

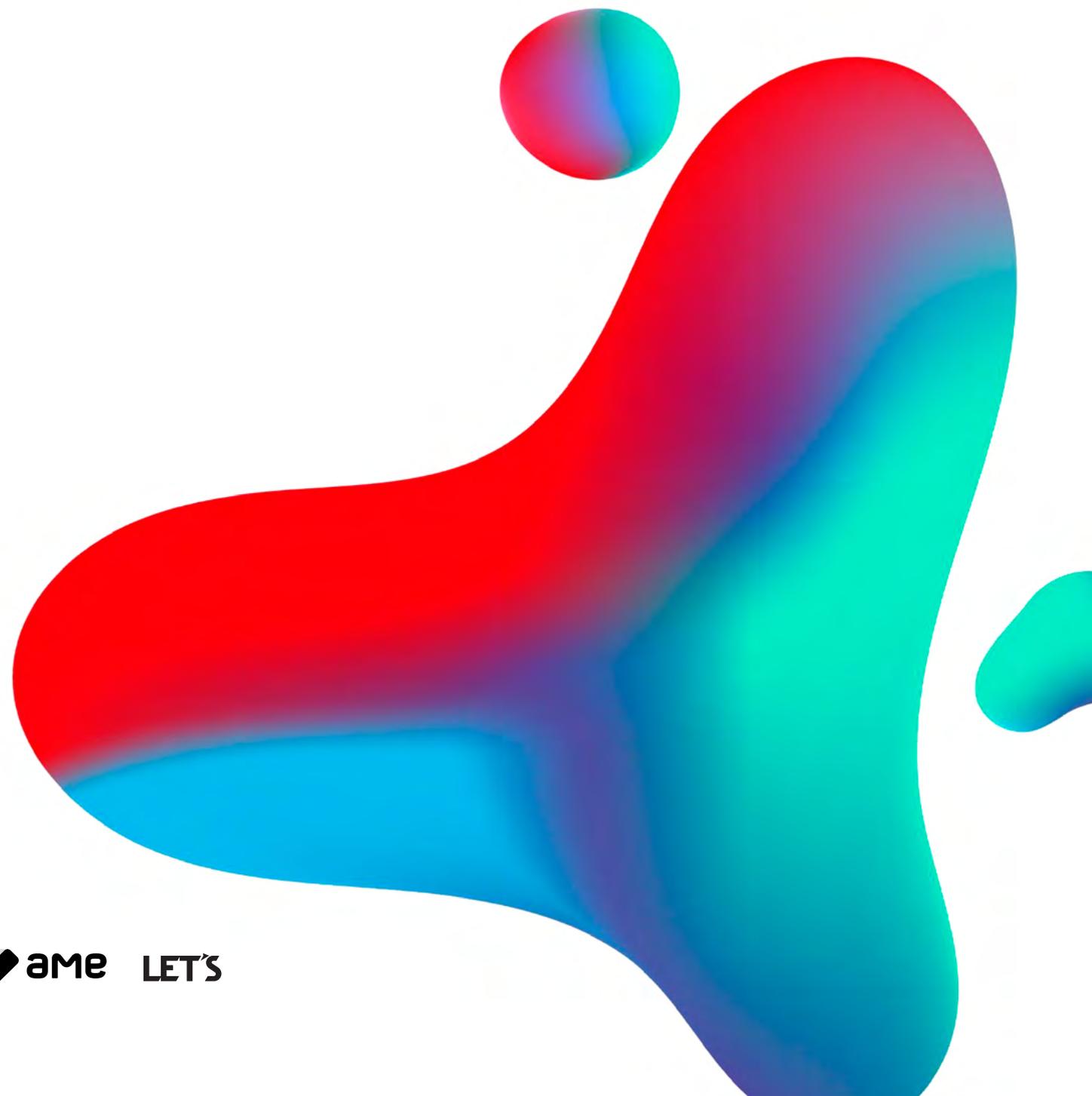
# UNIVERSO

---

# AMERICANAS

---

Relatório Anual 2019



**AMERICANAS**



**IF** INOVAÇÃO  
& FUTURO

**ame** LET'S

# Sumário

## Introdução

Mensagem da Administração	4
Sobre o Relatório	7

## Nosso Universo

Quem Somos	10
Diferenciais Estratégicos	21
Foco no Cliente	23
Combate à Covid-19	26
Prêmios e Reconhecimentos	29

## Governança Corporativa

Panorama	32
Melhores Práticas	33
Princípios Orientadores	37

## Desempenho Financeiro

Cenário	40
Resultados	41

## Gente

Nosso Time	49
Atração	54
Desenvolvimento	57
Comunicação e Engajamento	59
Saúde e Segurança	60

## Impacto Positivo

Estratégia de Sustentabilidade	66
Relevância Social	70
Gestão Ambiental	83

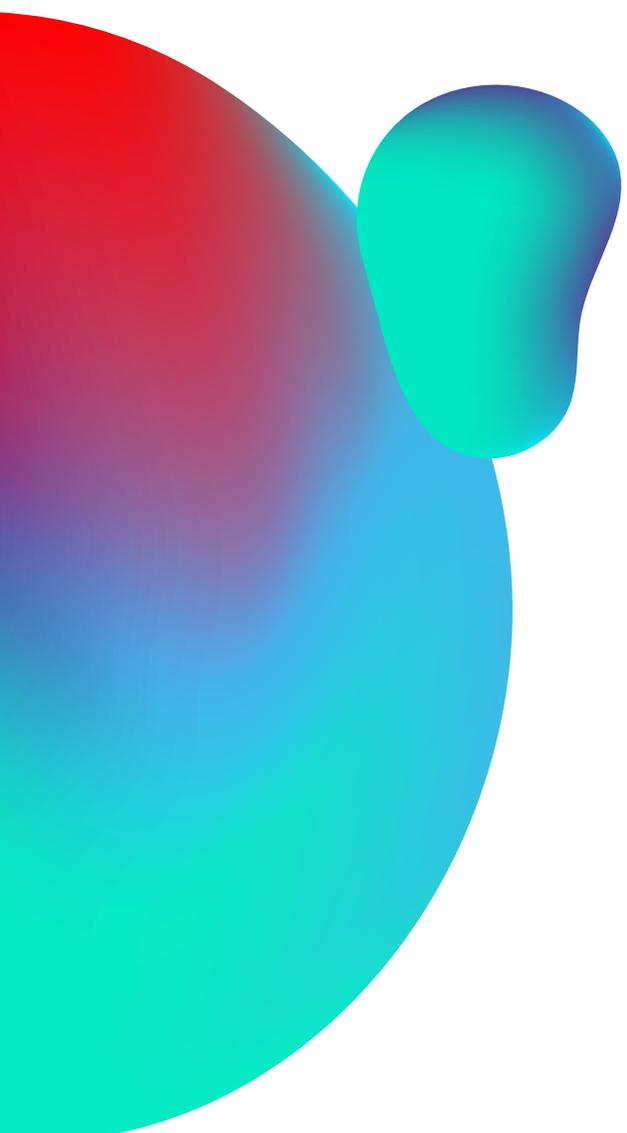
## Anexos

Índice de Conteúdo GRI	91
Mapa de Capitais	98
Carta de Asseguração	99
Créditos	102



# Introdução





---

# Mensagem da Administração

GRI 102-14

O ano de 2019 foi especial para o Universo Americanas. Esse ano, comemoramos os “90 Anos de Lojas Americanas”, os “20 Anos dos sites Americanas e Submarino”, os “13 Anos da criação da B2W”, os “2 anos da criação da LET’S” e, finalmente, os “18 Meses da Ame”.

Todas essas empresas, com a firme inspiração e coordenação da “IF – Inovação e Futuro” e juntamente com os nossos clientes, *sellers*, *merchants* e fornecedores, compõem o Universo Americanas.

Hoje estamos presentes em mais de 700 cidades, somos mais de 37 mil associados, trabalhamos com mais de dois mil fornecedores e com mais de 46,8 mil *sellers*, além de ofertamos mais de 29,5 milhões de itens para mais de 38 milhões de clientes ativos. Um Universo Americanas que trabalha unido por um propósito maior:

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

A data também nos convida a pensar em retrospectiva. Em nossos 90 anos de vida, nos orgulhamos de participar ativamente do desenvolvimento do país e da evolução da sociedade.

Fomos pioneiros na contratação de mulheres, promovemos a inclusão social ao oferecer grandes marcas a preços justos, abrimos o capital na bolsa de valores em 1940, introduzimos o código de barras no Brasil e muito mais. Inovação foi o que nos trouxe até aqui.

## **Ainda nessa análise, constatamos que o nosso Universo Americanas é único, flexível e resiliente.**

Único, por ter sido concebido a partir de um sonho original. Quando criamos a Americanas.com em 1999, acreditávamos que era um caminho sem volta. E mesmo no ano seguinte, quando a chamada “bolha da internet” estourou e muitos desistiram, perseveramos na busca de nossos sonhos. Crescemos, aprendemos, adquirimos outras empresas e criamos a maior empresa digital do Brasil – B2W.

Nesses 20 anos, milhões de brasileiros tiveram a sua primeira experiência digital através dos nossos sites. Hoje, nos orgulhamos de oferecer milhões de itens e entregá-los em todo o Brasil através da LET'S, plataforma de gestão compartilhada dos ativos logísticos de Americanas e B2W, que hoje oferece seus serviços para milhares de *sellers* participantes do nosso Universo.

Nosso Universo também é flexível, pois foi pensado e criado a partir de negócios múltiplos e complementares. Desde sempre, nossas lojas físicas e virtuais são complementares, permitindo ao cliente escolher sua opção preferida de canal.

Atualmente, com as iniciativas O2O (*online to offline*) ficou ainda mais fácil, pois diversas são as combinações possíveis de atendimento, cabendo ao cliente a escolha da opção mais conveniente ao

seu momento. Em 2019, as iniciativas O2O tiveram um crescimento de 153% superando R\$ 2 bilhões de GMV. Deve-se ainda destacar que o Universo Americanas, nos últimos 20 anos, aumentou em mais de 500 vezes a sua oferta de produtos, alcançando mais de 29,5 milhões de itens.

A resiliência do Universo Americanas fica evidenciada quando constatamos que o CAGR do GMV nos últimos 20 anos foi de +16,6%, enquanto o CAGR do EBITDA no mesmo período foi de 27,9%, reforçando o compromisso de crescimento com rentabilidade. Ou seja, diversos foram os momentos singulares da história do nosso país, quando o nosso time soube usar a flexibilidade do nosso Universo Americanas para melhor compatibilizar o crescimento com a rentabilidade necessária para continuar crescendo.

O Universo Americanas é constituído por um time de mais de 37 mil associados, onde predomina a diversidade e a harmonia no convívio cotidiano. Muitos dos que trabalham aqui estão em seu primeiro emprego, correndo atrás do sonho de autodesenvolvimento e superação.

Nos últimos anos, passamos a adotar a pesquisa de clima GPTW (Great Place to Work) para aperfeiçoar nossa dinâmica de relacionamento com os associados e, como resultado, nossas empresas conquistaram o selo Great Place to Work. Nossa dinâmica de formação de líderes continua se aprimorando, fazendo com que a nossa liderança seja 99% formada dentro de casa.

O ano 2019 foi de celebração também por termos encerrado dois importantes ciclos de desenvolvimento. O primeiro foi a conclusão, na plataforma física, do programa “85 anos em 5 – Somos mais Brasil”, com a inauguração de 806 lojas nos últimos cinco anos, chegando a 1.700 lojas em 739 cidades, o que nos confere uma capilaridade única. O segundo, perseguido nos últimos três anos na plataforma digital, foi a conquista de uma geração de caixa positiva de R\$ 189,9 milhões em 2019, concluindo com sucesso o plano de transição do modelo de negócio para uma plataforma híbrida com o *marketplace* e serviços digitais cada vez mais relevantes.

