria dos produtos da Companhia, ou ofertas de serviços e transferência de dados ou informações a terceiros por meio de venda, aluguel ou compartilhamento.

Como forma de atestar a segurança de nossos clientes e do negócio, ao longo do ano avaliamos mais de 4,3 milhões<sup>1</sup> de transações por mês em Ame para garantir a precisão na identificação de comportamentos suspeitos e de padrões legítimos. Também possuímos um modelo de Inteligência Artificial Antifraude com mais de 200 variáveis que gera um aumento na taxa de aprovação, além de reduzir o *chargeback*.

### Treinamentos

Ao longo do ano, realizamos treinamentos e conscientização para os assuntos de segurança da informação e cibersegurança, totalizando 63 associados treinados. Também realizamos a 2ª Semana da Segurança da Informação B2W, com dez palestras e 5.416 visualizações totais.

Na UnA, também disponibilizamos treinamentos sobre Segurança da Informação e sobre as melhores práticas em Cibersegurança. Em 2021, novos cursos com foco em proteção de dados serão disponibilizados!

### Conscientização interna

Em 2020, os associados da nossa plataforma digital foram engajados por meio do Hacker Hangers, uma plataforma *gamificada*, que ofereceu treinamentos e conscientização para os assuntos de segurança da informação e cibersegurança. Além de adquirirem conhecimentos de forma leve e prazerosa, os participantes concorreram a prêmios e *cashback* da Ame.

**Os associados da B2W Digital também foram comunicados sobre nossa Política de Segurança da Informação (PSI).**

O documento é um conjunto de diretrizes a serem seguidas para manter a confidencialidade e o mapeamento das informações, quando necessárias.

Destacamos o Campeonato de Boas Práticas em Segurança da Informação, que disponibilizou cursos e *quizzes* semanalmente com conteúdos relevantes, atendendo aos requisitos da LGPD, além de conscientizar e engajar o time para crimes *cibernéticos*.

<sup>1</sup> Dados de novembro de 2020. Fonte: Investor Day: [api.mziq.com/mzfilemanager/v2/d/941b74a9-5cce-4537-ba90-97973226b3f3/9f41fb05-d6ac-6d89-0150-5c41141a1e01?origin=1](https://api.mziq.com/mzfilemanager/v2/d/941b74a9-5cce-4537-ba90-97973226b3f3/9f41fb05-d6ac-6d89-0150-5c41141a1e01?origin=1)

## Monitoramento das violações de dados

GRI 418-1 | SASB CG-MR-230a.1 | CG-MR-230a.2

Os possíveis riscos de violações de dados dos clientes são mapeados continuamente por meio do nosso processo de Gestão de Riscos.

A área de Segurança da Informação é responsável por identificar os fatores de riscos e suas consequências para, posteriormente, categorizá-los e tratá-los de acordo com níveis de prioridade.

Na plataforma digital, realizamos ações de combate à fraude digital internamente por meio do engajamento e capacitação dos associados e, externamente, por meio de campanhas nas redes sociais, para orientar e dar dicas sobre os temas de segurança e proteção de marca (*Brand Protection*).

Em todos os sites do Universo Americanas possuímos um Guia de Segurança, usado como instrumento para que o cliente saiba que está interagindo com a marca em diversos canais e possa realizar uma compra segura.

### GUIAS DE SEGURANÇA:

[www.americanas.com.br/hotsite/guia-de-seguranca?chave=brd\\_hm\\_bt\\_0\\_footer\\_guiaseguranca](http://www.americanas.com.br/hotsite/guia-de-seguranca?chave=brd_hm_bt_0_footer_guiaseguranca)

[www.submarino.com.br/landingpage/guia-de-seguranca?chave=prf\\_hm\\_ft\\_0\\_1\\_guiade-seguranca](http://www.submarino.com.br/landingpage/guia-de-seguranca?chave=prf_hm_ft_0_1_guiade-seguranca)

[www.shoptime.com.br/landingpage/guia-de-seguranca?chave=brd\\_hm\\_ft\\_0\\_1\\_guiade-seguranca](http://www.shoptime.com.br/landingpage/guia-de-seguranca?chave=brd_hm_ft_0_1_guiade-seguranca)

[www.soubarato.com.br/hotsite/guia-de-seguranca](http://www.soubarato.com.br/hotsite/guia-de-seguranca)

[info.b2wmarketplace.com.br/guia-de-seguranca?utm\\_source=site\\_b2wmarketplace&utm\\_medium=footer&utm\\_campaign=guia-de-seguranca](http://info.b2wmarketplace.com.br/guia-de-seguranca?utm_source=site_b2wmarketplace&utm_medium=footer&utm_campaign=guia-de-seguranca)

Como resultado das tecnologias desenvolvidas para garantir a segurança de nossos clientes, **não registramos** casos de violações de privacidade, perda de dados e queixas de agências reguladoras durante o ano de 2020.

## Compliance no Marketplace

Realizamos ações de combate à fraude do *marketplace* para garantir que nossos *sellers* ofereçam uma experiência de compra segura aos clientes, garantindo o respeito à propriedade intelectual das empresas.

Para estreitar o relacionamento dos *sellers* com nossas marcas, desenvolvemos um **Assistente de Propriedade Intelectual e Tratativa de Ofensas – Apito**, acessível para usuários dos sites da B2W ou não. Nosso objetivo é melhorar ainda mais a experiência dos consumidores nas nossas plataformas digitais.

Na área de Risco e *Compliance*, disponibilizamos um *Bot* de Denúncias para que os associados denunciem possíveis links falsos, ilegais, ou até CNPJs de *sellers* que possam estar infringindo nossas políticas e diretrizes.



### Saiba mais sobre as políticas de privacidade do Universo Americanas em:

[www.americanas.com.br/hotsite/politica-de-privacidade](http://www.americanas.com.br/hotsite/politica-de-privacidade)

[www.shoptime.com.br/landingpage/politica-de-privacidade](http://www.shoptime.com.br/landingpage/politica-de-privacidade)

[www.submarino.com.br/landingpage/politica-de-privacidade](http://www.submarino.com.br/landingpage/politica-de-privacidade)

[www.soubarato.com.br/hotsite/politica-de-privacidade](http://www.soubarato.com.br/hotsite/politica-de-privacidade)

[www.b2wmarketplace.com.br/v3/politica-de-privacidade](http://www.b2wmarketplace.com.br/v3/politica-de-privacidade)



## Proximidade com Nossos Clientes

Para seguirmos cada vez mais próximos de nossos clientes, realizamos, ao longo do ano, diversas pesquisas de satisfação. Somos considerados *Top of Mind* na categoria de lojas online da pesquisa Ilumeo no Brasil.

No site Reclame Aqui, nosso Índice de Satisfação atinge 83,1% de clientes que voltariam a fazer negócio conosco após a solução positiva do problema relatado.

Nas lojas físicas medimos a satisfação por meio da metodologia do *Net Promoter Score* (NPS), com pesquisas realizadas via e-mail, presencial e por totens em loja.

**Em 2020, realizamos mais de 992 mil pesquisas em nossas lojas físicas, com mais de 80% de avaliação maior que 90 pontos e NPS ao final do período de 85 pontos.**

### Índice de Solução Reclame Aqui

	% de clientes satisfeitos <sup>1</sup>	% de clientes que responderam a pesquisa (do número de total de clientes)
2017	89,0%	0,002%
2018	88,3%	0,002%
2019	83,0%	0,003%
2020	92,0%	0,003%

<sup>1</sup> Pontuação do "índice de solução" no site.

### Pesquisa de satisfação

	% de clientes satisfeitos pesquisa SAC	% de clientes satisfeitos pesquisa NPS
2017	60%	45%
2018	66%	40%
2019	84%	80%
2020	87%	85%

### Comunicação

Para seguirmos próximos de nossos clientes, mesmo no período de isolamento social imposto pela pandemia, criamos várias ações inovadoras de engajamento online.

Nas redes sociais, perguntamos **"#OQueVocêPrecisaAgora?"** e investimos no **Americanas Ao Vivo**, um formato pioneiro no Brasil de *Live Commerces*, com a apresentação dos produtos do *app* da Americanas e a possibilidade da compra instantânea.

Em 2020, aperfeiçoamos nossas ferramentas de atendimento em Mídias Sociais e desenvolvemos o nosso canal de comunicação regional por meio do WhatsApp. A rede social, que já era usada desde 2019 para o rastreamento de pedidos, passou a ser um forte ponto de contato entre as lojas e seus clientes localmente.

Por meio dos gerentes digitais (saiba mais na página 52) novidades e promoções passaram a ser compartilhadas com os clientes, que solicitam a entrega em casa em poucas horas.

**As 55 lives realizadas possibilitaram dez vezes mais buscas no app e sete vezes mais conversão dos produtos apresentados. Com isso, atingimos 46MM de receita, entregamos 75 mil pedidos, e impactamos mais de 700 mil pessoas.**

## Avanços no atendimento

Por meio da UniverSAC (Universidade de Atendimento) capacitamos o time de atendimento para solucionar problemas do Universo Americanas de maneira humanizada e próxima.

Esse ano também passamos a utilizar uma nova plataforma de chamados da Microsoft Dynamics, o que trouxe contribuições para melhoria de controle e eficiência na tratativa dos casos.

Como resultado dos nossos avanços para garantir a satisfação de nossos clientes, diminuimos nosso tempo médio de solução no SAC<sup>1</sup> de 2,1 dias em 2019 para 1,3 em 2020, representando um avanço de 38%, e melhorando significativamente a experiência de atendimento.

- Respondemos 100% das solicitações no Reclame Aqui e finalizamos o ano com 92,2% de índice de Solução;
- Fomos reconhecidos com o primeiro lugar em atendimento com o *e-commerce* da Americanas, e primeiro lugar em profissional de atendimento com Ame no Prêmio Reclame Aqui;
- Finalizamos o ano com o índice de 88,98% de atendimento no Procon RJ e de 86,94% no Procon SP.

No futuro, pretendemos continuar inovando para fornecer o melhor atendimento aos clientes, aliando tecnologia à sustentabilidade e integrando os canais em busca de uma experiência mais ágil e humana.

**Para 2021, a meta é diminuir ainda mais o indicador, chegando à casa dos 0,98 dias de solução.**

<sup>1</sup> Este ano, passamos por uma mudança na métrica do indicador, que passou a ser calculado a partir do primeiro contato com o SAC. Antes, considerávamos apenas o tempo com os especialistas do SAC.

# Oferta Sustentável e de Qualidade

GRI 103-1 | 103-2 | 103-3

Trabalhamos constantemente para oferecer produtos inovadores, que proporcionam segurança e qualidade aos nossos *sellers*, bem como para os consumidores finais, e demais parceiros de negócios.

Como resultado, não tivemos impactos socioambientais negativos decorrentes do processo de produção e consumo de produtos e/ou serviços oferecidos pelo Universo Americanas.

Nesse contexto, criamos estratégias de ampliação da nossa oferta sustentável e de qualidade de duas formas: internamente, reafirmamos o empenho para o alcance das metas ambientais (descritas na página 87) e o monitoramento de toda a cadeia de valor por meio de Fornecedores Responsáveis. Externamente, também nos comprometemos publicamente com pactos e compromissos que possibilitam o alcance dos nossos cinco Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), descritos a seguir:

## Pactos e Compromissos

GRI 102-12 | 102-13

Garantimos a promoção da sustentabilidade do negócio por meio do diálogo contínuo com nossos *stakeholders* e associações ligadas ao tema, além da manutenção de compromissos públicos.



Desde 2018, somos integrantes do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, organização com uma atuação focada na mobilização e sensibilização de empresas na gestão de seus negócios de forma socialmente responsável.

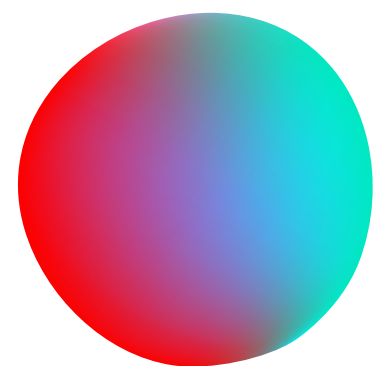


**Pacto Global**  
Rede Brasil

Somos signatários, desde 2013, do Pacto Global da ONU, juntamente com diversas empresas que buscam alinhar suas estratégias e operações a princípios universais nas áreas de Direitos Humanos, Trabalho, Meio Ambiente e Anticorrupção.

Em 2020, reafirmamos nosso compromisso com o Pacto Global por meio deste Relatório e de uma abordagem para o desenvolvimento sustentável do Universo Americanas com base nos pilares ESG.

Em linha com nossa Estratégia de Sustentabilidade (saiba mais na página 38), firmamos compromissos públicos, descritos a seguir:



### Coalizão Empresarial para Equidade Racial e de Gênero

Iniciativa do Instituto Ethos assinada em 2019 pelo Universo Americanas, o pacto tem como objetivo a redução das desigualdades sociais brasileiras, atuando com foco nas questões raciais e de gênero no mundo corporativo.

#### Ações realizadas

- Participação do Afropresença, um evento voltado para o empoderamento e inclusão de jovens negras e negros no mercado de trabalho;
- Adoção de medidas internas para alcançar o melhor equilíbrio sobre o tema. Nesse sentido, destacamos a realização dos “Ame Talks” que, ao longo do ano, abordaram as temáticas em discussões participativas com os associados.