Além disso, em 2019 o Universo Americanas alcançou GMV de R\$ 32,6 bilhões, um EBITDA de R\$ 3,5 bilhões, com uma margem EBITDA de 18,5%, o que nos conduziu a um lucro líquido de R\$ 704,1 Milhões, o maior lucro da nossa história.

A Ame vem ganhando relevância no Universo Americanas e no dia a dia dos nossos clientes, crescendo exponencialmente, tendo atingido a marca de 6,5 milhões de *downloads*, já possuindo mais de 35 funcionalidades ativas, tendo um programa de expansão ambicioso tanto no Universo Americanas, como no mundo *off-us*.

Os mundos físico e digital continuam em transformação, e nesse contexto, encerramos 2019 com mais de 327 milhões de transações e mais de 38 milhões de clientes ativos, sendo 26

milhões na plataforma física, 16 milhões na digital e apenas quatro milhões de clientes em comum. Ainda assim, o crescimento foi acompanhado de melhoria progressiva dos índices de satisfação dos clientes, que em alguns meses alcançou um NPS (*Net Promoter Score*) de 80.

Em 2019, fortalecemos nosso compromisso com a agenda 2030 dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU. Seguindo nossa estratégia de sustentabilidade, expandimos a atuação na promoção da educação de qualidade, criando projetos para ampliar a conectividade na Amazônia, assim como o desenvolvimento de pessoas com aprendizado escolar, a destinação correta de resíduos e o incentivo ao empreendedorismo das comunidades ribeirinhas.

Além disso, assumimos compromissos públicos relacionados à redução das desigualdades com a Coalizão de Equidade Racial e de Gênero e com os Princípios de Empoderamento Feminino da ONU. A jornada é longa, mas acreditamos na força do nosso negócio para transformar a maneira de pensar e mudar realidades.

Como visão de futuro, acreditamos que construímos um modelo poderoso, que estamos ainda mais capacitados e, sobretudo, animados para sermos ainda mais relevantes no dia a dia das pessoas. Ser relevante significa fazer cada vez mais parte das jornadas dos clientes, seja quando ele deseja tomar

um café em uma de nossas lojas Local, quando faz uma transferência para uma conta Ame de um amigo, quando paga uma bebida com Ame em bloco de carnaval, quando passa na Americanas e compra um brinquedo de presente para a festinha do amigo do filho, quando acha e compra no *app* da Americanas aquela peça do carro que estava difícil de encontrar ou quando chega o entregador da Ame Flash com o celular que ele comprou uma hora antes.

Para tanto, estabelecemos o lema: **“Tudo. A toda hora. Em qualquer lugar.”** – que norteará as decisões de todo o nosso time para manter os nossos clientes atuais, aumentando a sua frequência de relacionamento conosco, e iremos atrair novos clientes, buscando superar suas expectativas.

Para chegar lá, pretendemos: continuar buscando os melhores talentos, aumentar a oferta de produtos e serviços, intensificar o uso de *data analytics*, aumentar a recorrência dos clientes, ampliar as iniciativas O2O, ampliar a plataforma de *Supply Chain*, aprimorar ainda mais o ambiente de inovação, continuar a gerar valor e reinvestindo.

Acreditamos que todas estas iniciativas nos conduzirão a um novo patamar de excelência operacional e rentabilidade, refletidas no aumento do lucro por ação. Temos muito orgulho do que já fizemos e entendemos que o melhor está por vir.

Por fim, agradecemos aos mais de 37 mil associados, cuja determinação e engajamento nos fizeram chegar até aqui, aos clientes, fornecedores, *sellers*, parceiros de negócios e acionistas que fazem parte dessas conquistas. Para cada um, o nosso Muito Obrigado. Contamos com vocês para construirmos juntos a nossa história.

Atenciosamente,

**Miguel Gutierrez**

CEO, Universo Americanas

**“Tudo. A toda hora. Em qualquer lugar.”**

# Sobre o Relatório

GRI 102-50 | 102-54

O Relatório Anual do Universo Americanas tem como objetivo compartilhar a solidez da nossa operação entre 1º de janeiro e 31 de dezembro de 2019, trazendo nossa visão estratégica e geração de valor.

Esta publicação reforça o comprometimento da Companhia com um modelo transparente de governança.

Ainda na linha do aprimoramento para comunicar seu desempenho aos *stakeholders*, a Companhia adota, pelo sexto ano consecutivo, as diretrizes apontadas pela Global Report Initiative (GRI), no modelo global de indicadores para elaboração de relatórios de sustentabilidade. O GRI *Standards*, opção de adesão essencial, foi o conjunto de normas escolhido. O Relatório também mostra ações alinhadas com os Princípios universais do Pacto Global e com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), iniciativa da Agenda Global, da Organização das Nações Unidas (ONU) no Brasil e no mundo.



## Fique ligado!

- 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.
- Para tratar exclusivamente das outras empresas do grupo, usaremos seus nomes: **B2W Digital, Ame, LET’S e IF.**

## Como ler este relatório?

A construção dessa publicação é orientada pelas melhores práticas internacionais de monitoramento e reporte da sustentabilidade corporativa:

### Global Reporting Initiative (GRI) Standards

Referenciamos com o símbolo GRI XXX-X os indicadores GRI reportados ao longo do conteúdo. Para facilitar a localização desses dados, na página 91 está o índice de conteúdo GRI, que explica cada indicador e mostra a página em que ele se encontra.

 Saiba mais em:  
[www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)

### Conteúdo Institucional

Ao longo do relatório, utilizaremos essa marcação para mostrar que o conteúdo dessa página é igual ao apresentado no Relatório Anual da B2W Digital.

**CONTEÚDO INSTITUCIONAL** ✓



### Relato Integrado

Ao longo do conteúdo, abordamos de maneira integrada os diferentes capitais que compõem e sustentam os negócios da Companhia e usamos ícones para mostrar a você qual capital é abordado naquele capítulo.

Na página 98, o mapa de capitais aponta em quais páginas encontrar informações sobre cada capital.

 Natural	 Financeiro
 Manufaturado	 Humano
 Social e de relacionamento	 Intelectual

 Saiba mais em:  
[relatointegrado brasil.com.br](http://relatointegrado brasil.com.br)

### Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)

Como signatários dos princípios do Pacto Global, apoiamos a Agenda 2030 da ONU e inserimos, ao longo dos capítulos, ícones que mostram quais os principais ODS relacionados à práticas abordadas naquele conteúdo.



 Saiba mais em:  
[nacoesunidas.org/pos2015/](http://nacoesunidas.org/pos2015/)



# Nosso Universo



◆ Qualidade, variedade e praticidade ◆

# Quem Somos

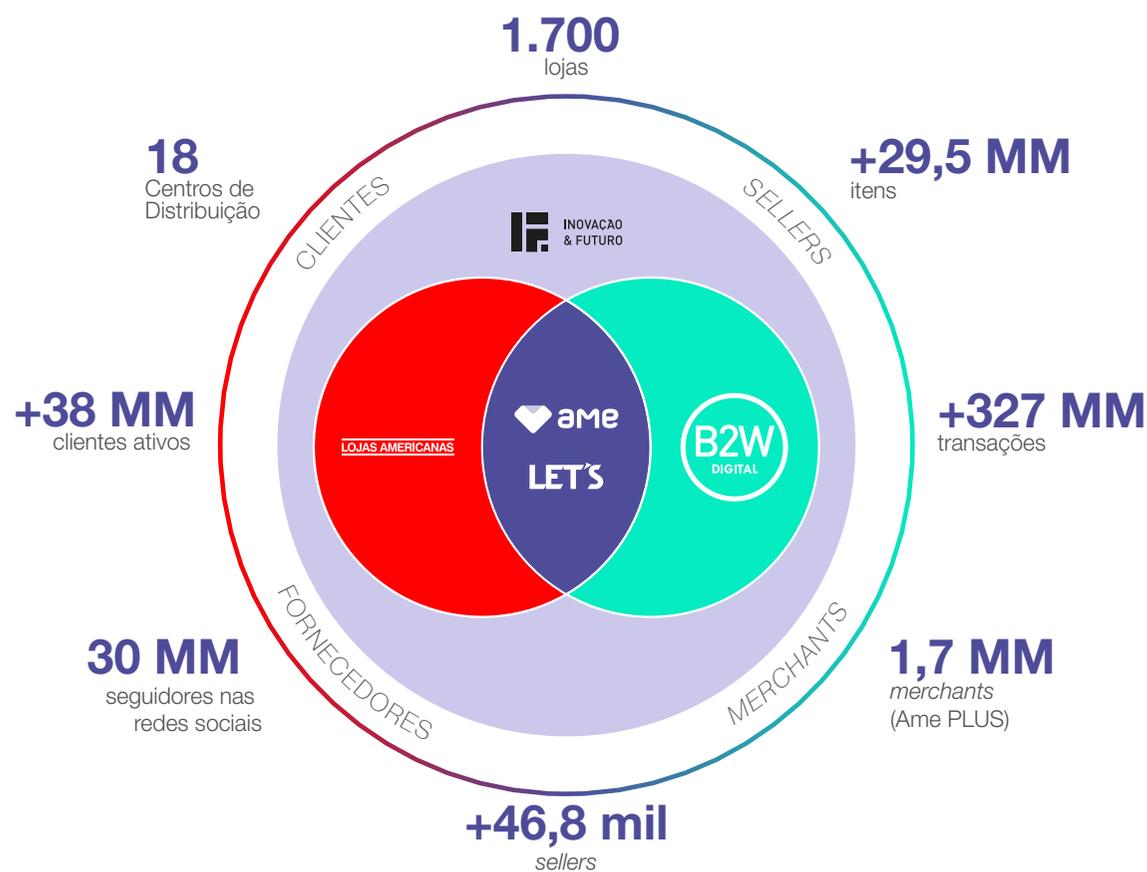
GRI 102-1 | 102-2 | 102-4 | 102-6 | 102-7 | 102-9 | 102-10 | 102-15 | 102-16

O Universo Americanas consiste na poderosa combinação de múltiplas plataformas de negócios, concebidas com o ambicioso propósito de oferecer aos nossos clientes “**Tudo. A toda hora. Em qualquer lugar**”.

Nosso Universo Americanas conta com ampla plataforma física, atendendo aos clientes por meio das mais de 1.700 lojas distribuídas em todo território nacional, robusta plataforma digital, por meio da B2W Digital, e um motor de inovação, por meio da IF - Inovação e Futuro, LET'S e Ame.

Trazemos os 90 anos de relevância do Universo Americanas que, desde 1929 expandiu sua presença em todo o Brasil por meio das lojas físicas; o pioneirismo da B2W Digital, que escreveu a história do *e-commerce* no país desde 1999; a robustez da LET'S; e a conexão com o futuro com a IF e a Ame.

Conheça a seguir cada uma das plataformas de negócios que, combinadas, constituem o Universo Americanas.





## Nosso Propósito

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



## Nossa Visão

“Ser a melhor empresa de varejo do Brasil.”



Para saber mais, acesse:  
<https://ri.lasa.com.br/a-empresa/perfil>



## 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

## Plataforma física

“A Americanas é uma das maiores varejistas do Brasil.” Conta com cinco modelos distintos de lojas que permitem endereçar diferentes ocasiões de consumo dos clientes e presença estratégica nas mais diversas localidades.

Nossas lojas ofertam um mix de mais de 60 mil itens, das mais diversas categorias, além da oferta de seguros e serviços, que garantem aos nossos clientes uma experiência única de compra. Tamanha diversidade de sortimento e formatos de lojas garantem um modelo de negócios flexível, resiliente e cada vez mais relevante no dia a dia de clientes.

### Oferta de serviços



Plataforma responsável pela gestão e promoção de serviços da Americanas, como:

cartões de conteúdos

seguros

crédito

serviços e venda assistida

### Modelo de Atuação

#### Lojas com formatos e propósitos complementares

##### LOJAS AMERICANAS

- área de vendas média de 1.000 m<sup>2</sup>;
- reposição automática de estoques; e
- sortimento de até 60.000 itens.



- área de vendas média de 50 m<sup>2</sup>;
- sortimento voltado para conveniência; e
- tecnologia exclusiva de compra 100% autônoma (saiba mais na página 17).

##### AMERICANAS *express*

- área de vendas média de 400 m<sup>2</sup>;
- logística *just-in-time*; e
- sortimento de até 15.000 itens.



- área de vendas média de 100 m<sup>2</sup>;
- reposição diária de estoque; e
- sortimento de até 3.000 itens (80% de produtos de conveniência alimentar).

##### AMERICANAS *digital*

- área de vendas média de 70 m<sup>2</sup>;
- 70% de produtos eletroeletrônicos; e
- foco na oferta de serviços e O2O.

### Marcas próprias

Oferecemos aos nossos clientes 15 marcas próprias, pensadas para quem quer qualidade e preço justo nos diversos itens do dia a dia.

São mais de sete mil produtos de vestuário, higiene e cuidados pessoais, alimentos associados ao bem-estar, biscoitos, chocolates, material escolar e de escritório, eletrônicos, brinquedos, utilidades domésticas e produtos para decoração.

BASIC+

BASIC+  
*Life*

Levens

brink+

CHRISTMAS  
TRADITIONS

DENTAL CLEAR

casual  
HOME

D'elicce

Pet  
Star

TMV

Office  
Basics

School  
Basics

HomeBasics

CLASSIC  
HOME

STRONG  
TOOLS

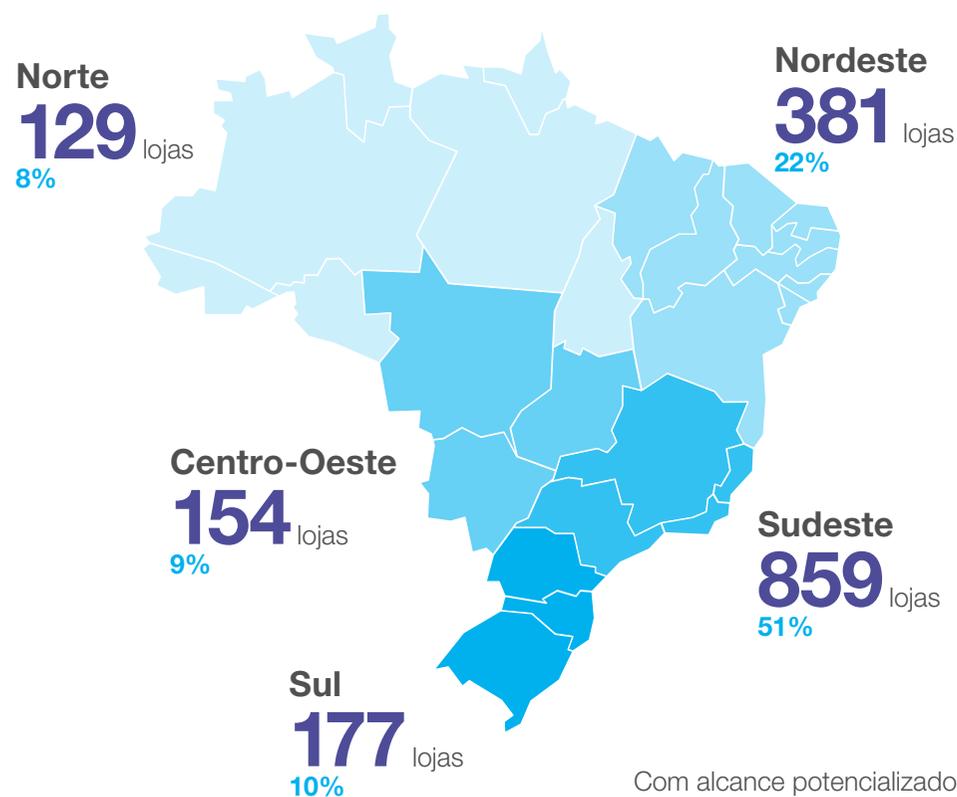
### 85 anos em 5

Em 2019, concluímos o maior ciclo de expansão de nossa história, o “85 anos em 5 – SOMOS MAIS BRASIL”, iniciado em 2015.

Quebramos o recorde de inaugurações em um único ano, com 230 novas lojas e, ao longo de todo o ciclo, inauguramos 806 lojas, chegando ao total de 1.700 lojas distribuídas em 739 municípios diferentes, uma capilaridade única no país.

**Nos últimos vinte anos, ampliamos nossa rede de lojas em quase 20 vezes, e passamos de 39 cidades atendidas (26% da população) para 739 cidades (65% da população), o que comprova a solidez da nossa estratégia e a resiliência do nosso modelo de negócio.**

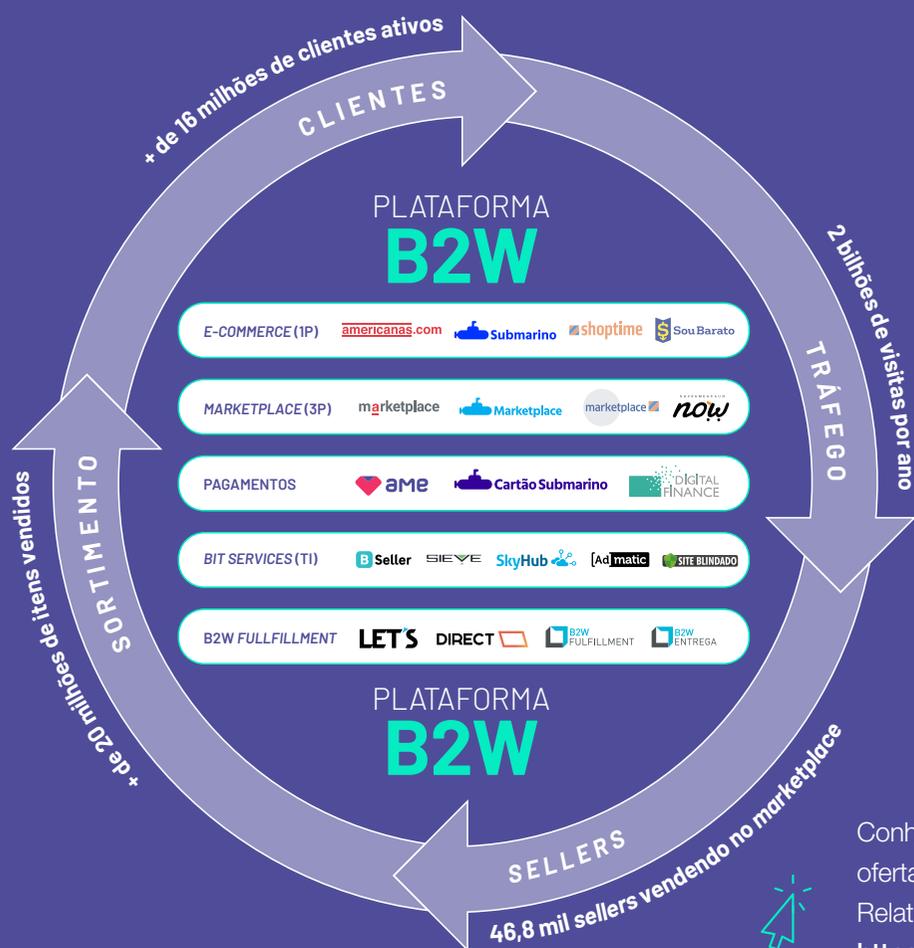
## 1.700 lojas em 739 cidades do Brasil



Com alcance potencializado pela Plataforma digital do Universo Americanas.

# Plataforma digital

A B2W é uma Companhia Digital, pioneira no *e-commerce* brasileiro e líder na América Latina. O propósito da B2W é conectar pessoas, negócios, produtos e serviços em uma mesma plataforma digital completa, oferecendo excelência em todo o ciclo da experiência do cliente do varejo digital, por meio de serviços de tecnologia, logística, distribuição, atendimento ao cliente e financiamento ao consumo.



Conheça em detalhes toda a oferta da B2W Digital em seu Relatório Anual:  
<https://ri.b2w.digital/informacoes-aos-investidores/relatorios-anuais>

## Modelo híbrido

Em 2019, concluímos o plano estratégico de B2W. Com início em 2017, o projeto desenvolveu um modelo híbrido de plataforma digital.

**Neste ano, nossa base de *sellers* mais que dobrou, conectando 24,9 mil novos parceiros e chegando a 46,8 mil *sellers*.**

Para seguir expandindo a operação de *marketplace* e permitir que clientes comprem produtos de todos os lugares do mundo, iniciamos em março nossa operação da Americanas Mundo. Em rápida expansão, já são mais de 13,4 milhões de itens adicionados.

No ano também adquirimos o Supermercado Now, plataforma inovadora de *e-commerce*, com modelo de negócio de sucesso comprovado, o que nos permite expandir nossa presença na categoria de supermercado, abrindo uma nova frente de crescimento e oferecendo um sortimento ainda mais completo para os clientes.

## Motor de Inovação



Vivemos um contexto de intensa e acelerada transformação dos mundos físico e digital e de conexão cada vez mais intensa entre os dois meios, descobrindo novas formas de aplicar a tecnologia à rotina das pessoas trazendo conveniência, acesso, eficiência e sustentabilidade.

A IF tem como missão ter um olhar 100% dedicado à inovação, por meio de uma operação independente, para criar negócios disruptivos e potencializar nossa capacidade de capturar oportunidades.

Para isso, atua incubando novos negócios, acelerando iniciativas já existentes, investindo em *startups* (*venture capital*), prospectando novas oportunidades, incluindo operações de M&A, e liderando as frentes de O2O (*online to offline*).

A Ame Digital, *fintech* e plataforma *mobile de* negócios, faz parte da família Ame e é a primeira iniciativa da IF, o motor de inovação do Universo Americanas.



A Ame é a conta digital completa do Universo Americanas, que pode ser usada em qualquer canal de venda do grupo e já está presente em mais de 1,7 milhão de estabelecimentos, gerando *cashback*, o que conquista o cliente e gera maior fidelização.

**Com pouco mais de 18 meses, a Ame segue em acelerado desenvolvimento.**

**+15 MM**  
de transações



**+6,5 MM**  
de *downloads*



**+35**  
funcionalidades



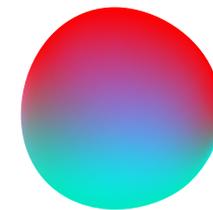
**1,7 MM**  
*merchants*  
(Ame PLUS)



*Fintech e Plataforma Mobile de Negócios*

Em 2019, foram diversos avanços para acelerar sua presença nos mundos físico e *online*:

- Importantes parcerias com adquirentes, bandeiras de cartão e plataformas de tecnologia para varejo, como: Cielo, Stone, Mastercard, Linx, Vtex e parceria com Banco do Brasil para a oferta de cartão de crédito *co-branded* por meio do aplicativo;
- Desenvolvimento contínuo de funcionalidades: itens exclusivos para o mundo físico e para o mundo digital, se tornando, cada vez mais, um poderoso *one-stop-app* com mais de 35 funcionalidades, com o objetivo de simplificar a vida do cliente;
- Lançamento, em dezembro, da Ame Pro, solução completa para gerenciamento de lojistas do mundo físico (gestão de pagamentos, estoque e tesouraria para pontos de venda) e integração nativa com a Ame e com o B2W Marketplace; e
- A Ame foi o meio de pagamento oficial do “Carnaval de Rua 2020 do Rio de Janeiro”, evento em que mais de dez mil vendedores ambulantes foram credenciados para vender com Ame, impactando milhões de pessoas.