### Carta Empresarial pelos Direitos Humanos e pela Promoção do Trabalho Decente

Também promovida pelo Instituto Ethos e assinada por nós em 2019, a carta almeja promover o trabalho decente, reforçando a equidade e a inclusão de pessoas com deficiência (PcD).

#### Ações realizadas

- Incentivamos a contratação e o desenvolvimento de PcDs por meio do Programa Somar;
- Manutenção do selo ABVTEX para 100% dos fornecedores críticos.



### Princípios do Empoderamento Feminino, da ONU Mulheres

Os sete princípios desenvolvidos pela ONU Mulheres, buscam estabelecer lideranças corporativas e a igualdade de gênero nas Companhias. Nesse sentido, aderimos à iniciativa em 2019 para potencializar nossas ações visando um trabalho justo, e formando e desenvolvendo profissionalmente as mulheres.

#### Ações realizadas

- Curso de empoderamento feminino em parceria com a Fundação Amazônia Sustentável (FAS). Saiba mais na página 63;
- *Live* em comemoração ao Dia do Empreendedorismo Feminino realizada pelo B2W Marketplace, com parceria de *sellers* mulheres.



### Pacto Empresarial pela Integridade e Anticorrupção

Assinado em 2018 pelo Universo Americanas, o pacto é promovido pelo Instituto Ethos e objetiva promover um mercado mais íntegro e ético.

#### Ações realizadas

- Mantemos um Comitê de Ética, que garante o engajamento em toda a cadeia de valor para o tema.

## Qualidade da Oferta de Produtos

GRI 416-1 | SASB CG-MR-410a.1

Comprometidos com a oferta de produtos seguros e sustentáveis no Universo Americanas, realizamos avaliações em 100% das categorias de produtos alimentícios e de higiene e beleza nas marcas próprias para impactos na saúde e segurança.

### Desenvolvimento de novos produtos

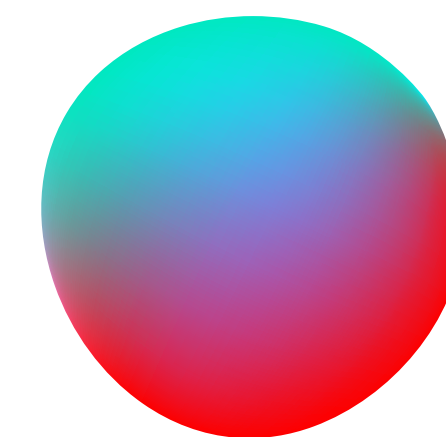
Nossa área de Riscos Corporativos participa ativamente dos novos projetos e iniciativas, atuando no auxílio ao desenvolvimento de novos produtos, considerando os critérios descritos ao lado.

Trabalhamos continuamente para aumentar nossos produtos de marcas próprias certificados por padrões ambientais e sociais de sustentabilidade. Em 2020, tivemos a receita de R\$ 2.829.127,91 proveniente de produtos de marcas próprias com selo Vegano e R\$ 11.271.350,57 com selo eureciclo.



#### CRITÉRIOS PARA DESENVOLVIMENTO DE NOVOS PRODUTOS

- Percepção da sociedade quanto ao produto;
- Formalização de controles de alçadas adequadas para operações financeiras;
- Cumprimento às normas e Políticas internas;
- Controles no processo de *due diligence* quando há participação de parceiros na cadeia do produto;
- Impactos socioambientais do produto;
- Indicadores desenvolvidos para monitoramento;
- Possibilidade de erro humano ou desvios de conduta nos processos.



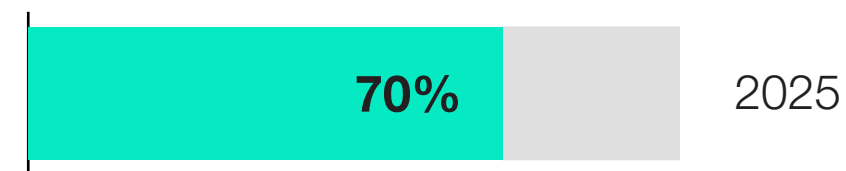
## + Ecoeficiência

Temos o compromisso com o desenvolvimento sustentável por meio de uma gestão ambiental pautada pela ecoeficiência e a redução constante dos impactos nas mudanças climáticas e na geração de resíduos para o meio ambiente.

Nossa área de Sustentabilidade é responsável pela gestão e acompanhamento dos nossos indicadores ambientais, bem como pela criação de estratégias de mitigação dos impactos, seguindo as diretrizes da nossa Política de Sustentabilidade.

### CONHEÇA NOSSAS METAS AMBIENTAIS

Nossa meta é ser Carbono Neutro até 2025, compensando 100% das emissões.



Temos a meta de usar 100% de energias renováveis em nossas lojas até 2030.



Iremos aumentar o uso de embalagens recicláveis para reduzir nossos resíduos sólidos em 30%.

## Política de Sustentabilidade

Maneira de formalizar o compromisso do Universo Americanas com a sustentabilidade, nossa Política de Sustentabilidade apresenta diretrizes a serem observadas internamente, bem como no relacionamento com as demais partes interessadas, sejam clientes, acionistas/investidores, associados, fornecedores e sociedade.

O documento apresenta a nossa gestão para os temas de distribuição e logística, produtos e serviços, operações e instalações comerciais e gestão de resíduos, bem como para questões de direitos humanos, incluindo associados, fornecedores e parceiros de negócios.

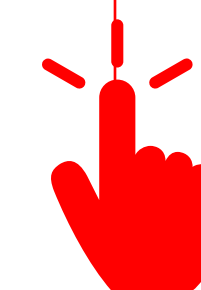
Conheça, a seguir, as principais iniciativas e desempenho na gestão ambiental do Universo Americanas em 2020:

#### Saiba mais sobre nossa Política de Sustentabilidade

em: [api.mziq.com/mzfilemanager/v2/d/941b74a9-5cce-4537-ba90-97973226b3f3/50c627d1-ab36-6463-220f-2ee5f60cf338?origin=1](https://api.mziq.com/mzfilemanager/v2/d/941b74a9-5cce-4537-ba90-97973226b3f3/50c627d1-ab36-6463-220f-2ee5f60cf338?origin=1)

#### Ou conheça as demais políticas que norteiam a nossa

atuação em: [ri.americanas.com/governanca-corporativa/estatuto-codigos-e-politicas/estatuto-codigos-e-politicas-lasa](https://ri.americanas.com/governanca-corporativa/estatuto-codigos-e-politicas/estatuto-codigos-e-politicas-lasa)



# Combate às Mudanças Climáticas

GRI 103-1 | 103-2 | 103-3 | 201-2

Atuamos para minimizar a intensidade de emissões de Gases de Efeito Estufa do Universo Americanas. À frente desse processo, a Diretoria de Sustentabilidade é responsável por mensurar os dados, reportar os indicadores e conscientizar os associados sobre os riscos e oportunidades do tema, atuando de forma multidisciplinar.

**Para reafirmar nosso compromisso com o combate às mudanças climáticas, realizamos, pelo décimo primeiro ano consecutivo, o inventário de emissões de Gases de Efeito Estufa, em linha com as diretrizes do Programa Brasileiro GHG Protocol. Desde 2016 o inventário também é auditado externamente.**

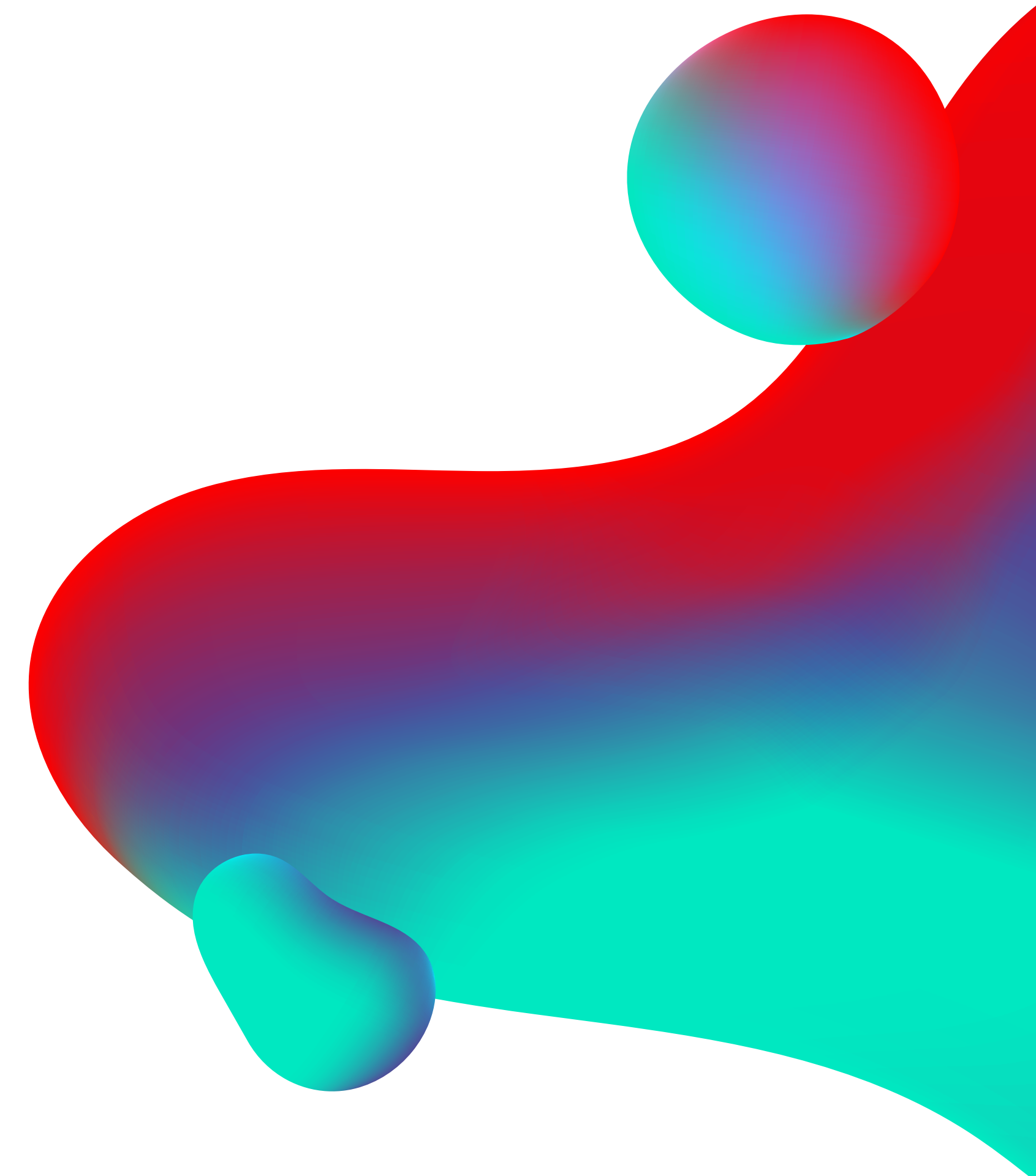
Nossos indicadores de emissões são monitorados mensalmente e, anualmente, discutimos as ações já implementadas e propomos novos planos de ação para o ano seguinte.

Nesse sentido, a remuneração variável de cargos desde a coordenação até o CEO leva em consideração os esforços para o combate às mudanças climáticas.

Em 2020, iniciamos o processo de integração do Framework Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD) para o monitoramento dos riscos e oportunidades das mudanças climáticas da operação. Temos a previsão de finalizar a incorporação à nossa gestão de riscos em dois anos (2023). Saiba mais na página 112.

Por meio da B2W Digital, fomos a primeira Companhia de *e-commerce* brasileira a ser certificada com o selo LEED – *Leadership in Energy and Environmental Design* (Liderança em Energia e Design Ambiental), na tradução em português, na categoria “*Silver*”, após a construção do prédio B2W Inovação e Tecnologia (BIT).

Todo o time também segue fortemente integrado para atuar na redução dos impactos da operação, otimizando os processos logísticos e a eficiência energética por meio da inovação tecnológica.





## Identificando riscos e oportunidades

GRI 102-15

Realizamos um estudo<sup>1</sup> para fornecer informações sobre a interferência das mudanças climáticas nas operações próprias do Universo Americanas. Desenvolvemos uma análise de vulnerabilidade, mapeamos os riscos e oportunidades e, posteriormente, desenvolvemos medidas de adaptação que estão sendo discutidas de forma multidisciplinar para serem incorporadas à nossa Gestão de Riscos, em linha com as orientações do TCFD. As ameaças climáticas de maior relevância foram:

- Eventos extremos de precipitação que podem ocasionar risco agudo de inundações, afetando lojas físicas e *Fulfillment Centers*, e podendo prejudicar nossa logística. Como medidas, incorporamos a gestão do tema no planejamento estratégico da Companhia;
- Mudanças de temperatura que podem causar riscos relacionado às ondas de calor. Com isso, o bem-estar dos associados pode ser afetado, além de necessitarmos de mais energia para armazenar produtos. Por outro lado, identificamos a oportunidade de novos padrões de consumo, que poderão criar novas oportunidades de vendas.

<sup>1</sup> A análise consiste em uma comparação entre os valores de intensidade de risco (também interpretada como uma proxy da probabilidade de o evento ocorrer) entre o cenário de referência (1961-1990 – baseline) e cenários otimista (RCP 4.5) e pessimista (RCP 8.5) da mudança do clima projetado para o curto prazo (2011-2040), de acordo com as recomendações técnicas da Organização Meteorológica Mundial (OMM) e dados de concentração e emissões de GEE desenvolvidos pelo Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas (IPCC).

## Alinhamento ao Acordo de Paris

Alinhada ao Acordo de Paris, cujas medidas e metas passaram a valer este ano, nossa gestão ambiental desenvolve três principais ações que buscam, primeiro, reduzir as emissões e, depois, compensar o que ainda não foi possível diminuir.

### NOSSA ATUAÇÃO



#### Mitigação

- Investimento em logística mais ecoeficiente. Saiba mais na página 91.
- Investimento em energias renováveis por meio de geração distribuída e Mercado Livre de Energia. Saiba mais na página 92.

#### Compensação

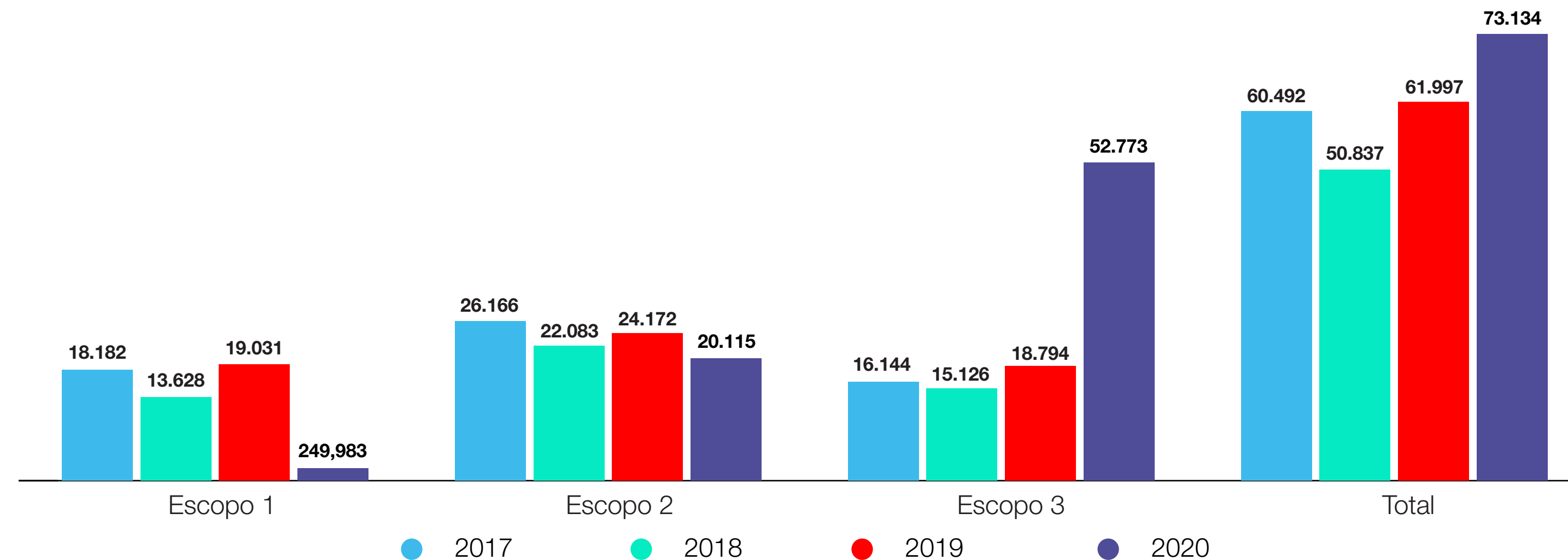
Compensação das emissões referentes à nossa operação (Escopo 1 + Escopo 2) do ano de 2019. Saiba mais na página 93.

## Emissões

GRI 302-1 | 302-4 | 305-1 | 305-2 | 305-3 | 305-4 | 305-5

Nossa principal fonte de emissões diretas (Escopo 1) está relacionada com o consumo de combustíveis fósseis da frota Direct, responsável pelas entregas do Universo Americanas. Na comparação com o ano anterior, em 2020, tivemos uma redução de mais de 90% do Escopo, devido ao reajuste da nossa frota logística, que passou a ter operação terceirizada, da diminuição do uso de diesel para empilhadeiras e geradores, e da redução do consumo de combustível em veículos próprios.

### Emissões totais (tCO<sub>2</sub>e)



As emissões indiretas (Escopo 2), provenientes do consumo de energia nas 1.707 lojas físicas, apresentaram uma diminuição de 17%, em relação a 2019. O resultado foi consequência do aumento do uso de energia de fontes renováveis e, também, devido aos impactos da pandemia da Covid-19 na operação.

Ressaltamos que a redução do Escopo 2 é resultado das iniciativas de eficiência energética nas lojas e nos *Fulfillment Centers*, além do aumento do número de lojas que utilizam

energias renováveis. Consideradas “Lojas Verdes”, temos a intenção de transformar as operações em negócios mais sustentáveis, por meio de uso de materiais e tecnologias de baixo impacto ambiental.

Por fim, nossas emissões do Escopo 3, referentes à frota de logística terceirizada, responsável pelo abastecimento de lojas e viagens à negócios – viagens realizadas por nossos associados de avião e carro –, apresentou crescimento considerável, por quatro principais motivos:

- Reajuste de Escopo: As emissões da Direct, que faziam parte do Escopo 1 até 2019, foram terceirizadas;
- Inclusão de itens no Escopo: com o objetivo de sermos cada vez mais transparentes, incluímos mais duas fontes de emissões nesse Escopo: frota *first mile* e Ame Flash;
- Aumento do número de viagens: seguindo nosso foco estratégico de redução agressiva dos prazos de entrega, a quantidade de viagens realizadas, tanto no que se relaciona a Transferências quanto a *Last Mile*, aumentou consideravelmente;

- Alta movimentação de veículos em *Last Mile*: migramos de veículos menores, movidos à gasolina, para veículos maiores, movidos à diesel, visando melhorar a consolidação das cargas, para entregas com melhores roteiros.

Com o objetivo de mitigar as emissões referentes à frota terceirizada, que vem aumentando suas entregas a cada ano, estamos ampliando os investimentos em projetos redução do impacto ambiental na logística, como a frota elétrica, principalmente no *Last Mile*. Saiba mais na página 94.

Nosso inventário de emissões passou por verificação externa pelo 5º ano consecutivo, comprovando a veracidade e precisão dos dados, e, pelo décimo ano consecutivo, respondemos o questionário Carbon Disclosure Project (CDP).

Também fomos novamente selecionados para compor a carteira do ICO2 (Índice Carbono Eficiente) da B3, reforçando nosso comprometimento com a transparência e a qualidade das informações na gestão das emissões.

Todas as nossas emissões históricas, desde 2010, podem ser encontradas no Registro Público de emissões, disponível em:

[registropublicodeemissoes.com.br/participantes](http://registropublicodeemissoes.com.br/participantes)

## Eficiência energética

GRI 302-3 | 305-4

Desde nosso primeiro inventário de emissões, evoluímos 61% nas emissões do Escopo 1 e 2.

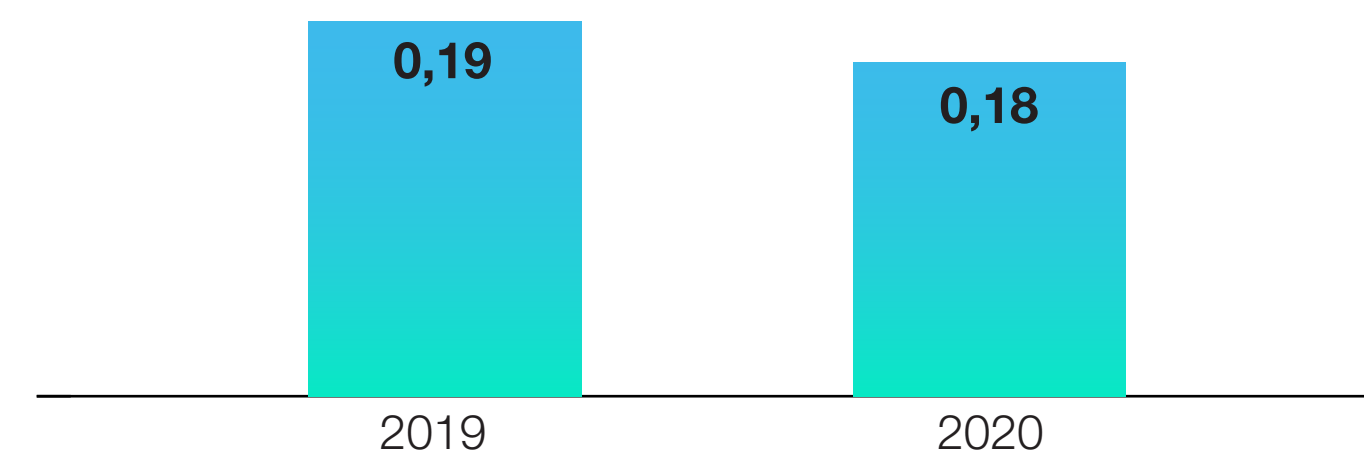
Além do monitoramento dos valores absolutos do Escopo 1, 2 e 3, também acompanhamos o valor total de emissão de tCO<sub>2</sub>e por receita líquida. Em 2020, esse valor chegou a 3,43 tCO<sub>2</sub>e/milhão de receita.

Para todos os cálculos, considerados os gases: CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub>, N<sub>2</sub>O.

Também monitoramos a intensidade energética por meio do cálculo do total de energia consumida em KWh/total de lojas, uma vez que, para a plataforma física, a maior parte das emissões são provenientes da energia elétrica consumida nas lojas. Em 2020, o valor apresentou redução de 5,3% em relação a 2019.

## Intensidade energética

total de energia consumida em KWh/total de lojas



## Eficiência logística

SASB CG-EC-410a.2

Uma das maiores evoluções da logística de B2W em 2020 está relacionada à aceleração das nossas entregas, chegando a três horas (saindo da integração O2O) e 24 horas (saindo dos *Fulfillment Centers*).

Essa mudança foi possível graças ao aumento da malha de distribuição (*Fulfillment Centers* e B2W *Fulfillment*), que nos proporcionou a redução dos custos de frete e tornou a operação mais ecoeficiente ao reduzir as distâncias e, consequentemente as emissões de GEE, provenientes do transporte dos produtos.

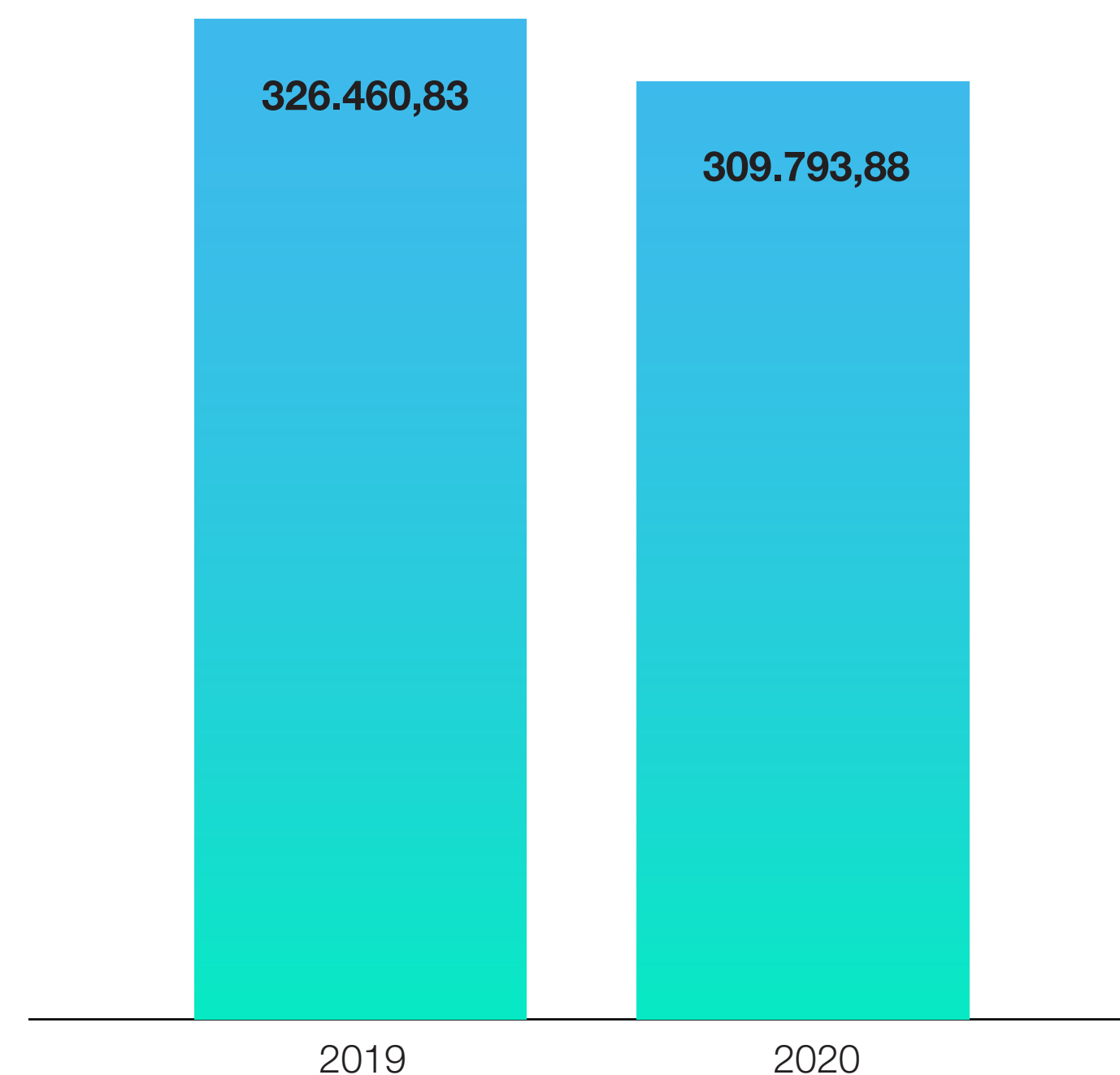
Com isso, aumentamos a conversão de clientes e diminuímos os prazos de entregas. Saiba mais sobre nossa plataforma de logística, a LET'S, na página 74.