Novo formato de loja “pegou, levou”, lançado em 2019, que oferece uma experiência inovadora com tecnologia exclusiva no Brasil, permitindo que os clientes comprem os produtos de maneira 100% autônoma, sem fila e sem *checkout*.

Com o uso de inteligência artificial, *machine learning* e *computer vision*, as geladeiras e prateleiras são integradas a sensores que detectam quando os produtos são retirados ou devolvidos, e quando o cliente sai da loja automaticamente suas compras são pagas no Ame.

**Foram três lojas piloto, no Rio de Janeiro e em São Paulo, sendo uma delas itinerante.**



Criada em 2019, a Ame Flash acelera as iniciativas de O2O (conexão entre o *online* e o *offline*) e amplia nossas possibilidades de entregas nos grandes centros urbanos com diferentes modais.

A Ame Flash conecta entregadores independentes (moto, bicicleta e outros modais) na plataforma logística da B2W Digital, possibilitando a entrega de produtos das lojas físicas da Americanas e lojas físicas dos *sellers* do B2W Marketplace aos nossos clientes em até duas horas.

O *app* já conta com 800 entregadores cadastrados e atende cerca de 300 lojas físicas da Americanas no Rio de Janeiro e em São Paulo.

**Para impulsionar a Ame Flash, em dezembro de 2019 a Ame adquiriu as startups Pedala e Courri, especializadas em entregas rápidas e sustentáveis por bicicletas.**

### Entrega com Drones

Somos a primeira empresa do varejo brasileiro a realizar voos experimentais para entregas com drones. O nosso objetivo é, no futuro, realizar entregas com essa modalidade inovadora, fazendo o transporte entre os Centros de Distribuição e as lojas físicas da Americanas.

### Americanas Lockers

Disponibilizamos aos clientes essa opção 100% autônoma, que não depende de interação pessoal, para retirada de produtos. Ao comprar na Americanas, o consumidor escolhe em qual armário (*locker*) quer receber seu produto e tem acesso a um QR Code para abertura automática do mesmo.

Os Americanas Lockers estarão localizados em lojas com grande fluxo de pessoas, estações de metrô/ônibus e condomínios residenciais. Em 2019, eram cinco *lockers* pilotos operando no Rio de Janeiro e em São Paulo, sendo um deles o primeiro com capacidade para operar simultaneamente 36 gavetas.

### Logística

Além da promoção contínua da eficiência logística, buscamos novos modelos de entregas cada vez mais sustentáveis. Em 2018, iniciamos o modelo de entregas por meio de bicicletas nas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro que, além de não emitir gases intensificadores do efeito estufa, contribuem com a mobilidade urbana, garantem um deslocamento mais rápido que os veículos motorizados e reduzem os custos da operação.

No final de 2019, LET'S, plataforma de gestão compartilhada dos ativos logísticos do Universo Americanas e B2W, intensificou o investimento nessa modalidade de entrega após a aquisição das *startups* Pedala e Courri. Foram mais de 370 mil pedidos entregues de bicicleta nas cidades de São Paulo, Brasília e Rio de Janeiro, evitando a emissão de mais de 47 toneladas de CO<sub>2</sub>.

A intenção para 2020 é multiplicar esse tipo de entrega sustentável com a expansão da operação em outras capitais do Brasil.

#### Bike Delivery

**370**   
**mil pedidos entregues**  
 em São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília.

**47**   
**toneladas de CO<sub>2</sub>**  
 deixaram de ser emitidas.

# LET'S

A LET'S é uma plataforma de gestão compartilhada dos ativos de logística e distribuição do Universo Americanas, otimizando a integração das nossas operações na plataforma física e digital, por meio de um modelo flexível desde o recebimento do pedido do cliente até a entrega final, que nos traz importantes capturas de sinergia e a excelência na experiência do cliente.

Com soluções inovadoras e completas, a LET'S busca ser a melhor e mais completa plataforma de logística e distribuição para o varejo físico e digital.

Nossas iniciativas de O2O (*online to offline*), em que o cliente pode comprar em qualquer plataforma e receber o produto como for mais conveniente, também seguem em contínuo desenvolvimento e inovação para uma experiência de compra cada vez mais diferenciada.

## Operação Robusta



**+41 MM**  
de entregas  
por ano



**+200 mil**  
abastecimentos  
de lojas por ano



**+5 mil**  
veículos de  
entrega/dia



**200 hubs**  
para auxiliar na  
distribuição

## Malha em Expansão

+ Perto do cliente: de 343 para 928 cidades em até 150 km dos CDs.

+ Rápido: de 38% para 63% do PIB coberto por entregas em 24 horas.

+ Personalização do sortimento em cada região.





Exposição do Americanas Lockers no Investor Day, 2019.

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

Este é o conceito que guia nossas iniciativas de O2O (*online to offline*) em que o cliente pode comprar em qualquer plataforma e receber o produto como for mais conveniente, elevando sua experiência de compra. Em 2019, o uso de soluções O2O cresceu 153%, ultrapassando a marca de R\$ 2 bilhões em GMV. Conheça a seguir as principais possibilidades O2O:



### LASA Seller

As lojas físicas da Americanas são *sellers* em nosso *marketplace*, adicionando novos itens ao sortimento, com foco em categorias de recorrência. No ano, o sortimento cresceu três vezes e as vendas 2,5 vezes.



### Pegue na Loja

(*Click and Collect*)

Opção de comprar *online* e retirar na loja física, com mais de 8.000 pontos conectados (Universo Americanas, lojas de *sellers* e pontos parceiros) em mais de cinco mil municípios do Brasil, oferecendo o serviço a 99% da população brasileira.



### Pegue na Loja Hoje

(*Click and Collect Now*)

Disponível em todas as 1.700 lojas físicas da Americanas, permitindo que o cliente compre *online* o estoque da loja e retire o produto em até uma hora sem frete. Com rápido crescimento, em dezembro alcançou a marca de 100 mil pedidos.



### Prateleira Infinita

Experiência *omnichannel* completa em que o cliente da loja física da Americanas é assistido ao comprar produtos oferecidos no *e-commerce*, combinando a conveniência e o sortimento do mundo digital com os serviços e a experiência do mundo físico. No último trimestre de 2019, as vendas apresentaram 57% de crescimento vs. o final de 2018, com *ticket* médio 15 vezes maior do que o das lojas físicas.



### LASA Entrega

(*Ship from Store*)

Opção de compra *online* dos produtos da Americanas mais próxima com entrega em até duas horas no endereço desejado, disponível em 300 lojas de 110 cidades em 13 estados.



### O2O para *sellers* do B2W Marketplace

Com essa opção, as lojas físicas dos *sellers* podem ser pontos de retiradas de produtos, o que permite expandir as iniciativas Pegue na Loja, Pegue na Loja Hoje (uma hora) e *Ship From Store* (duas horas) para mais de 15.000 lojas físicas dos *sellers* do B2W Marketplace.

# Diferenciais Estratégicos

Nosso Universo Americanas é único, flexível e resiliente.

## Único

### Sonho único

Tudo. A toda hora. Em qualquer lugar.

90 anos de história de nossa plataforma física com grande capilaridade e em todos os estados do Brasil.



20 anos da nossa plataforma digital pioneira, que proporcionou a milhões de brasileiros sua primeira experiência digital.

### Relação única com os clientes

Temos foco no cliente e estamos sempre inovando para que ele tenha uma experiência única, inovadora, conveniente e completa.

### Plataforma tecnológica única

Mais de 90% de nossos processos são digitalizados, com sofisticados registros e algoritmos que nos permitem um uso intensivo e diferenciado dos dados para conhecer melhor o cliente e garantir a excelência da operação.

### Time único

Mais de 37 mil associados\* formam e sustentam nosso Universo Americanas, com um conjunto de expertises essenciais ao negócio e 99% da liderança formada dentro de casa. Saiba mais na página 54 sobre nossa atuação para atrair, reter e desenvolver os melhores talentos.

\* Ao longo do texto, sempre que citamos os "associados", estamos nos referindo aos colaboradores do Universo Americanas.

## Flexível

### Múltiplos formatos de lojas

Para diferentes ocasiões de consumo.

**LOJAS AMERICANAS**

**local**  
AMERICANAS

**AMERICANAS**  
express

**ameGO**

**AMERICANAS**  
digital

### Múltiplas marcas

Para diferentes perfis de clientes.

**americanas.com**

**Submarino**

**shoptime**

**Sou Barato**

### Múltiplas opções de compra

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

**360 mil**  
itens

+ 40x

**29,5 milhões**  
de itens

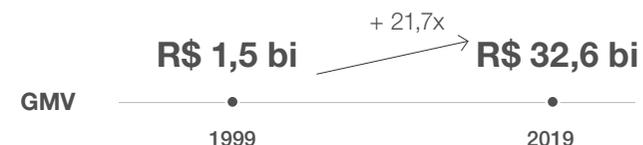
1999

2019

## Resiliente

### Sucesso em diferentes cenários

Na última década crescemos contínua e consistentemente, acreditando em nosso modelo e no Brasil, mesmo frente à mudanças de governo, alterações regulatórias e crises macro econômicas.



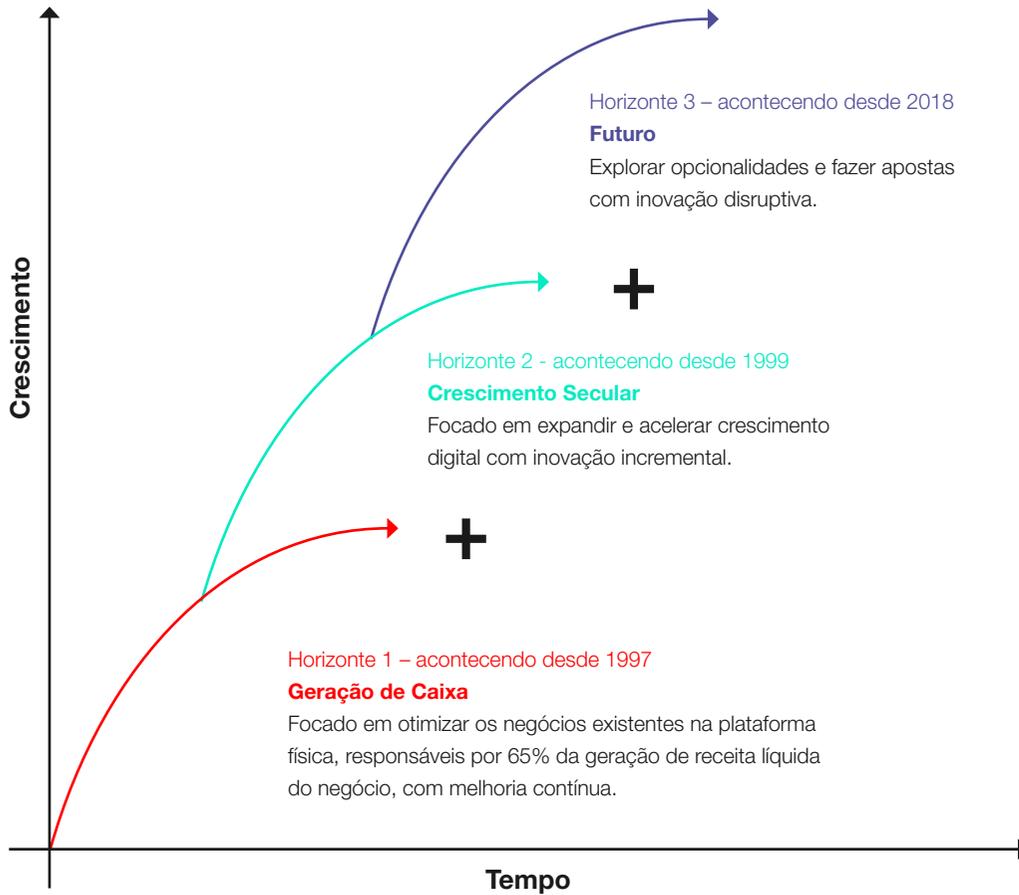
### Conquistando oportunidades em diferentes ocasiões de consumo

A flexibilidade do nosso modelo faz com que possamos nos adaptar aos diferentes cenários de consumo, capturando as oportunidades de cada momento.