## Energia

GRI 302-1 | 302-4 | 302-5 | SASB CG-MR-130a.1

Como resultado das iniciativas de ecoeficiência, tivemos uma redução de 5,1% no consumo de energia, na comparação com 2019.

### Consumo de Energia (MWh)



### Energias Limpas

Desde 2016 operamos no mercado livre de energia como clientes especiais. Isso garante que nossa energia seja proveniente exclusivamente de recursos naturais com baixo impacto socioambiental, como eólicas, solares, térmicas a biomassa e pequenas centrais hidrelétricas (PCHs).

Em 2020, demos continuidade ao nosso projeto de expansão das operações de mercado livre e geração distribuída, aumentando a proporção de energias renováveis no abastecimento de 9% de nossas lojas e reduzindo as emissões de Gases de Efeito Estufa.

Desde 2017, nos comprometemos com a geração de energia que será compensada nas lojas físicas participantes no projeto de geração distribuída. No total, dispomos de três Centrais Geradoras Hidroelétricas (CGHs) e uma de biogás, podendo chegar a 20GW por ano.

Em 2020, inauguramos duas usinas de geração solar que irão abastecer 70 lojas físicas localizadas em Pernambuco e Distrito Federal.

Desde 2016, tivemos uma redução de

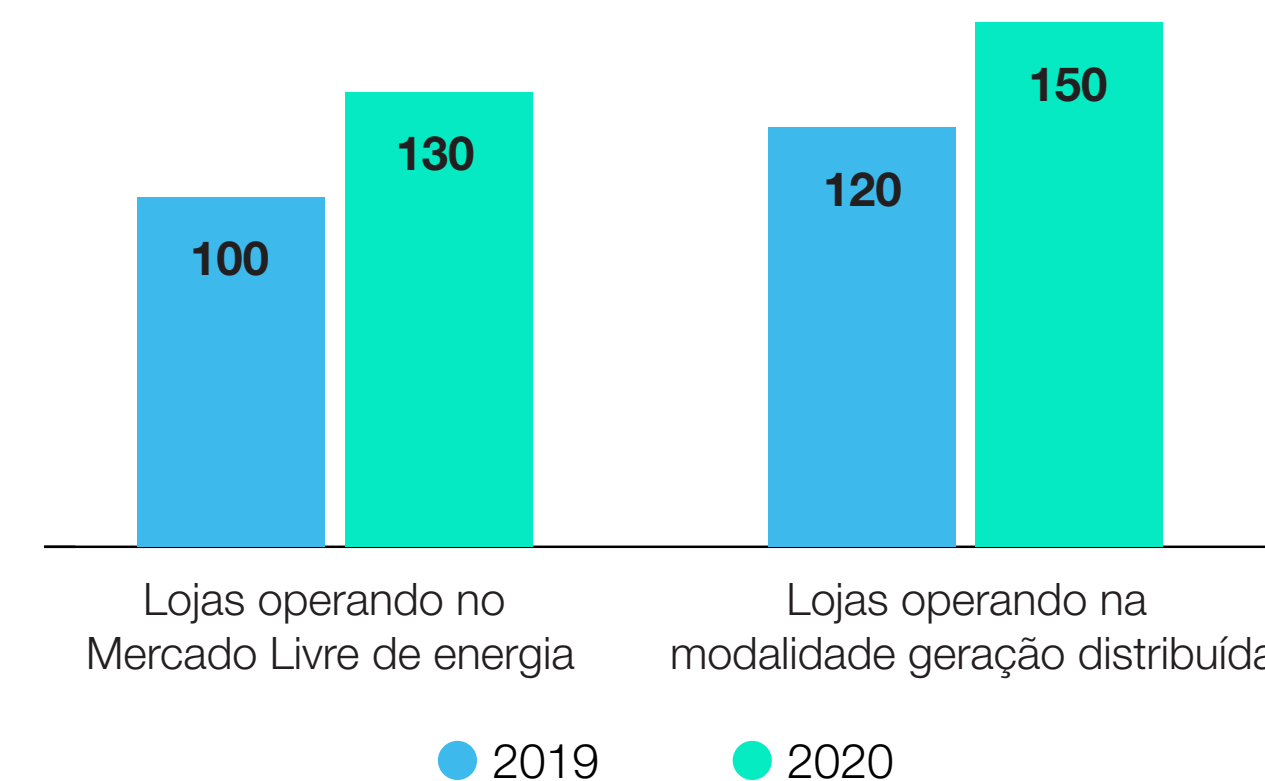


**23%**  
na conta de energia  
em nossas operações.



**280**  
lojas

abastecidas com fontes renováveis,  
correspondendo a 25% do total. Destas:



## Compensação



Pelo segundo ano consecutivo, compensamos nossas emissões de Gases de Efeito Estufa, referente ao Escopo 1 e 2 do ano de 2019, tornando nossas operações “carbono neutro”.

Essa medida visa complementar nossas iniciativas de mitigação das emissões, descritas anteriormente, além de contribuir com o ODS 13, prioritário para a estratégia de sustentabilidade do Universo Americanas.

Ao todo, evitamos a emissão de 732.132 de tCO<sub>2</sub>e, além de contribuir para a preservação de 28,739 hectares da Floresta Amazônica. O resultado foi possível graças à parceria com a Biofilica, empresa especializada na conservação de florestas, por meio de dois projetos:

- Aquisição de créditos de carbono do projeto **REDD+ (Redução de Emissões por Desmatamento e Degradação)** Maísa, localizado no estado do Pará. Ao todo, foram 67.458 tCO<sub>2</sub>e de emissões reduzidas em 2020;

### Saiba mais sobre o projeto REDD+ Maísa:

[www.biofilica.com.br/projeto-redd-maísa/](http://www.biofilica.com.br/projeto-redd-maísa/)

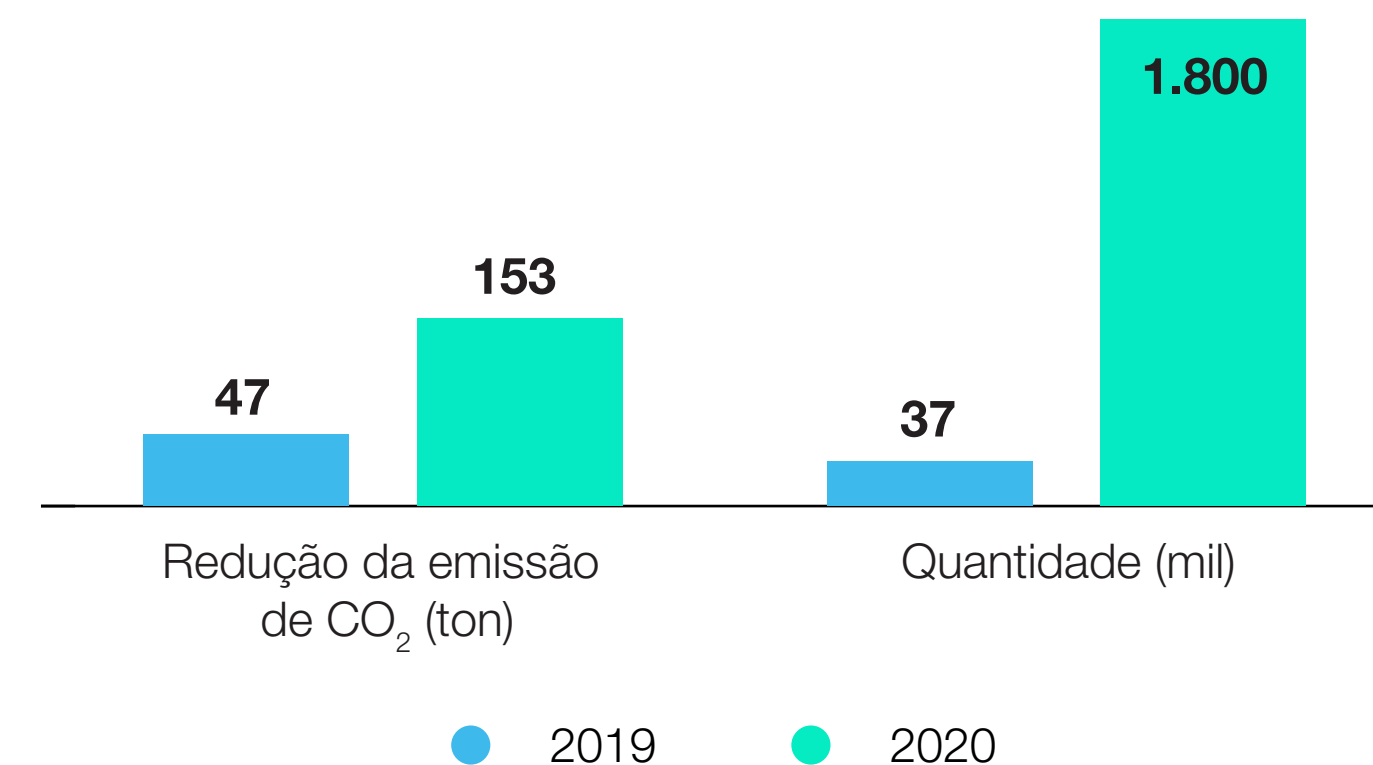


- **Projeto de Gerenciamento de Gases do Aterro Sanitário Salvador da Bahia**, projeto da Biofilica que conta com uma usina de energia movida a biogás do aterro sanitário. Possibilita a geração de energia elétrica pela destinação responsável de resíduos sólidos urbanos e gera energia suficiente para 200 mil habitantes, atendendo a região metropolitana de Salvador (BA).

### Entregas de *Bike*

Este ano, também realizamos 1,8 milhão de entregas de *bike*, evitando a emissão de 153 toneladas de CO<sub>2</sub>, e compensamos 100% das emissões históricas provenientes de entregas realizadas com a Ame Flash.

### Entregas por *bike*



### Fórum Clima

O Universo Americanas participa do Fórum Clima, uma iniciativa do Instituto Ethos, endossada por empresas comprometidas com o alcance da transição para uma economia de baixo carbono, fomentando oportunidades de negócios e reduzindo significativamente os impactos negativos da mudança do clima.

Nesse contexto, aderimos à Carta Aberta ao Brasil sobre Mudança do Clima de 2015.

# Redução do Uso de Materiais

GRI 103-1 | 103-2 | 103-3

Nossa gestão ambiental também é guiada pelo compromisso com a redução de impactos para o meio ambiente com foco na eficiência no consumo de recursos naturais, na gestão de resíduos e na ampliação do sortimento de produtos possíveis para reciclagem.

Monitoramos constantemente os indicadores, para mitigar os impactos e propor soluções eficientes, seguindo as diretrizes da nossa Política de Sustentabilidade e de Saúde, Segurança e Meio Ambiente.



## Entregas Ecoeficientes

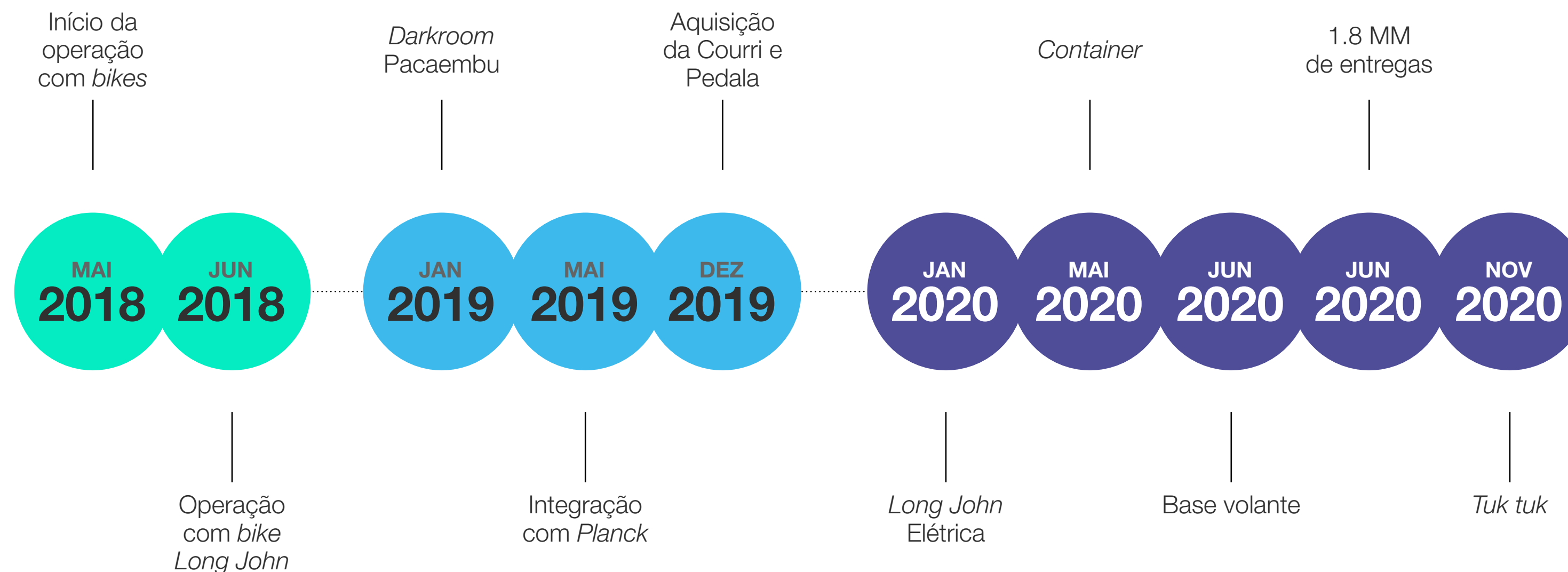
SASB CG-EC-410a.2

Ao longo do ano, desenvolvemos diversas iniciativas para reduzir o nosso impacto relacionado à logística da operação, mesmo com o crescimento do número de clientes ativos e do número de pedidos realizados.