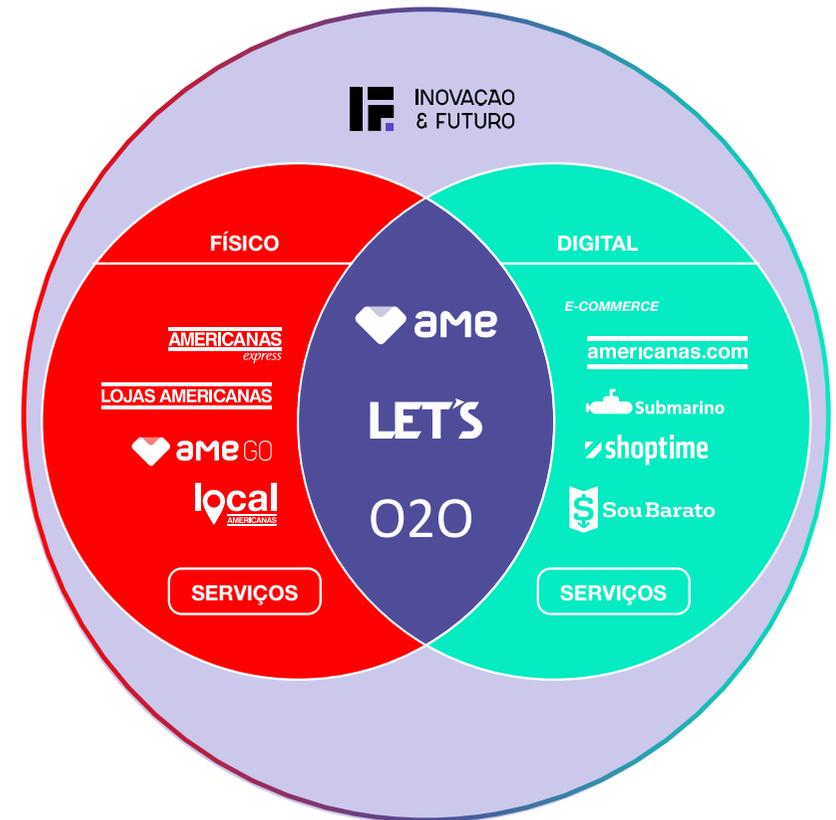
Atualmente, 54% dos tickets é menor do que R\$ 25 no consolidado, o que representa uma oportunidade de explorar novos segmentos, como o de conveniência.

# Horizontes de Crescimento

Temos um ciclo estratégico de investimentos para crescimento e sustentação do negócio, voltado a capturar as oportunidades em três diferentes horizontes, apresentados a seguir:



=



# Foco no Cliente

O nosso foco estratégico para os próximos três anos é ser ainda mais relevante na vida dos clientes, integrando inovação a serviço das pessoas com um único objetivo: melhorar a experiência de consumo.

Para isso, seguindo os nossos valores de foco no cliente e de busca constante pela excelência nas operações, trabalhando continuamente para melhorar a experiência dos mais de 38 milhões de clientes ativos do Universo Americanas.

**Em 2019, o Universo Americanas alcançou a marca de 38 milhões de clientes ativos, considerando aqueles que realizaram ao menos uma compra nos últimos 12 meses.**

Nos capítulos anteriores (página 10), você pôde conhecer as iniciativas para ampliar nossa oferta e oferecer **“Tudo. A toda Hora. Em Qualquer lugar”**.

A seguir, apresentamos os principais avanços a fim de simplificar e automatizar os atendimentos, disponibilizar novos canais e aumentar a proximidade com os clientes, para que nosso relacionamento proporcione uma jornada com a excelência Universo Americanas.



## Conhecendo o cliente

### Inteligência de dados

Avançamos em nossa capacidade analítica de entendimento do cliente, principalmente nas segmentações por comportamento. Com essa visão mais individualizada, podemos direcionar ações de marketing personalizadas para cada tipo de cliente, em cada momento do seu relacionamento com as lojas, sites e produtos.

Nesse sentido, em 2019, criamos uma área de descontos no aplicativo da Americanas, a “Aqui tem Desconto”, onde o cliente pode ativar ofertas exclusivas nas lojas. Foram mais de 1,4 milhão de clientes que ativaram ofertas no *app*, alcançando aproximadamente 17 milhões de ativações de produtos com descontos.

### Diálogo e proximidade

Disparamos mais de quatro milhões de pesquisas de satisfação e intensificamos a presença das marcas do Universo Americanas nas mídias sociais, finalizando o ano com mais de 27 milhões de curtidas no Facebook e mais de 11 milhões de seguidores no Instagram, gerando impacto superior a dez bilhões de visualizações.

Na plataforma física, também medimos a satisfação do cliente por meio da metodologia do *Net Promoter Score* (NPS), usando dados de pesquisa via e-mail, presencial e por totens em loja.

**Em 2019, foram mais de 700 mil pesquisas em todas as lojas, com mais de 80% de clientes promotores que atribuíram uma nota de satisfação maior que 90 pontos e NPS ao final do período de 80 pontos.**



Em relação à Americanas, respondemos 100% das reclamações no Reclame Aqui e conquistamos nota 8,1.



As marcas da plataforma digital foram mais uma vez referência em atendimento ao cliente e alcançaram os níveis mais altos de avaliação do Reclame Aqui, com nota média de 7,6, acima da média de 6,7 dos concorrentes.



Nossos esforços também são reconhecidos pelos nossos clientes que votaram e nos premiaram pela sétima vez consecutiva com o prêmio “Época/Reclame Aqui - Melhores Empresas para o Consumidor”.

## Novas possibilidades

Lançamos o novo canal de relacionamento via WhatsApp, promovendo uma comunicação inovadora e amigável nas principais etapas de compra.

Atualmente, dez milhões de clientes optaram por receber a comunicação pelo *app*, 60% dos pedidos já contam com o *tracking* via WhatsApp e sete milhões de mensagens são enviadas mensalmente com o acompanhamento do pedido.

Outra ação para ampliar nossos canais de atendimento foi o aprimoramento do monitoramento das mídias sociais (Facebook, Twitter, Instagram e Youtube), impactando positivamente mais de 400 mil usuários.

## Avanços no atendimento

Ao longo do ano também trabalhamos com atenção para melhorar cada vez mais nosso atendimento ao cliente. Criamos a UniverSAC (Universidade de Atendimento) para capacitar nosso time de atendimento em habilidades comportamentais desejadas para esse novo modelo.

Com isso, já alcançamos resultados importantes. Passamos a atender 27% mais contatos com o mesmo quadro de associados, registramos melhora de 15% na satisfação dos clientes após o atendimento e reduzimos em 31% o tempo de solução dos protocolos.

Em relação aos atendimentos pós-venda da Americanas, ao longo do ano resolvemos mais de 57 mil casos em parceria com nossos fornecedores e mais de 138 mil soluções por meio dos nossos canais de atendimento ao cliente, com tempo médio de dois dias.



**27%  
a mais**

de atendimentos com o mesmo quadro de associados;



**15%  
de melhora**

na satisfação dos clientes após o atendimento;



**31%  
de redução**

do tempo de solução dos protocolos.

## Segurança da informação

Temos um compromisso irrevogável com a segurança da informação, a proteção da privacidade dos dados de nossos clientes e a transparência quanto às boas práticas de armazenamento e uso dessas informações.

Em 2019, houve mudança neste cenário e estamos preparados para total adequação à Lei Geral de Proteção de Dados que deve entrar em vigor no Brasil em 2020.

# Combate à Covid-19

Estamos passando por um momento desafiador na história, que vai exigir de todos nós uma grande capacidade de nos reinventarmos. O momento é de união e solidariedade. E por isso **estamos juntos**, trabalhando em novas formas de sermos ainda mais relevantes para a sociedade.

Com o início da pandemia, em março de 2020, o Universo Americanas criou o Comitê de Crise para promover ações rápidas e priorizar as medidas necessárias para preservar a saúde de associados, clientes e sociedade.

O Comitê monitora também todas as decisões tomadas pelo Governo Federal, autoridades estaduais e municipais, pela Organização Mundial da Saúde (OMS) e pelo Ministério da Saúde e estrutura as ações em quatro pilares principais:

- **AJUDAR PESSOAS**

Adotamos medidas para priorizar a proteção dos nossos associados e clientes, como adoção de *home office*, disponibilização de vacina contra Gripe (Influenza Tetravalente) para nossos associados, bem como a intensificação da higienização dos ambientes, criação de canais de comunicação, medição de temperatura nas áreas de maior concentração e suspensão das viagens corporativas.

Além disso, distribuimos máscaras e álcool em gel para todos os associados em todas as nossas unidades de trabalho e adotamos novos protocolos de distanciamento social.

- **OTIMIZAÇÃO DAS OPERAÇÕES**

Mantivemos nossas plataformas (física e digital) em funcionamento, para ajudar na distribuição de produtos e serviços essenciais à população, sempre observando a legislação estabelecida em cada região. Na plataforma digital, lançamos a campanha #OQueVocêPrecisaAgora ampliando a visibilidade de itens essenciais e estruturando a navegação nos sites e *apps* para melhorar a experiência de compra do cliente.

- **SÓLIDA GESTÃO DE CAIXA**

Implementamos um plano para garantir que a Companhia mantenha uma forte posição de caixa para continuar ajudando nossos clientes e pequenos parceiros.

- **COMUNICAÇÃO E COLABORAÇÃO**

Firmamos parcerias com governos e outras instituições e criamos a rede de participação voluntária “Juntos somos mais solidários” para suprir as necessidades específicas de cada região.

Até o momento, a Americanas já doou mais de **R\$ 45 milhões** para auxiliar na saúde e logística de diversos estados do país. Abaixo estão listadas algumas parcerias de impacto social com entes públicos e privados que estão sendo realizadas:



**R\$ 20 milhões** em serviços de entrega e logística para o Estado de São Paulo;



**R\$ 5,7 milhões** em transporte de equipamentos de proteção individual (máscaras, luvas, etc.) para o Governo Federal em dois voos vindos da China;



**R\$ 5 milhões** para construção do hospital de campanha no Rio de Janeiro;



**R\$ 195 mil** em 300 termômetros de alta performance para o Governo do Estado do Espírito Santo e para a Prefeitura de Salvador;



**10 milhões** de máscaras para proteção de associados e clientes;



**3 milhões** de ovos de páscoa para crianças de orfanatos, comunidades e hospitais em todos os estados do país;



**1 milhão** de garrafas de água para as ONGs Ação da Cidadania (Rio de Janeiro e São Paulo) e Visão Mundial (Recife e Manaus);



**50 mil** cestas básicas para a ONG Ação da Cidadania (Rio de Janeiro); e



**1.800** pacotes de fraldas para UNICEF (Fundo das Nações Unidas para a Infância) e Retiro dos Artistas.



# juntos somos mais solidários

Criamos também a rede de participação voluntária que deu origem ao **Instituto Juntos Somos Mais Solidários**, uma associação sem fins lucrativos, por meio da qual os associados, fornecedores, e parceiros do Universo Americanas podem contribuir para gerar impacto positivo na sociedade.

Nesta grande rede de solidariedade, uma das grandes frentes é o programa **Cuidados Com Idosos**, onde foram mapeados 1.100 lares em todo o país, atendendo a mais de **640** cidades e 90 mil idosos, que estão recebendo a doação de kits de higiene e cuidados pessoais, no valor de R\$ 75,00 por pessoa, por mês, durante três meses.

## Apoio aos comércios de pequeno porte

Criamos também a campanha **#Apoieocomerciolocal**, sugerindo que as pessoas comprem de pequenos empreendedores e trazendo a oportunidade para que estes novos lojistas possam vender em um dos maiores *e-commerces* do Brasil. No site, os produtos mais buscados e vendidos estão separados por categoria para facilitar a busca do consumidor.

Seguimos firmes na convicção de que juntos vamos superar esse momento e intensificar cada vez mais a nossa forma de contribuir para milhões de pessoas, seja por meio de doações, serviços, ou fornecimento de produtos essenciais.

# Prêmios e Reconhecimentos

## AMERICANAS

- Melhor rede de varejo no Prêmio Época Reclame Aqui.
- 11º marca brasileira mais valiosa de 2019, segundo a Interbrand.
- Destaque na categoria Inovação e Qualidade da premiação Melhores da Dinheiro, da IstoÉ Dinheiro.
- 1º lugar na categoria Lojas de Departamento do prêmio O Melhor de São Paulo da Folha.
- Varejista Brasileira mais bem posicionada no ranking Geral da lista Poderosos do Varejo, da Deloitte.
- Selo Verde do Prêmio Socioambiental Chico Mendes, pelo 6º ano consecutivo, pelo apoio ao Projeto Grael.
- 1º lugar na categoria Lojas de Departamento, Artigos do Lar e Mercadorias em Geral do prêmio 300 Maiores Empresas do Varejo Brasileiro da Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC).
- 1º lugar na categoria Varejo no ranking Reputation Pulse.
- Uma das empresas mais sustentáveis do país pelo Guia Exame de Sustentabilidade.
- **A Americanas figurou no top 3 em todas as categorias de avaliação do ranking “2020 Latin America Executive Team - Mid Cap” da Institutional Investor. A publicação, referência global na avaliação de instituições e profissionais do mercado financeiro, levou em consideração o ano de 2019.**



- Selo Verde do Prêmio Socioambiental Chico Mendes pelo apoio ao Projeto Grafiarte.
- Uma das empresas mais sustentáveis do país pelo Guia Exame de Sustentabilidade.
- 1º lugar na categoria Maiores do *E-commerce* do ranking das 300 Maiores Empresas do Varejo Brasileiro da Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC).
- 1º lugar na categoria Omnicanalidade do Prêmio LIDE de Varejo, Consumo e Shopping Center.
- Selo de qualidade do Prêmio do PROCON-RJ.

## americanas.com

- Loja Diamante Mais Querida pelo E-Bit.
- 1º lugar na categoria *E-Commerce* - Grandes Operações no Prêmio Época Reclame Aqui.
- 1º lugar na categoria Sites de Compras do ranking Marcas dos Cariocas do jornal O Globo.
- 1º lugar na categoria *Vendas Online* do ranking Marcas Mais do Estadão.
- 1º lugar na categoria *Varejo Online* Tradicional do ranking Melhores Serviços do Estadão.
- 1º lugar nas categorias Telefonia, Eletrônicos e Informática, Eletrodomésticos e UD, e Loja que faz a melhor *Black Friday* do Brasil do prêmio *Black Friday* de Verdade da Proxy Media e *E-commerce* Brasil.
- 1º lugar na categoria *E-commerce* no ranking Marcas Mais Amadas do Grupo Padrão.
- 1º lugar na categoria Cartões de Crédito - *Co-branded* ao Cartão Americanas no Prêmio Época Reclame Aqui.

## shoptime

- 1º lugar na categoria *E-Commerce* - Médias Operações do Prêmio Época Reclame Aqui.

## DIRECT

- 1º lugar na categoria Logística e Transportes do Prêmio Época Reclame Aqui.



# Governança Corporativa



# Panorama

GRI 103-1 | 103-2

A estrutura societária da Companhia reflete a composição do Universo Americanas, com a controladora, Americanas, representando o varejo físico, e respectivas controladas, das quais destacamos a B2W – Companhia Digital, nossa plataforma digital, da qual a Americanas detêm 61,42%\* do capital social.

Neste capítulo, traremos detalhes sobre a governança da controladora, a Americanas.

A partir do ano de 1940, quando tinha apenas 11 anos, a Americanas passou a ser listada na bolsa de valores, atualmente B3 – Brasil, Bolsa, Balcão.

Ao fim de 2019, o capital social era composto por um total de 1.065.434.334 ações, com duas classes de ações: ordinárias (LAME3) e preferenciais (LAME4), ambas com 100% de *tag along*.

Ao final de 2019, as ações preferenciais e ordinárias, estavam cotadas a R\$ 25,91 (+32,0%) e R\$ 19,70 (+31,8%), respectivamente. Atingindo um valor de mercado de R\$ 38,2 bilhões.

\* Informação conforme o FR 2020.



Para saber mais sobre a sólida estrutura de governança da B2W Digital, acesse seu relatório de sustentabilidade: <https://ri.b2w.digital/informacoes-aos-investidores/relatorios-aneais>



Para conhecer todas as participações acionárias da Companhia em outras sociedades, acesse a seção 15 do nosso Formulário de Referência: <https://static.lasa.com.br/upload/arquivosparadownload/00009499.pdf>



---

# Melhores Práticas

GRI 102-5

Com o objetivo de ser reconhecida no mercado como uma organização de excelência operacional e com foco no cliente, oferecendo um serviço de excelência com preços justos, a Americanas trabalha constantemente para entregar seus valores de ética, confiabilidade e transparência a todos os seus *stakeholders*, aspirando ser a melhor empresa de varejo do Brasil.

Com quase oito décadas de capital aberto e ações citadas na B3 – Brasil, Bolsa, Balcão, temos um robusto modelo de governança, orientado por sólidos compromissos institucionais, práticas que alinham a estratégia e operação ao interesse dos acionistas, uma liderança experiente e bem estruturada, com a ética permeando todas as nossas relações.

Além disso, desde agosto de 2017, a Companhia faz parte do Nível 1, um segmento especial da B3 de Governança Corporativa. Conheça a seguir as principais boas práticas de governança adotadas.

## ***Tag along de 100%***

Desde 2006, a Americanas mantém em seu Estatuto Social o compromisso de conceder *Tag Along* Integral (100%) às ações ordinárias e preferenciais da Companhia. Esse mecanismo assegura que todos os seus acionistas terão tratamento igualitário no caso de troca de controle da Companhia, sendo garantido o direito de vender suas ações nas mesmas condições negociadas pelos controladores.

## **Distribuição de dividendos**

O Estatuto Social da Companhia, em linha com os princípios da legislação vigente, fixa o valor mínimo para dividendos em 25% do lucro líquido do exercício, após a formação de reserva legal de 5%.

**No ano de 2019, garantindo nosso compromisso com os acionistas da Companhia, sugerimos a distribuição de dividendos acima do mínimo obrigatório. Nessa linha, foi proposta aos acionistas a distribuição de lucros de R\$ 292,9 milhões em juros sobre o capital próprio.**

# Liderança experiente

GRI 102-18

## Conselho de Administração

De acordo com o Estatuto Social da Companhia, o Conselho de Administração será 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.

A Companhia conta com um Conselho de Administração formado por sete membros, sendo três conselheiros independentes.

### Composição do Conselho em 2020\*

» Carlos Alberto da Veiga Sicupira  
Presidente

» Claudio Moniz Barreto Garcia  
Conselheiro (Efetivo)

» Eduardo Saggiaro Garcia  
Conselheiro (Efetivo)

» Paulo Alberto Lemann  
Conselheiro (Efetivo)

» Paulo Veiga Ferraz Pereira  
Conselheiro Independente (Efetivo)

» Sidney Victor da Costa  
Conselheiro Independente (Efetivo)

» Vanessa Claro Lopes  
Conselheira Independente (Efetivo)

\*Atualizado em 30 de abril de 2020.

## Diretoria

A Diretoria é eleita pelo Conselho de Administração para o mandato de um ano, com direito à reeleição. Em 2019, era composta por 12 membros, sendo um deles designado Diretor Superintendente.

### Composição da Diretoria em 2020\*

» Miguel Gomes Pereira Sarmiento Gutierrez  
Diretor Superintendente

» Andrea Silva Barra  
Diretora

» Anna Christina Ramos Saicali  
Diretora

» Carlos Eduardo Rosalba Padilha  
Diretor de Relações com Investidores

» Celso Alves Ferreira Louro  
Diretor

» João Guerra Duarte Neto  
Diretor

» José Timótheo de Barros  
Diretor

» Marcelo Pinto  
Diretor

» Marcio Cruz Meirelles  
Diretor

» Maria Christina Ferreira Nascimento  
Diretora

» Milena de Andrade Sacramento  
Diretora

» Wellington de Almeida Souza  
Diretor

\*Atualizado no dia 7 de maio de 2020.

## Comitês\*

GRI 102-18 | 102-19 | 102-29 | 102-30

Os Comitês, compostos por membros do Conselho de Administração e por especialistas externos contratados, auxiliam o Conselho de Administração na gestão de temas relevantes para a estratégia e operação do negócio, analisando boas práticas e oferecendo recomendações.

Funcionam como grupos de trabalho, com objetivos definidos para reportar temas e/ou situações por eles examinados, bem como apresentar sua recomendação ao órgão máximo de governança da Americanas.

Os Comitês se reúnem pelo menos uma vez por trimestre, ou extraordinariamente, sempre que convocados pelo seu 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 2020:

**Comitê de Finanças** Tem por objetivo principal informar e aconselhar o Conselho de Administração em relação a todas as decisões envolvendo as políticas financeiras da Companhia, garantindo o cumprimento das suas obrigações, políticas e responsabilidades financeiras.

**Comitê de Gente e Remuneração** Tem por objetivo principal informar o Conselho de Administração em relação a todas as decisões envolvendo as políticas de Gente e Remuneração da Companhia, visando (i) que os membros do Conselho de Administração, da

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

**Comitê Digital** Apoiar nossa estratégia digital, tecnológica e de inovação, assessorando o Conselho de Administração no cumprimento de suas 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.

**Comitê de Sustentabilidade** Formalizado pelo Conselho de Administração em 2010 e formado por representantes de diversas áreas da Companhia, contribui com a definição da estratégia para a sustentabilidade do negócio de maneira a potencializar nossa geração de valor a todos os públicos de relacionamento.

Além de promover o engajamento dos associados, o Comitê também incentiva a participação de diferentes áreas por meio de um processo de delegação de autoridade em que a Diretoria de Sustentabilidade participa e leva as iniciativas para o Conselho de Administração. De acordo com os projetos de interesse, associados e áreas são envolvidos para que, de maneira integrada, possamos desenvolver soluções e práticas cada vez mais sustentáveis.

**Comitê de Auditoria** O Comitê de Auditoria passou a ser previsto em Estatuto na AGOE de 2019. O comitê tem por objetivo assessorar o Conselho de Administração no monitoramento e controle de qualidade das demonstrações financeiras, controles internos, gerenciamento de riscos e *compliance*.