Nossas soluções de O2O, além de proporcionar comodidade aos clientes, tornam a logística do Universo Americanas mais sustentável, unificando as entregas em pontos específicos, como os *Lockers* e o *Click and Collect*.

### Projetos de micromobilidade

Durante o período, nossa logística passou por constante adaptação, o que nos permitiu um crescimento sustentável do negócio.



Também investimos em 50 bicicletas elétricas e dez *tuk tuks* elétricos para auxiliar na operação de São Paulo e do Rio de Janeiro, e estamos migrando nossa frota *last mile* para veículos elétricos.

Essas iniciativas, além de estarem alinhadas com o nosso compromisso de combate às mudanças climáticas, reduzem o tempo de entrega dos produtos devido à melhor penetração nos centros urbanos altamente engarrafados.

Como resultado, em 2020, evitamos a emissão de aproximadamente 153 toneladas de CO<sub>2</sub>e, um crescimento de 225% em relação ao ano passado.

#### Onde estamos em números

13

Base *Bike*

2

Base Volante

31

*Long Johns*  
Elétricas

4

*Darkroom*

300

*Bikers*

10

*Tuk Tuks*  
Elétricos

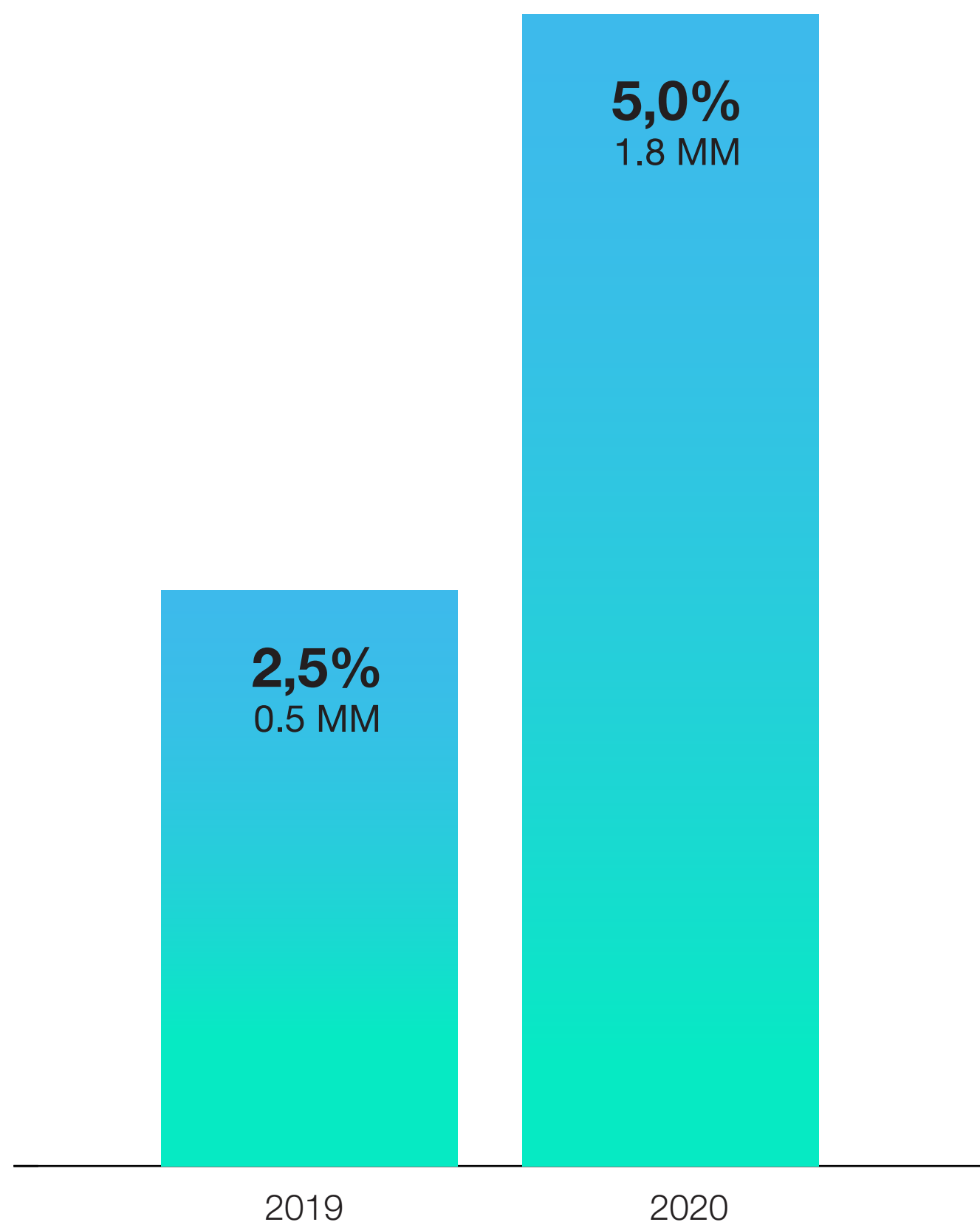
2

*Container*

20

*Long Johns*

#### Evolução das entregas ecoeficientes



A **maior** empresa de entregas ecoeficientes no *e-commerce* e maior operação de *bikes* do país.



**-100 ton.**  
de CO<sub>2</sub> emitidos

Em 2021, vamos expandir ainda mais a iniciativa, adquirindo mais veículos elétricos e aumentando nossa pluralidade de modais.

**Nossa meta para o próximo ano é alcançar o marco de 10% das entregas *last mile* ecoeficientes.**

### Plano de Expansão





## Materiais e Resíduos

GRI 306-2 | 306-3 | SASB CG-MR-410a.3

Reconhecemos a nossa responsabilidade na busca por soluções menos poluentes na geração de resíduos do transporte e embalagens da operação.

Em 2020, evoluímos nossa gestão de resíduos, alinhados à Política de Sustentabilidade da Companhia, com diversas iniciativas:

**1.891.842,45 kg de resíduos reciclados. O que representa 68,44% do total gerado no ano.**

O controle de resíduos do Universo Americanas é realizado pela área de *facilities* de cada *Fulfillment Center* e posteriormente, os dados são compilados pela área de Sustentabilidade, que compara anualmente esses indicadores. A destinação final é realizada por empresas terceiras que enviam relatórios de reciclagem dos resíduos.

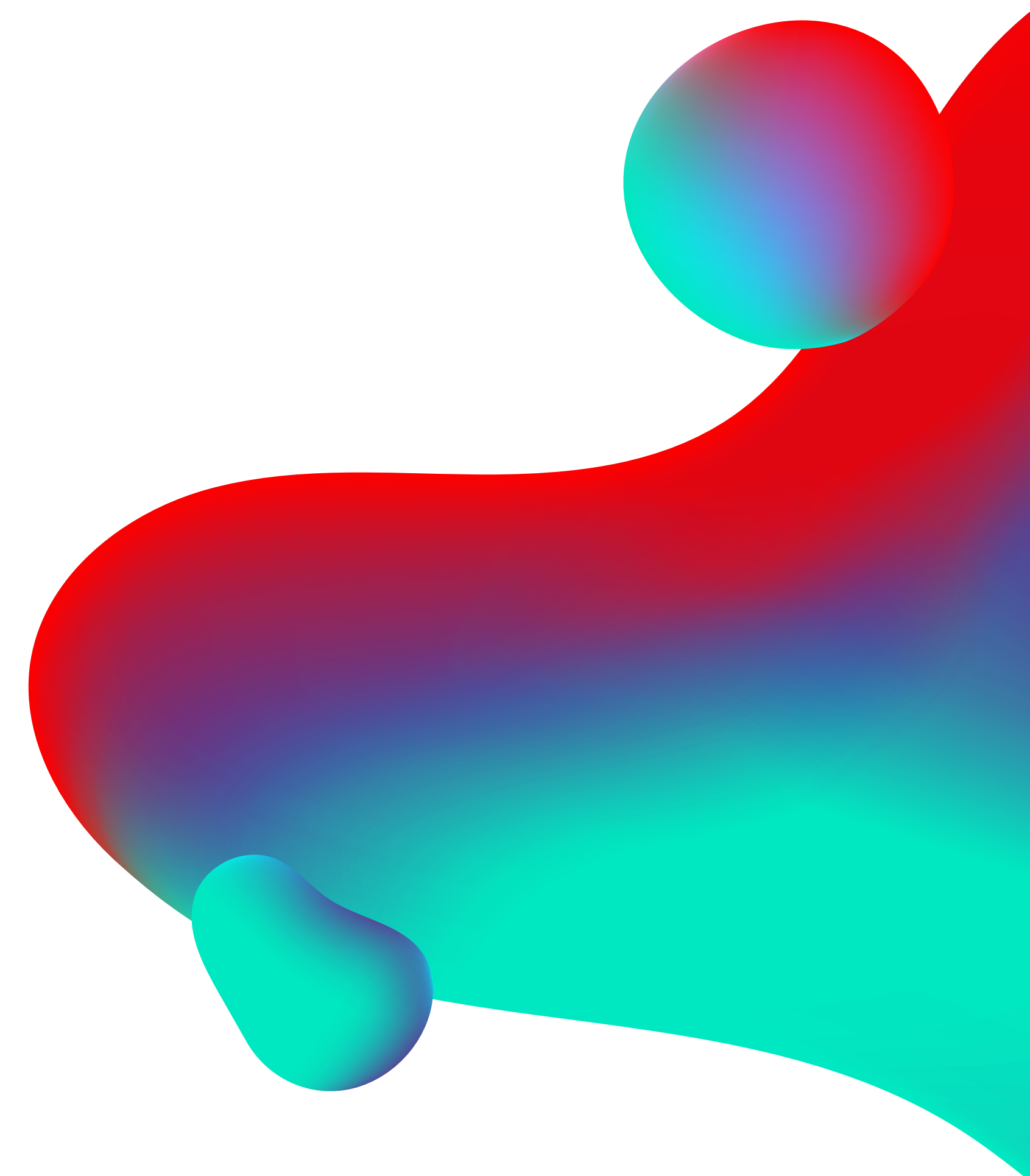
Visando alcançar a nossa meta de diminuição de 30% dos resíduos sólidos até 2030, aumentaremos o uso de embalagens recicláveis e reutilização de materiais que seriam descartados.

### Resíduos gerados<sup>1</sup> (Kg)

	2019	2020
Papelão/papel	777.426,00	1.123.922,04
Plástico	370.402,00	228.229,62
Madeira	664.115,00	459.223,80
Ferro	65.866,00	75.679,99
Vidro	3.723,00	4.033,00
Eletrônicos	15.460,00	37,50
Pilhas e Baterias	–	303,50
Lâmpada	–	413,00
Resíduo Comum	885.767,00	800.148,12
Sucatas	5.820,00	–
Entulho	10.770,00	70.490,00
Recicláveis diversos	991,00	1.760,00
<b>Total Reciclado<sup>2</sup></b>	<b>1.896.992,00</b>	<b>1.891.842,45</b>
<b>Total</b>	<b>2.800.340,00</b>	<b>2.764.240,57</b>

<sup>1</sup> Cobertura de dados dos nossos *Fulfillment Centers* ativos. Não estamos considerando as lojas nem as sedes administrativas.

<sup>2</sup> Considerando resíduos de papelão, papel, plástico, madeira, ferro, vidro, eletrônicos, pilhas e baterias e lâmpadas.





## Fundação Amazônia Sustentável (FAS)

Por meio da parceria com a FAS, coletamos mais de 900 quilos de resíduos sólidos na Amazônia, representando uma diminuição de 20% em comparação com 2019. Saiba mais sobre as demais frentes de atuação na página 63.

## Inova 2030

Participamos do **Inova 2030**, uma iniciativa do Pacto Global, em parceria com a Fundação Dom Cabral e a Liga de Intraempreendedores, que acelerou iniciativas de inovação e sustentabilidade.

O projeto escolhido criou um plano de conscientização e substituição do uso de sacolas plásticas nas lojas, que continuará sendo desenvolvido internamente por meio de parcerias entre diversas áreas.