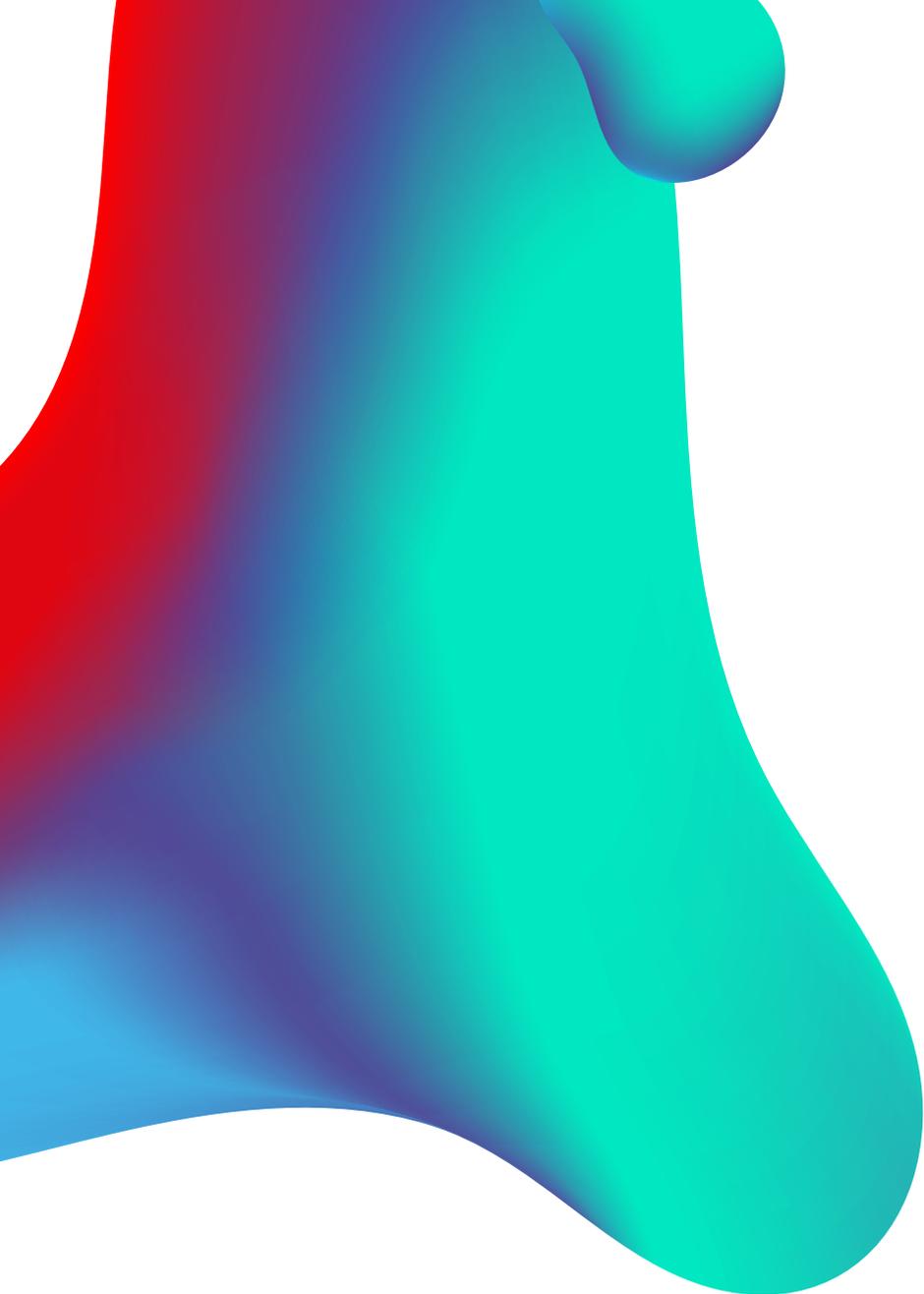
**Comitê Ame** Tem por objetivo principal assessorar o Conselho de Administração no cumprimento de suas responsabilidades de supervisão relacionadas ao negócio Ame Digital – plataforma *mobile* de produtos e serviços financeiros do Universo Americanas.

\*Atualizado no dia 5 de maio de 2020.



Além do Comitê, contamos com a **Diretoria de Sustentabilidade**, responsável pela condução do **Comitê Companhia Verde** e por promover nossa estratégia e governança da sustentabilidade, além de coordenar as iniciativas de gestão ambiental e de responsabilidade social.

Saiba mais sobre nossa estratégia de sustentabilidade na página 66.



## Conselho Fiscal

O Conselho Fiscal da Companhia tem funcionamento não permanente, e é composto por no máximo cinco membros efetivos e seus respectivos suplentes. Atualmente, a Companhia conta com um Conselho Fiscal formado por três membros efetivos e seus respectivos suplentes, sendo um indicado pelos controladores e dois indicados pelos acionistas minoritários, eleitos na Assembleia Geral, com mandato de um ano e reeleição permitida.

### Composição do Conselho Fiscal em 2020\*

- » **Márcio Luciano Mancini**  
Conselheiro Efetivo (Indicado por Ordinaristas)
- » **Ricardo Scalzo**  
Conselheiro Efetivo (Indicado por Preferencialistas)
- » **Vicente Antonio de Castro Ferreira**  
Conselheiro Efetivo (Indicado pelo Controlador)
- » **Pedro Carvalho de Mello**  
Conselheiro Suplente
- » **Carlos Alberto de Souza**  
Conselheiro Suplente
- » **André Amaral de Castro Leal**  
Conselheiro Suplente

\*Atualizado em 30 de abril de 2020.

# Princípios Orientadores

GRI 102-17

O Universo Americanas atua sempre orientado por princípios éticos e comportamentais, com o objetivo de respeitar as diferenças individuais e promover um negócio cada vez mais responsável e gerador de valor.

Para garantir o alinhamento de todos nossos associados a essa cultura ética e responsável, contamos com uma série de políticas que orientam as condutas esperadas nos relacionamentos com nossos públicos e com o meio ambiente, apresentados a seguir.

Também contamos com compromissos relevantes que corroboram com um negócio ético e gerador de valor e para o desenvolvimento sustentável do negócio, apresentados no capítulo de Estratégia de Sustentabilidade, página 69.

## Código de Ética e Conduta

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

Estabelece os comportamentos, valores e princípios a serem observados por nossos associados em relação a:

- Segurança e saúde;
- Valorização da diversidade;
- Combate ao assédio;
- Cumprimento de compromissos financeiros;
- Combate à fraude e à corrupção;
- Conflito de interesses;
- Uso dos recursos da Companhia;
- Segurança da informação e manipulação de dados; e
- Relacionamento com clientes, fornecedores e prestadores de serviço, acionistas, governo e sociedade.



O Código está publicamente disponível em nosso site:

<https://ri.lasa.com.br/governanca-corporativa/codigo-de-etica-e-conduta>

## Outras políticas e orientadores

GRI 102-11 | 102-15 | 102-25 | 205-1 | 205-3

### Política de Gestão de Riscos

Com objetivo de estabelecer princípios, diretrizes e responsabilidades a serem observados internamente, contamos com uma robusta Política de Gestão de Riscos, que abrange assuntos como: corrupção, meio ambiente e social.

Esta política aplica-se à Companhia e a suas controladas, bem como a todos os associados, gerentes, diretores estatutários e não estatutários, membros do Conselho de Administração, membros de comitês, membros do Conselho Fiscal, quando instalado, representantes e terceiros, direta ou indiretamente relacionados com a Companhia e suas controladas.

## Como consequência da boa estruturação interna, não foram identificados casos de corrupção em 2019.

Visando manter-se cada vez mais alinhada às melhores práticas de Governança Corporativa, a Companhia conta ainda com diversas políticas e regimentos que promovem o combate à corrupção, a transparência e a equidade no acesso a informações, a ética nas doações e patrocínios, a mitigação de conflitos de interesse, a independência dos auditores, entre outros temas.



Conheça mais sobre as nossas políticas e regimentos em:

<https://ri.lasa.com.br/governanca-corporativa/estatutos-e-politicas>

## Engajamento

GRI 205-2 | 205-3 | 206-1

Todos os associados, ao ingressarem em nosso time, recebem treinamento sobre o Código de Ética e Conduta. Além disso, ao longo do ano, são feitos informativos por meio da plataforma de comunicação reforçando temas relacionados à ética.

Em 2019, foram mais de 30 mil associados comunicados sobre o tema em diversas campanhas e 20 membros do Conselho de Administração e Diretoria.

Também contamos com uma área de Riscos Corporativos dentro da estrutura de Auditoria e Riscos, focada em estabelecer regras

para mitigação dos riscos de corrupção e promover monitoramento contínuo. Reflexo do compromisso de todos com a ética nas operações, em 2019 não houve nenhuma ação judicial por concorrência desleal e nenhum caso de corrupção registrado.

## Canais de diálogo

GRI 102-17

Oferecemos 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, para que qualquer cidadão que se relacione conosco possa denunciar casos que contrariem nossos princípios éticos.

O Canal garante o direito ao sigilo e à preservação das partes envolvidas, não exigindo qualquer identificação e permitindo a comunicação com o investigador por meio de um número de protocolo no site relacionado à denúncia.

Os casos são investigados e têm as tratativas definidas por uma área imparcial e independente.



### Contatos do Disk Alerta:

**Site:**

<http://canaldedenuncias.com.br/lasaeb2w/>

**Telefone:** 0800 282 2550

---

# Desempenho Financeiro



# Cenário

O ano de 2019 foi marcado por uma melhora gradual do ambiente econômico, com a recuperação do PIB, controle da inflação e redução da taxa básica de juros (Selic), que atingiu a mínima histórica de 4,5% a.a. em dezembro.

Além disso, a inflação medida pelo IPCA encerrou o ano em 4,31%, 0,56 p.p. acima do registrado em 2018, mantendo-se dentro da meta.

Ao longo do ano, a taxa de desemprego apresentou uma trajetória de redução, registrando uma taxa média de 11,9% frente a 12,3% em 2018, reflexo da melhora econômica gradual.

Em linha com essa tendência positiva, o ano também foi marcado por uma recuperação do comércio varejista, com apresentação de alta de 1,8% no volume de vendas, medido pela Pesquisa Mensal do Comércio (PMC) do IBGE, o que representou a terceira alta consecutiva desde 2017.



# Resultados

GRI 102-7

## Panorama

CONSOLIDADO			DESTAQUES FINANCEIROS (R\$ MM)	CONTROLADORA		
2019	2018	VAR. (%)		2019	2018	VAR. (%)
32.599,8	27.804,0	17,2%	GMV/Receita Bruta	14.006,5	12.959,5	8,1%
18.662,7	17.689,8	5,5%	Receita Líquida <sup>1</sup>	12.169,0	11.350,0	7,2%
6.601,1	6.059,6	8,9%	Lucro Bruto <sup>1</sup>	4.736,3	4.403,9	7,5%
<b>35,4%</b>	<b>34,3%</b>	<b>+1,1 p.p.</b>	<b>Margem Bruta (%RL)</b>	<b>38,9%</b>	<b>38,8%</b>	<b>+0,1 p.p.</b>
3.456,1	3.115,2	10,9%	EBITDA Ajustado <sup>1</sup>	2.859,0	2.622,0	9,0%
<b>18,5%</b>	<b>17,6%</b>	<b>+0,9 p.p.</b>	<b>Margem EBITDA Ajustada (%RL)</b>	<b>23,5%</b>	<b>23,1%</b>	<b>+0,4 p.p.</b>
505,5	305,6	65,4%	Resultado Líquido <sup>1</sup>	505,5	<b>305,6</b>	<b>65,4%</b>
<b>2,7%</b>	<b>1,7%</b>	<b>+1,0 p.p.</b>	<b>Margem Líquida (%RL)</b>	<b>2,7%</b>	<b>1,7%</b>	<b>+1,0 p.p.</b>
<b>704,1</b>	<b>305,6</b>	<b>130,4%</b>	<b>Resultado Líquido<sup>2</sup></b>	<b>704,1</b>	<b>305,6</b>	<b>130,4%</b>
<b>3,8%</b>	<b>1,7%</b>	<b>+2,1 p.p.</b>	<b>Margem Líquida (%RL)</b>	<b>3,8%</b>	<b>1,7%</b>	<b>+2,1 p.p.</b>

<sup>1</sup> Desconsiderando efeitos de créditos fiscais.

<sup>2</sup> Considerando efeitos de créditos fiscais.

Nota: Conforme fato relevante comunicado ao mercado em 20/12/2019, a Americanas e a B2W obtiveram êxito perante o Supremo Tribunal Federal, em ações referentes à inconstitucionalidade da inclusão do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) na base de cálculo do PIS e da COFINS. Em consequência, o resultado de 2019 foi positivamente impactado pelos créditos fiscais gerando um ganho não recorrente. A fim de manter a comparabilidade entre os períodos, o resultado foi apresentado com e sem os créditos fiscais.