## Projeto Papelão Zero

Entendemos que nossos *Fulfillment Centers* representam a etapa da operação que gera o maior número de resíduos, principalmente o papelão. Para alcançar maior eficiência operacional e redução dos impactos ambientais, desenvolvemos o projeto **Papelão Zero**, com a substituição dos contentores tradicionais de papelão por contentores de polipropileno, um polímero isento de BPA, substância química que apresenta efeitos nocivos à saúde.

Resistente, durável e de fácil deslocamento de mercadorias, cada contentor substitui cerca de 1,8 kg de caixas de papelão.

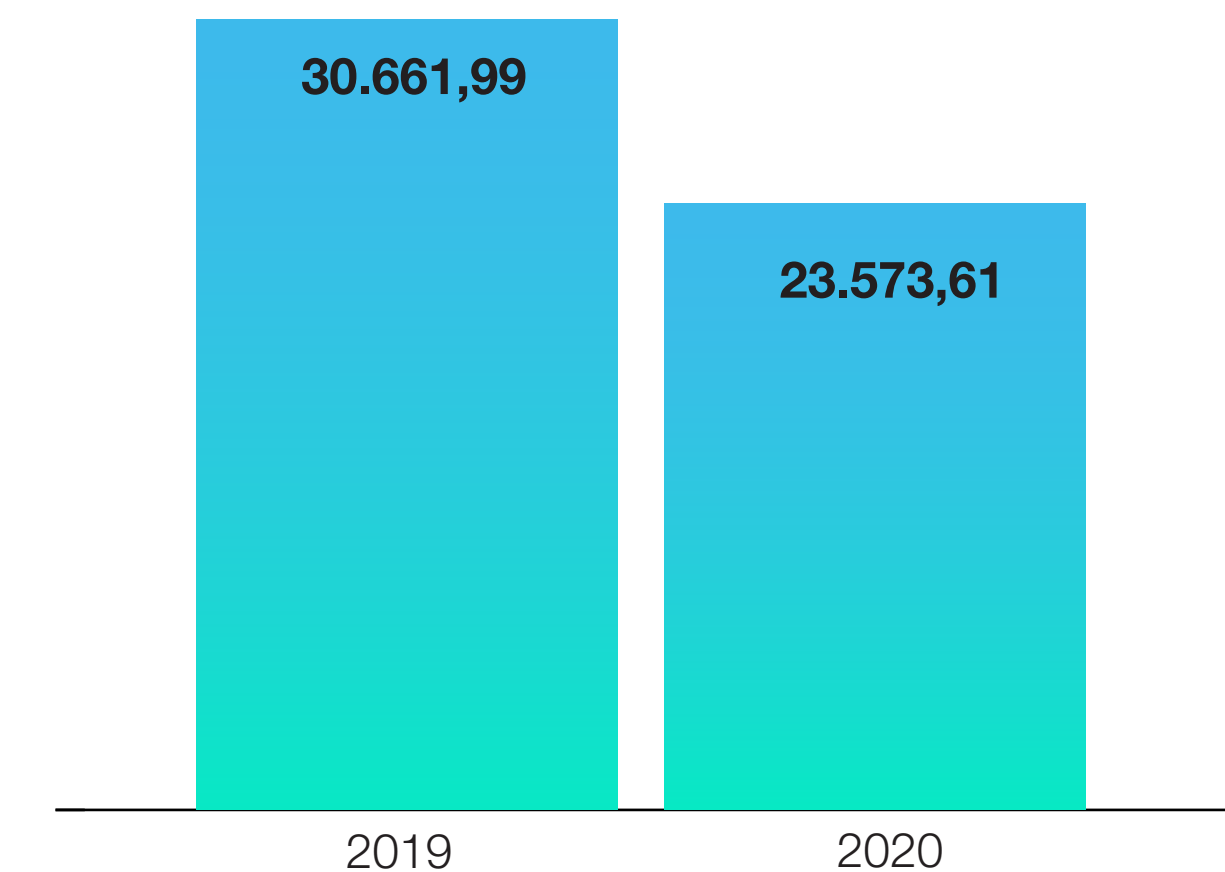
Em 2020, o projeto distribuiu 21.546 contentores, representando uma substituição de 38.783 Kg de papelão em todos os *Fulfillment Centers* do Rio de Janeiro.

Também realizamos a coleta seletiva em todas as nossas sedes administrativas em *Fulfillment Centers*, além da correta destinação dos resíduos gerados.

## GESTÃO DA ÁGUA

Mesmo que nosso negócio não cause grande impacto na gestão do recurso natural, utilizamos tecnologias para evitar desperdícios como descarga com opções de acionamento com menor fluxo, e torneiras com redutores de vazão e fechamento automático, tanto nas sedes como nos *Fulfillment Centers*. Também engajamos nossos associados constantemente por meio de ações e campanhas, para evitar desperdícios.

### Consumo de água municipal<sup>1</sup> (m<sup>3</sup>)



<sup>1</sup> Considerando todos os *Fulfillment Centers* ativos. Não estamos considerando as lojas nem as sedes administrativas.

---

# americanas

---

# 07.

---

## Nova Empresa



# Nova empresa

...expandindo para um ecossistema mais poderoso.



## É tempo de somar...

- + clientes
- + *sellers*
- + *merchants*
- + fornecedores
- + time

## Para entregar

a **melhor experiência** mais rápido  
 com **menos fricção**  
 e **maior engajamento**.

**08.**  
**Anexos**



# Índice GRI Standards

GRI 102-55

## Conteúdo Geral

## Referência (página) / Resposta direta

### GRI 102: Conteúdos Gerais 2016

#### Perfil Organizacional

102-1	Nome da organização	Página 14.
102-2	Atividades, marcas, produtos e serviços	Página 14.
102-3	Localização da sede da organização	Rua Sacadura Cabral, 102 - Saúde. CEP: 20081-902. Rio de Janeiro - RJ.
102-4	Local de operações	As operações do Universo Americanas estão centralizadas em território nacional. Saiba detalhes na página 14.
102-5	Natureza da propriedade e forma jurídica	Página 25.
102-6	Mercados atendidos	Páginas 16, 18 e 21.
102-7	Porte da organização	Páginas 14, 33 e 40.
102-8	Informações sobre empregados e outros trabalhadores	Página 40.
102-9	Cadeia de fornecedores	Páginas 14, 61 e 65.
102-10	Mudanças significativas na organização e em sua cadeia de fornecedores	Não houve mudanças significativas no porte, estrutura, propriedade e cadeia de fornecedores.
102-11	Princípio ou abordagem da precaução	Não adotamos formalmente, porém conta com um robusto sistema de gestão de risco. Saiba mais na página 70.
102-12	Iniciativas externas	Páginas 38 e 83.
102-13	Participação em associações	Páginas 38 e 83.
<b>Estratégia</b>		
102-14	Declaração do mais alto executivo	Página 04.

Conteúdo Geral		Referência (página) / Resposta direta
102-15	Principais impactos, riscos e oportunidades	Páginas 10, 21, 32, 38, 53, 65, 70 e 89.
<b>Ética e Integridade</b>		
102-16	Valores, princípios, normas e códigos de comportamento	Páginas 15, 68 e 69.
102-17	Mecanismos para orientações e preocupações referentes à ética	Páginas 68 e 70.
<b>Governança</b>		
102-18	Estrutura de governança	Página 26.
102-19	Delegação de autoridade	Página 29.
102-20	Responsabilidade de cargos e funções de nível executivo por tópicos econômicos, ambientais e sociais	Página 29.
102-21	Consulta a <i>stakeholders</i> sobre tópicos econômicos, ambientais e sociais	Página 30.
102-22	Composição do mais alto órgão de governança e dos seus comitês	Páginas 24 e 26.
102-23	Presidente do mais alto órgão de governança	Página 26.
102-24	Seleção e nomeação para o mais alto órgão de governança	Página 26.
102-25	Conflitos de interesse	Página 70.
102-26	Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança na definição de propósito, valores e estratégia	Páginas 29.
102-27	Conhecimento coletivo do mais alto órgão de governança	Páginas 30 e 69.
102-29	Identificação e gestão de impactos econômicos, ambientais e sociais	Página 30.
102-30	Eficácia dos processos de gestão de risco	Página 29.
102-31	Análise de tópicos econômicos, ambientais e sociais	Página 29.
102-32	Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança no relato de sustentabilidade	Página 07.
102-33	Comunicação de preocupações cruciais	Página 29.
102-35	Políticas de remuneração	Página 26. Confira a tabela detalhada na página 115.
102-36	Processo para determinação da remuneração	Página 26.

## Conteúdo Geral

## Referência (página) / Resposta direta

### Engajamento de Stakeholder

102-40	Lista de grupos de <i>stakeholders</i>	Clientes, associados, investidores, fornecedores, <i>sellers</i> , governos, sociedade civil, comunidade e ONGs (interações com Sustentabilidade).
102-41	Acordos de negociação coletiva	100%.
102-42	Identificação e seleção de <i>stakeholders</i>	Página 38.
102-43	Abordagem para engajamento de <i>stakeholders</i>	O engajamento, que ocorre a cada dois anos, foi realizado em 2019. Desenvolvemos consultas com clientes, fornecedores, associados, investidores, entre outros <i>stakeholders</i> , além de entrevistas aprofundadas com executivos e especialistas do Instituto Akatu, Associação Paulista de Supermercados (Apas) e Centro de Excelência em Varejo da FGV (GVcev).
102-44	Principais preocupações e tópicos levantados	Página 38.

### Práticas de relato

102-45	Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas	<a href="https://api.mziq.com/mzfilemanager/v2/d/941b74a9-5cce-4537-ba90-97973226b-3f3/82b20e82-83ea-8e02-e6ae-16ee614c58e7?origin=1">api.mziq.com/mzfilemanager/v2/d/941b74a9-5cce-4537-ba90-97973226b-3f3/82b20e82-83ea-8e02-e6ae-16ee614c58e7?origin=1</a>
102-46	Definição do conteúdo do relatório e dos Limites de tópicos	Páginas 38 e 116.
102-47	Lista de tópicos materiais	Página 38.
102-48	Reformulações de informações	Em 2020, não houve mudanças significativas.
102-49	Alterações no relato	Em 2020, realizamos a revisão do nosso estudo de materialidade, resultando em uma materialidade estratégica que guia a construção deste documento e da estratégia de sustentabilidade do Universo Americanas até 2022. A nova materialidade é pautada por um conceito central, três pilares, e nove aspectos, descritos em detalhes na página 39.
102-50	Período coberto pelo relatório	Página 07.



Conteúdo Geral		Referência (página) / Resposta direta
102-51	Data do relatório mais recente	2019.
102-52	Ciclo de emissão de relatórios	Anual.
102-53	Contato para perguntas sobre o relatório	<a href="mailto:sustentabilidade@lasa.com.br">sustentabilidade@lasa.com.br</a>
102-54	Declarações de relato em conformidade com as Normas GRI	Página 07.
102-55	Sumário de conteúdo da GRI	Página 102.
102-56	Verificação externa	Este ciclo de relato, com base nos modelos de Relato Integrado e GRI, conta com auditoria externa da SGS ICS Certificadora LTDA. As informações financeiras contam com auditoria da PricewaterhouseCoopers Auditores Independentes e as informações sobre Emissões Atmosféricas com verificação da SGS ICS Certificadora LTDA. Saiba mais na Carta de Asseguração na página 118.
<b>GRI 103: Forma de Gestão 2016</b>		
103-1	Explicação do tópico material e seu limite	Time de Excelência – Página 40; Relevância Social – Página 55; Fornecedores Responsáveis – Página 65; Condução Ética – Página 68; Fomento à Inovação – Página 71; Cliente Seguro e Satisfeito – Página 79; Oferta Sustentável e de Qualidade – Página 83; Combate às Mudanças Climáticas – 88; Redução do Uso de Materiais – Página 94.
103-2	Forma de gestão e seus componentes	Páginas 39, 40, 55, 65, 68, 71, 79, 83, 88 e 94.
103-3	Avaliação da forma de gestão	Páginas 39, 40, 55, 65, 68, 71, 79, 83, 88 e 94.

**Conteúdos Econômicos****Referência (página) / Resposta direta****Desempenho Econômico**

201-1	Valor econômico direto gerado e distribuído	Página 33.
201-2	Percentual e número total de operações submetidas a avaliações de riscos relacionados a corrupção e os riscos significativos identificados	Página 88.

**Presença no Mercado**

202-2	Proporção de membros da diretoria contratados na comunidade local	100% dos membros da Diretoria são brasileiros.
-------	---	--

**Impactos Econômicos Indiretos**

203-1	Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços	Página 56.
203-2	Impactos econômicos indiretos significativos	Páginas 59 e 64.

**Práticas de Compra**

204-1	Proporção de gastos com fornecedores locais	Páginas 61 e 65.
-------	---	------------------

**Combate à Corrupção**

205-1	Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	Página 68.
205-2	Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção	Páginas 69 e 70.
205-3	Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	Página 69.

**Concorrência Desleal**

206-1	Ações judiciais por concorrência desleal, práticas de truste e monopólio	Página 69.
-------	--	------------

**Conteúdos Ambientais****Referência (página) / Resposta direta****Energia**

302-1	Consumo de energia dentro da organização	Páginas 90 e 92.
302-3	Intensidade energética	Página 91.
302-4	Redução do consumo de energia	Páginas 90 e 92.
302-5	Reduções nos requisitos energéticos de produtos e serviços	Página 91.

**Emissões**

305-1	Emissões diretas (Escopo 1) de Gases de Efeito Estufa (GEE)	Página 90.
305-2	Emissões indiretas (Escopo 2) de Gases de Efeito Estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia	Página 90.
305-3	Outras emissões indiretas (Escopo 3) de Gases de Efeito Estufa (GEE)	Página 90.
305-4	Intensidade de emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE)	Página 91.
305-5	Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	Página 90.
305-6	Emissões de substâncias destruidoras da camada de ozônio (SDO)	Não há.
305-7	Emissões de NO <sub>x</sub> , SO <sub>x</sub> e outras emissões atmosféricas significativas	Não há.

**Resíduos 2020**

306-2	Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos	Página 97.
306-3	Resíduos gerados	Página 97.

**Avaliação Ambiental de Fornecedores**

308-1	Novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais	Página 65.
308-2	Impactos ambientais negativos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas	Página 65.

**Conteúdos Sociais****Referência (página) / Resposta direta****Emprego**

401-1	Novas contratações e rotatividade de empregados	Página 40.
401-2	Benefícios oferecidos a empregados em tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou de período parcial	Todos nossos associados são regidos pela CLT, tendo direito às práticas previstas por lei, além de um amplo conjunto de benefícios, quaisquer que sejam os cargos que ocupem no Universo Americanas, com exceção dos temporários. Dentre os benefícios estão: vale-transporte, seguro de vida, plano de saúde, assistência odontológica, vale-refeição ou alimentação em refeitórios, descontos em compras de produtos na Americanas e nos sites Americanas, Submarino e Shoptime e descontos em academias, escolas de idiomas e universidades.
401-3	Licença maternidade/paternidade	Mantemos um programa para que nossas futuras mães tenham total acompanhamento e acesso às informações necessárias para uma gestação adequada e segura. Como resultado, temos uma taxa de retorno ao trabalho após licença maternidade de 95% e de licença paternidade de 100%.

**Relações de Trabalho**

402-1	Prazo mínimo de aviso sobre mudanças operacionais	Atuamos de acordo com a CLT e segue as orientações dos sindicatos.
-------	---	--

**Capacitação e Educação**

404-1	Média de horas de capacitação por ano, por empregado	Página 51.
404-2	Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e de assistência para transição de carreira	Página 51.
404-3	Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira	O percentual não foi divulgado em 2020, devido à reestruturação do modelo.

**Diversidade e Igualdade de Oportunidades**

405-1	Diversidade em órgãos de governança e empregados	Não possuímos associados localizados nos EUA. Saiba mais sobre a diversidade do time de excelência na página 44.
-------	--	--

Conteúdos Sociais		Referência (página) / Resposta direta
<b>Trabalho Infantil</b>		
408-1	Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil	Página 65.
<b>Trabalho Forçado ou Análogo ao Escravo</b>		
409-1	Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo	Página 65.
<b>Avaliação de Direitos Humanos</b>		
412-1	Operações submetidas a avaliações de direitos humanos ou de impacto nos direitos humanos	Páginas 65 e 68.
412-2	Capacitação de empregados em políticas ou procedimentos de direitos humanos	3.116 associados treinados nas políticas e procedimentos de direitos humanos, totalizando 8,65% dos associados e 997,3 horas. Treinamento foi iniciado em 2020. A partir de 2021, pretendemos ampliar o número de associados treinados e as horas de treinamento.
412-3	Acordos e contratos de investimentos significativos que incluem cláusulas sobre direitos humanos ou que foram submetidos a avaliação de direitos humanos	Página 68.
<b>Comunidades Locais</b>		
413-1	Operações com engajamento, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento voltados à comunidade local	Páginas 56, 59, 61 e 64.
<b>Avaliação Social de Fornecedores</b>		
414-1	Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais	Página 65.
414-2	Impactos sociais negativos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas	Página 65.
<b>Políticas Públicas</b>		
415-1	Contribuições políticas	Não foram feitas contribuições.
<b>Saúde e Segurança do Consumidor</b>		
416-1	Avaliação dos impactos na saúde e segurança causados por categorias de produtos e serviços	Página 86.

**Conteúdos Sociais****Referência (página) / Resposta direta**

416-2	Casos de não conformidade em relação aos impactos na saúde e segurança causados por produtos e serviços	Identificamos 295 casos de inconformidade no Universo Americanas, incluindo regulamento do Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (Inmetro) e produtos vencidos. Conheça detalhes sobre a gestão do tema na página 83.
-------	---	--

**Privacidade do Cliente**

418-1	Queixas comprovadas relativas a violação da privacidade e perda de dados de clientes	Página 80.
-------	--	------------

**Conformidade Socioeconômica**

419-1	Não conformidade com leis e regulamentos na área socioeconômica	Não foi identificado nada significativo e eventuais casos foram identificados e resolvidos de acordo com os quesitos legais e valores da Companhia.
-------	---	---

# Índice SASB

GRI 102-55

Indicador		Referência (página) / Resposta direta
<b>Gestão da Energia em Varejo &amp; Distribuição</b>		
CG-MR-130a.1	(1) Energia total consumida, (2) porcentagem de eletricidade do mercado livre, (3) porcentagem de energia renovável	Página 92.
<b>Segurança de dados</b>		
CG-MR-230a.1	Descrição da abordagem para identificar e lidar com riscos de segurança de dados	Página 80.
CG-MR-230a.2	(1) Número de violações de dados, (2) porcentagem envolvendo informações de identificação pessoal (PII), (3) número de clientes afetados	Página 80.
<b>Práticas de trabalho</b>		
CG-MR-310a.2	(1) Taxa de rotatividade voluntária e (2) involuntária para funcionários da loja e para todos os funcionários	Reportamos a taxa de rotatividade voluntária na página 40.
<b>Diversidade e inclusão dos colaboradores</b>		
CG-MR-330a.1	Porcentagem de representação de gênero e grupo étnico/racial para (1) gestão, (2) cargos técnicos (tecnologia e inovação) e (3) todos os outros funcionários	Página 44.
<b>Abastecimento de produtos, embalagens e marketing</b>		
CG-MR-410a.1	Receita de produtos de terceiros certificados por padrões ambientais e/ou sociais de sustentabilidade	Página 86.
CG-MR-410a.3	Discussão de estratégias para reduzir o impacto ambiental das embalagens	Página 97.
CG-EC-410a.2	Discussão de estratégias para reduzir o impacto ambiental das entregas de produtos	Páginas 91 e 94.
<b>Privacidade de dados e publicidade</b>		
CG-EC-220a.1	Número de usuários cujas informações são usadas para fins secundários	Página 79.
CG-EC-220a.2	Políticas e práticas relacionadas a publicidade comportamental e privacidade do usuário	Página 79.

# Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD) Framework

Temas	Recomendações TCFD	Referência (página) / Resposta direta
Governança 1	Descreva como o Conselho supervisiona os riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas.	A gestão dos riscos e oportunidades das mudanças climáticas é de responsabilidade da Diretoria de Sustentabilidade, com reporte direto ao CA. Conheça detalhes na página 88.
Governança 2	Descreva o papel do Conselho na avaliação e gestão de riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas.	O CA participa ativamente da avaliação e gestão de riscos e oportunidades das mudanças climáticas, de acordo com o monitoramento e o reporte realizado pela Diretoria de Sustentabilidade. Conheça detalhes na página 88.
Estratégia 1	Riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas que a organização identificou no curto, médio e longo prazos.	Identificamos dois principais riscos: Eventos extremos de precipitação e Mudanças de temperatura que podem causar riscos relacionado às ondas de calor, ambos descritos na página 89.
Estratégia 2	Impactos dos riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas sobre os negócios, a estratégia e o planejamento financeiro da organização.	Em processo de integração à estratégia do Universo Americanas.
Estratégia 3	Resiliência da estratégia da organização, considerando diferentes cenários de mudanças climáticas, incluindo um cenário de 2°C ou menos.	Alinhados ao Acordo de Paris, a nossa estratégia é dividida em ações de mitigação e, por fim, a compensação o que ainda não foi possível diminuir. Como consequência, pelo segundo ano consecutivo, somos um negócio Carbono Neutro para as emissões do Escopo 1 e 2. Saiba mais na página 89.
Gestão de riscos 1	Processos utilizados pela organização para identificar e avaliar os riscos relacionados às mudanças climáticas.	Realizamos um estudo com uma consultoria externa para avaliar os riscos físicos para mudança de clima até 2040. Foram considerados dois cenários: otimista (RCP 4.5) e pessimista (RCP 8.5). Saiba mais na página 89.



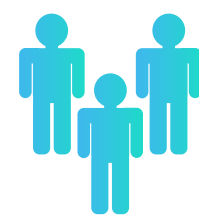
Temas	Recomendações TCFD	Referência (página) / Resposta direta
Gestão de riscos 2	Processos utilizados pela organização para gerenciar os riscos relacionados às mudanças climáticas.	Os temas são trabalhados no Comitê de ESG do Universo Americanas, que possui membros da área de Riscos. Desta forma, é possível evoluir na gestão dos temas para integrá-los na gestão de riscos do Universo Americanas.
Gestão de riscos 3	Como os processos utilizados pela organização para identificar, avaliar e gerenciar os riscos relacionados às mudanças climáticas são integrados à gestão geral de riscos da organização.	Os riscos e oportunidades estão no processo de integração à gestão geral de riscos do Universo Americanas.
Métricas e metas 1	Métricas utilizadas pela organização para avaliar os riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas de acordo com sua estratégia e seu processo de gestão de riscos.	As métricas estão sendo estudadas em parceria com a área de riscos do Universo Americanas.
Métricas e metas 2	Emissões de Gases de Efeito Estufa de Escopo 1, Escopo 2 e, se for o caso, Escopo 3, e os riscos relacionados a elas.	Página 90.
Métricas e metas 3	Metas utilizadas para gerenciar os riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas, e o desempenho com relação às metas.	Nossas metas ambientais estão descritas na página 87.

# Mapa de Capitais



## CAPITAL Financeiro

Página 09, 23, 31 e 37.



## CAPITAL Humano

Página 09 e 37.



## CAPITAL Natural

Página 09 e 37.



## CAPITAL Intelectual

Página 09, 13, 23, 37 e 99.



## CAPITAL Manufaturado

Página 09, 13, 37 e 99.



## CAPITAL Social e Relacionamento

Página 09, 13, 23 e 37.

# ODS Prioritários



## ODS 4

### Educação e Qualidade

Páginas 38, 46, 55, 59,  
60, 61, 62, 63 e 64.



## ODS 5

### Igualdade de Gênero

Páginas 38, 46, 49,  
63, 64, 84 e 85.



## ODS 8

### Empregos dignos e crescimento e econômico

Páginas 38, 46, 55, 61,  
64, 84, 85, 89 e 94



## ODS 10

### Redução das Desigualdades

Páginas 38, 46, 49,  
59, 60, 61, 62, 63,  
64, 84 e 85.



## ODS 13

### Combate às Mudanças Climáticas

Páginas 38, 61, 89 e 94.

# Outros indicadores

Conheça os demais indicadores do Universo Americanas, em 2020:

## Taxa de frequência de acidentes com afastamento<sup>1</sup>

Ano	nº de horas trabalhadas	Taxa de Dias Ausentes/Restritos ou de Transferência (DART)	Taxa de Dias de Trabalho Perdidos (LWD)
2017	83.453.436	4,21	2,61
2018	86.881.828	3,4	1,89
2019	89.287.352	3,15	2,63
2020	92.397.580	4,54	2,41

<sup>1</sup> Cobertura de 100% das operações próprias e dos associados do Universo Americanas.

## Remuneração da alta liderança (GRI 102-35)

	2017			2018			2019			2020		
	Conselho de Administração	Diretoria Estatutária	Conselho Fiscal	Conselho de Administração	Diretoria Estatutária	Conselho Fiscal	Conselho de Administração	Diretoria Estatutária	Conselho Fiscal	Conselho de Administração	Diretoria Estatutária	Conselho Fiscal
Nº de membros <sup>2</sup>	7	11	3,67	7,67	10,83	3,33	8	12	3,67	7	12	4
Nº de membros remunerados	7	8	3,67	7,67	8,42	3,33	8	10	3,67	7	10	4
<b>Remuneração fixa (R\$)</b>												
Salário ou pró-labore	3.057.623,00	21.215.529,00	670.763,00	2.707.855,00	22.985.404,00	669.019,00	2.165.832,00	22.520.995,00	780.926,00	4.289.273,00	24.824.425,00	893.703,00
INSS	21.904,00	60.900,00	21.904,00	19.398,00	65.980,00	21.847,00	15.515,00	64.648,00	25.501,00	30.727,00	71.259,00	29.184,00

<sup>2</sup> O número de membros de cada órgão corresponde à média anual do número de membros de cada órgão apurado mensalmente.

### Remuneração da alta liderança (GRI 102-35)

	2017			2018			2019			2020		
	Conselho de Administração	Diretoria Estatutária	Conselho Fiscal	Conselho de Administração	Diretoria Estatutária	Conselho Fiscal	Conselho de Administração	Diretoria Estatutária	Conselho Fiscal	Conselho de Administração	Diretoria Estatutária	Conselho Fiscal
Remuneração variável (R\$)												
Baseada em ações (incluindo opções)	0	18.074.995,00	0,00	469.250,00	34.451.565,00	0,00	879.844,00	20.930.887,00	0,00	879.844,00	20.432.216,00	0
Bônus	0	14.100.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	15.843.375,00	0,00	0,00	17.000.000,00	0
<b>Total</b>	<b>3.079.527,00</b>	<b>53.451.424,00</b>	<b>692.667,00</b>	<b>3.196.503,00</b>	<b>57.502.949,00</b>	<b>690.866,00</b>	<b>3.061.191,00</b>	<b>59.359.905,00</b>	<b>806.427,00</b>	<b>5.199.844,00</b>	<b>63.327.900,00</b>	<b>922.887,00</b>

Do total de ações da nossa controladora, Americanas, ao final de 2020, 60,8% eram de propriedade direta ou indireta de membros das famílias que adquiriram a Companhia em 1982, sendo: Sicupira: 15,2%; Lemann: 32,8%; Telles: 12,8%.

Para saber mais sobre as participações acionárias da Companhia em outras sociedades, acesse a seção 15 do nosso Formulário de Referência:

[api.mziq.com/mzfilemanager/v2/d/941b74a9-5cce-4537-ba90-97973226b3f3/3b3661a0-02a8-4925-5616-d934bf0246b0?origin=1](http://api.mziq.com/mzfilemanager/v2/d/941b74a9-5cce-4537-ba90-97973226b3f3/3b3661a0-02a8-4925-5616-d934bf0246b0?origin=1)

### Stakeholders impactados (GRI 102-46)

	Internos	Externos
Time de Excelência	RH; Treinamento/desenvolvimento; Saúde e segurança; Diversidade; Comunicação interna.	Universidades; Fornecedores de benefícios.
Relevância Social	Responsabilidade social; Time de relacionamento com <i>sellers</i> ; RH – desenvolvimento;	<i>Sellers</i> ; Empresas controladas que prestam serviços para <i>sellers</i> ; Projetos sociais de desenvolvimento em tecnologia; Projetos sociais de desenvolvimento em varejo e vendas; Projetos sociais de apoio à inovação; Associações comerciais dos municípios de pequeno porte em que atua.

Fornecedores Responsáveis	Time responsável pelo sortimento internacional; Marcas próprias; Auditoria/conformidade; Time responsável por selecionar sortimento; Sustentabilidade.	<i>Sellers</i> ; Fornecedores de produtos para revenda; Associações de monitoramento de conformidade no setor.
Condução Ética	Auditoria/conformidade/ética; RH.	Investidores; Instituições financeiras; Governos; Sociedade.
Fomento à Inovação	IF; Tecnologia; Inovação; RH; Experiência do cliente; Ame.	Universidades; Labs de inovação; Governos/órgãos regulamentadores.
Cliente Seguro e Satisfeito	Segurança da informação; TI; Relacionamento com clientes; Marketing/comunicação.	Adquirentes; Bandeiras de cartão; Plataformas de tecnologia.
Oferta Sustentável e de Qualidade	Comunicação; Time responsável por informações sobre produtos nos sites; Times que negociam com fornecedores de revenda; Sustentabilidade.	<i>Sellers</i> ; Fornecedores de produtos para revenda.
Combate às Mudanças Climáticas	Logística; Engenharia e arquitetura; Gestão de lojas; Sustentabilidade.	Fornecedores de energia (mercado livre); Fornecedores de logística; Fornecedores de combustível; Fornecedores de equipamentos de refrigeração e iluminação; Fornecedores de automação; Fornecedores de Centro de Processamento de Dados.
Redução do Uso de Materiais	Logística; Gestão de lojas; Design; Times que negociam com fornecedores de revenda; Sustentabilidade.	Fornecedores de embalagens para FCs; Fornecedores de produtos para revenda; Fornecedores de embalagens para lojas; Empresas de logística reversa; Empresas de reciclagem; <i>Sellers</i> .



## DECLARAÇÃO DE ASSEGURAÇÃO

GRI 102-55

### DECLARAÇÃO DA SGS ICS CERTIFICADORA LTDA. (SGS) SOBRE AS ATIVIDADES DE SUSTENTABILIDADE INDICADAS NO “RELATÓRIO ANUAL 2020” DA LOJAS AMERICANAS S.A.

#### NATUREZA E ESCOPO DA ASSEGURAÇÃO

A SGS foi contratada pela LOJAS AMERICANAS S.A. para realizar a asseguração independente de seu Relatório de Sustentabilidade 2020. O escopo de asseguração, baseado na metodologia para assegurações de Relatórios de Sustentabilidade da SGS, incluiu a verificação dos *disclosures* segundo *GRI Standards* relativos no ano de 2020.

As informações do “RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2020” e sua apresentação são de exclusiva responsabilidade das estruturas de gestão da LOJAS AMERICANAS S.A. A SGS não fez parte da preparação de nenhum material incluído no referido relatório tais como análises de riscos, testes de materialidade e outras questões críticas que podem vir afetar negativamente os negócios da LOJAS AMERICANAS S.A. Nossa responsabilidade foi a de expressar uma opinião sobre os *disclosures* GRI e os seus textos, dados, gráficos e declarações dentro do escopo de asseguração com a intenção de informar as partes interessadas da LOJAS AMERICANAS S.A.

O Grupo SGS desenvolveu um conjunto de protocolos de Asseguração de Comunicados de Sustentabilidade baseando-se nas melhores práticas apresentadas no guia *GRI Sustainability Reporting Standards* e o padrão de asseguração ISAE3000. Estes protocolos dão diferentes opções de nível de Asseguração, dependendo do contexto e da capacidade da Organização Declarante, neste caso, a LOJAS AMERICANAS S.A.

Este relatório foi assegurado utilizando nossos protocolos para avaliação da veracidade do conteúdo e seu alinhamento com os tópicos de *requirements* do *GRI Sustainability Reporting Standards*, (Universal Standards 101, 102 e 103) e com os *requirements* dos *Topic-specific Standards* (*GRI 200*, *GRI 300* e *GRI 400*) de acordo com os temas materiais identificados pelas LOJAS AMERICANAS S.A. através do processo descrito neste relatório. Com base nesse contexto, o “RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2020” caracteriza-se como Nível Essencial (*Core Option*).

O processo de asseguração compreendeu (i) a revisão dos *disclosures*, informações e dados presentes em versão preliminar sem diagramação do relatório de sustentabilidade; (ii) entrevistas com colaboradores estratégicos, tanto para compreensão dos dados do relatório, quanto para entendimento dos processos de gestão envolvidos com os temas materiais; e (iii) revisão de documentação complementar encaminhada pela LOJAS AMERICANAS S.A. à SGS. As informações contábeis da LOJAS AMERICANAS S.A. contidas e/ou referenciadas no “RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2020”, não foram avaliadas como parte deste processo de asseguração.

A equipe da SGS e da LOJAS AMERICANAS S.A., devido a condições externas e de precaução da saúde e segurança dos colaboradores, seguindo as recomendações da Organização Mundial de Saúde e respeitando o período de quarentena devido a pandemia da Covid-19, conduziu o processo de asseguração remoto.

#### DECLARAÇÃO DE INDEPENDÊNCIA E COMPETÊNCIA

O Grupo de empresas da SGS é líder mundial em inspeções, análises e verificações, com operações em mais de 140 países e prestando serviços que incluem a certificação de sistemas de gestão, auditorias e capacitação nas áreas de qualidade, ambiental, social e ética, asseguração de relatórios de sustentabilidade e verificação de gases de efeito estufa. A SGS afirma sua independência com relação à LOJAS AMERICANAS S.A., estando livre de conflito de interesse com a organização, suas subsidiárias e partes interessadas.



## DECLARAÇÃO DE ASSEGURAÇÃO

A equipe de asseguração foi formada com base em conhecimento, experiência e qualificação para este serviço e foi composta de:

- Um Auditor Líder de Asseguração de Relatório de Sustentabilidade, Auditor Líder de programas Socioambientais e Gestão Ambiental, Verificador de Gases de Efeito Estufa (GEE), Auditor Líder no Programa Renovabio.
- Um Auditor de Asseguração de Relatórios de Sustentabilidade, Verificador Líder de Gases de Efeito Estufa (GEE) e programas de Mudanças Climáticas, Auditor Líder no Programa Renovabio.

### PARECER DE ASSEGURAÇÃO

Foi solicitada uma asseguração limitada e o trabalho realizado foi suficiente e adequado para uma asseguração firme. Com relação à verificação realizada na metodologia, processos e os dados apresentados pela LOJAS AMERICANAS S.A., atestamos que as informações e dados contidos nos *disclosures* do “RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2020” são confiáveis e uma representação fidedigna e equilibrada das atividades de sustentabilidade desenvolvidas pela LOJAS AMERICANAS S.A. no ano-base 2020. A equipe de asseguração dá o parecer de que os *disclosures* do relatório podem ser utilizados pelas partes interessadas da empresa como parte de seus processos de avaliação da companhia. A organização escolheu o nível de asseguração Essencial (*Core Option*), o que atende às suas necessidades.

Em nossa opinião, com base no que foi verificado e nos materiais apresentados pela LOJAS AMERICANAS S.A., o conteúdo do relatório atende integralmente aos requisitos dos GRI Standards.

### RECOMENDAÇÕES, CONSTATAÇÕES E CONCLUSÕES DA ASSEGURAÇÃO

Os *disclosures* do Relatório da LOJAS AMERICANAS S.A., “RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2020”, estão alinhados com os *GRI Sustainability Reporting Standards* (Universal Standards 101, 102 e 103) e com os *requirements* dos *Topic-specific Standards* (*GRI 200, GRI 300 e GRI 400*), Opção Essencial (*Core Option*).

A LOJAS AMERICANAS S.A. apresenta seu Relatório com base em 03 pilares (Desenvolvimento, Excelência e Ecoeficiência) com 09 tópicos materiais levantados em estudo de materialidade realizado em 2020. Em nosso entendimento, os temas resultantes do estudo refletem os impactos das atividades da LOJAS AMERICANAS S.A. de maneira equilibrada e o relatório cobre informações sobre todos os tópicos considerados como materiais para o setor e para as partes interessadas. Contudo foram evidenciados *disclosures* reportados de maneira parcial, quais sejam: 308-1, 401-1, 401-3, 404-1 e 404-2.

A LOJAS AMERICANAS S.A. reportou de maneira adequada o *disclosure* 103-1 – Explicação do tópico material e seu limite, e tem como oportunidade de melhoria um maior detalhamento sobre a forma de gestão de cada tópico material (*disclosure* 103-2 – Forma de gestão e seus componentes), bem como estruturação do *disclosure* 103-3 - Avaliação da forma de gestão, em próximo relatório de sustentabilidade, especialmente em relação aos tópicos materiais “Oferta sustentável e de qualidade”, “Redução do uso de materiais (embalagem e reciclagem)” e “Relevância Social”, sugerimos que os mesmos sejam mais bem explorados em próximas publicações, com maiores informações sobre a forma de gestão e seus componentes (*disclosure* 103-2), incluindo metas e objetivos, bem como estruturação do *disclosure* 103-3 - Avaliação da forma de gestão.



## DECLARAÇÃO DE ASSEGURAÇÃO

Em termos de contribuição à melhoria no desenvolvimento de futuros relatórios de sustentabilidade e a uma maior eficiência no processo de asseguuração, sugere-se que a LOJAS AMERICANAS S.A.:

1. Desenvolva um processo contínuo de mapeamento de *stakeholders* e materialidade. As melhores práticas indicam que os temas materiais devem ser extraídos dos processos de interação da organização com seus *stakeholders* que já estão em curso e que ocorrem ao longo de todo o ano.
2. Promova uma melhor divulgação e aproveitamento interno dos aprendizados extraídos do novo processo de materialidade, visando amadurecer os pontos de contato com as áreas respondentes aos *disclosures*. Essa prática permitirá um relato cada vez mais completo, preciso e transparente.
3. Em relação ao *disclosure* 401-1 – Novas contratações e rotatividade de empregados, sugerimos que em próximo relatório a informação de rotatividade seja apresentada para 100% dos colaboradores, incluindo o quadro operacional.
4. Busque detalhar, conforme solicitação do GRI Standards, os *disclosures* 103-2 – Forma de gestão e seus componentes e 103-3 – Avaliação da forma de gestão, para cada tópico material.

Reconhecemos o empenho e esforço dedicado pela LOJAS AMERICANAS S.A., em realizar a divulgação do Relatório de Sustentabilidade de acordo com o *GRI Sustainability Reporting Standards*, (Universal Standards 101, 102 e 103) e com os *requirements* dos *Topic-specific Standards* (*GRI 200*, *GRI 300* e *GRI 400*).

Finalmente, a SGS parabeniza a LOJAS AMERICANAS S.A. pela iniciativa de conduzir uma asseguuração de seu relatório, e pelo compromisso histórico com a sustentabilidade e faz votos de que se mantenham os avanços significativos no tema que a empresa tem obtido nos últimos anos.

14 de junho de 2021

Assinado por e em nome da SGS

**Fabian Peres Gonçalves**  
Gerente de Negócios – Sustentabilidade

**Caio César Ferreira de Faria**  
Auditor Líder de Relatório de Sustentabilidade



# Créditos

## Coordenação

Diretoria de Comunicação e Sustentabilidade

Diretoria de Relações com Investidores

## Redação, Consultoria GRI, Projeto Gráfico e Diagramação

Ricca Sustentabilidade

## Contato

[sustentabilidade@lasa.com.br](mailto:sustentabilidade@lasa.com.br)