## Gross Merchandise Volume (GMV)

O GMV (*Gross Merchandise Volume*), que retrata a receita de vendas e serviços consolidada adicionada ao volume de vendas realizadas nas plataformas de *marketplace* da B2W Digital, somou R\$ 32,6 bilhões em 2019, um crescimento de 17,2% em relação a 2018.

O GMV consolidado segue em rápido crescimento, combinando uma aceleração do B2W *Marketplace* (GMV +49,7%) e sólido crescimento de vendas na **plataforma física** (Receita Bruta +8,1%), refletindo o sucesso na execução dos eventos do final do ano.



### Plataforma física

Em 2019, as vendas da plataforma física apresentaram uma tendência de aceleração ao longo do ano. A boa execução nos eventos de Páscoa, Dia das Crianças, Red Friday e Natal garantiram um sólido crescimento, apesar da forte base de comparação de 2018.

### Plataforma digital

Em 2019, o GMV total na plataforma digital alcançou R\$ 18,8 bilhões, um crescimento de 25,1% em relação aos R\$ 15,0 bilhões em 2018. O *marketplace* da B2W segue em rápido desenvolvimento, representando 62% do GMV Total.

Além disso, a B2W Digital registrou venda recorde na Black Friday. Os investimentos realizados na plataforma digital nos últimos anos refletiram, mais uma vez, na liderança de tráfego e de vendas durante o evento. Na Black Friday, fomos a maior plataforma de *marketplace* do Brasil e os *Sellers* puderam escalar seus negócios, vendendo o equivalente a 53 dias.

## Lucro Bruto e Margem Bruta

Na visão consolidada, o lucro bruto atingiu R\$ 6,6 bilhões em 2019, evolução de 8,9% com margem bruta de 35,4%, um crescimento de 1,1 p.p. em relação à 2018.

Lucro Bruto e Margem Bruta Consolidado  
R\$ milhões



### Plataforma física

Em 2019, o lucro bruto registrou crescimento de 7,5%, com margem bruta de 38,9%. Apesar de uma série de pressões de margem, como o fim da Lei do Bem e o ganho de representatividade de eventos promocionais, como a Red Friday, a Companhia apresentou um avanço de 0,1p.p. de margem devido a uma boa calibragem do mix e categorias, além do avanço de iniciativas estratégicas, como *pricing* e marcas próprias.

### Plataforma digital

O *marketplace* seguiu ganhando relevância e melhorando os níveis de rentabilidade da plataforma digital. Com o B2W *Marketplace* registrando um novo recorde, mais que dobrando a base de *Sellers* ao longo do ano, o lucro bruto cresceu 11,1%, com margem bruta de 32,2%, uma expansão de 2,5p.p. em relação ao ano anterior.

## Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas

Em 2019, na visão consolidada, a linha de despesas com vendas apresentou crescimento de 5,0% em relação a 2018 refletindo, os gastos associados a abertura de lojas. Já as despesas gerais e administrativas avançaram refletindo as contratações de pessoal necessário para suportar os novos negócios desenvolvidos pela Companhia.

Na controladora, as despesas com vendas expandiram 5,6%, reflexo do aumento de quadro de associados necessário para suportar a expansão de lojas. As despesas gerais e administrativas avançaram abaixo da inflação, refletindo os esforços de controle de custos.

## EBITDA Ajustado e Margem EBITDA

O EBITDA Ajustado apresentou crescimento de 10,9% com um avanço de 0,9 p.p. da margem EBITDA.

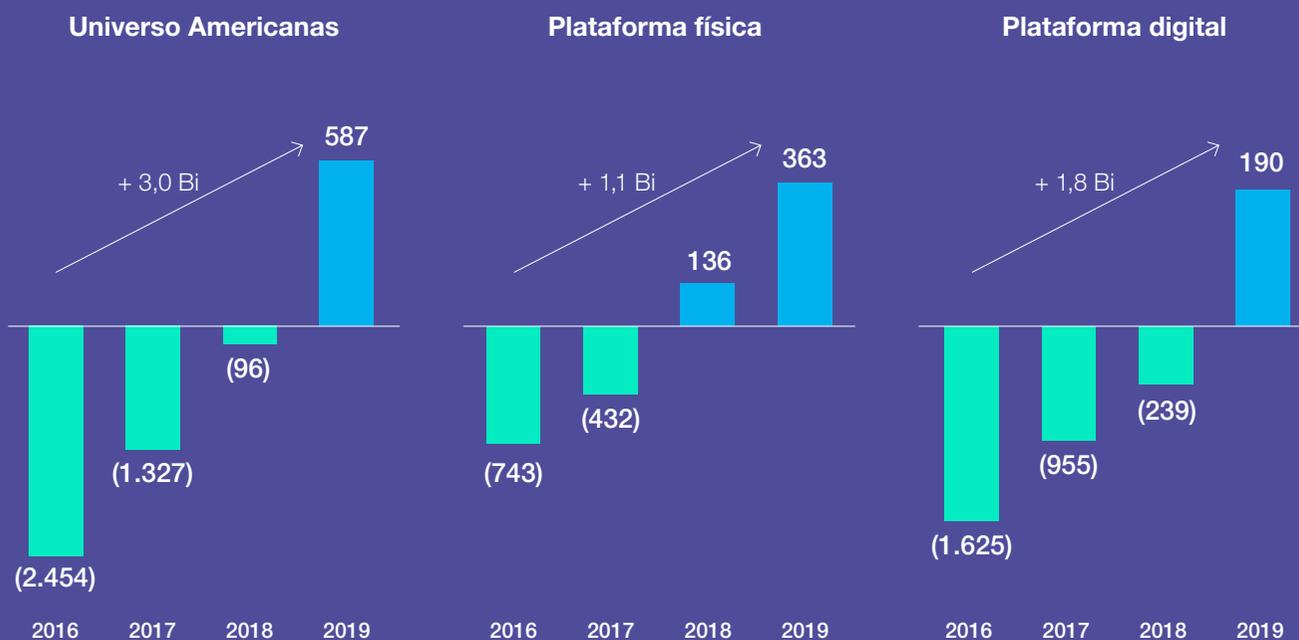
O EBITDA recorrente avançou em decorrência da expansão de margem na plataforma física e o progressivo aumento de rentabilidade na plataforma digital devido ao crescimento do *marketplace*.

EBITDA e Margem EBITDA Consolidado  
R\$ milhões e %



## Geração de caixa

Nos últimos três anos, o Universo Americanas apresentou significativa evolução na Geração de Caixa, permitindo que seguíssemos investindo na expansão de lojas e na B2W. Dessa forma, aceleramos o crescimento das plataformas física e digital.



A Geração de Caixa do Universo Americanas evoluiu R\$ 3 bilhões em três anos, saindo de um consumo de R\$ 2,5 bilhões em 2016, para uma geração de caixa de R\$ 586,8 milhões.

Como forma de capturar todos os efeitos, a geração de caixa é medida pela variação da dívida líquida, desconsiderando eventuais operações de aumento de capital.

### Plataforma física

A Geração de Caixa da plataforma física alcançou R\$ 363,4 milhões em comparação com um consumo de caixa de R\$ 743 milhões em 2016, uma evolução de R\$ 1,1 bilhão.

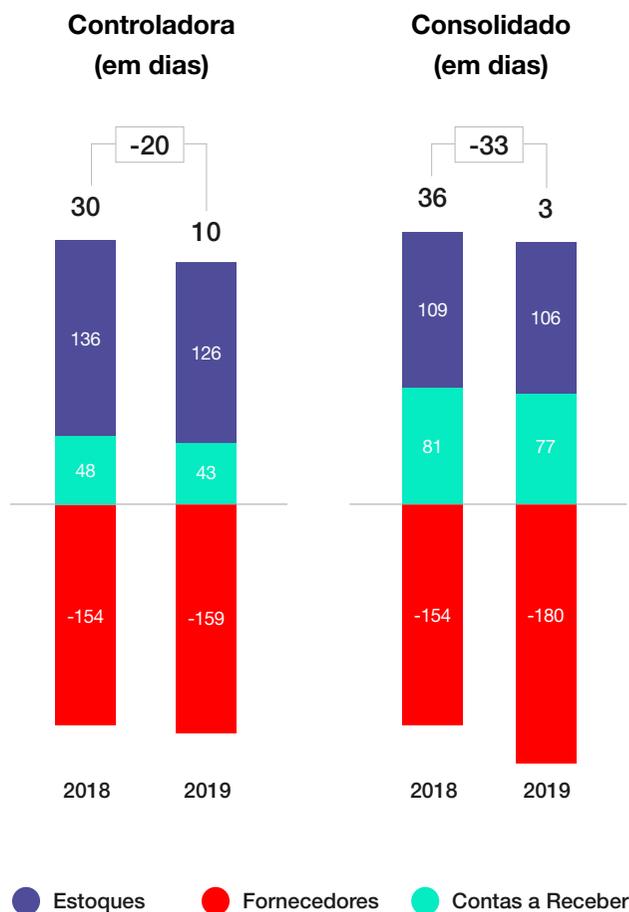
### Plataforma digital

Na Plataforma Digital, a evolução foi de R\$ 1,8 bilhão, saindo de um consumo de caixa de R\$ 1,6 bilhão para uma geração de caixa de R\$ 189,9 milhões em apenas três anos.

## Variação do Capital de Giro

Em 2019, o Capital de Giro líquido da controladora foi de dez dias, representando uma expressiva melhora de 20 dias, em relação a 2018. O ganho foi motivado por melhoras em todos os componentes do capital de giro, com destaque para a redução de dez dias no nível de estoques, gerada por redução de *leadtimes* de abastecimento e um contínuo trabalho da LET'S para maior eficiência na distribuição e assertividade de estoques.

No mesmo período, o capital de giro líquido consolidado foi de três dias, apresentando redução de 33 dias em relação ao mesmo período do ano anterior. Esse resultado refletiu o processo de revisão do sortimento do 1P, a otimização no planejamento de compra de mercadoria, além do aumento de participação do 3P nas vendas totais da plataforma digital.



## Resultado Financeiro Líquido

Em 2019, na visão consolidada, a queda de 2,5% do resultado financeiro líquido reflete a queda, ao longo do ano, da taxa do Certificado de Depósito Interbancário (CDI), taxa média de captação por meio do mercado interbancário, além dos efeitos do aumento de capital em B2W (saiba mais no relatório B2W Digital).

Na visão controladora, a redução de 4,2% do resultado financeiro líquido está relacionada principalmente à queda da taxa do CDI.

## Resultado Líquido

Em 2019, o Lucro Líquido recorrente avançou 65,4% com uma margem líquida de +1,0 p.p.. Esse crescimento foi impulsionado pelo avanço do resultado operacional, bem como pela queda do resultado financeiro líquido.

Considerando o efeito de créditos fiscais, o Lucro Líquido avançou 130,4% no ano.

## Endividamento

Ao final de 2019, o Endividamento Líquido consolidado reduziu R\$ 1.544,2 milhões em relação ao ano anterior, uma melhora de 0,6x EBITDA.

A redução do endividamento líquido na visão consolidada reflete os impactos do aumento de capital da B2W Digital, que contou com a adesão de 100% dos seus acionistas e além do fluxo de caixa gerados pelas plataformas física e digital.

Na controladora, o endividamento líquido aumentou em R\$ 1.201,0 milhões, uma variação de 0,4x EBITDA. Excluindo a participação da Americanas no aumento de capital da B2W, o endividamento líquido da controladora reduziria R\$ 363,4 milhões, uma melhora de 0,2x na relação dívida líquida/EBITDA (0,6x vs. 0,8x no 4T18).

Ademais, em 2019, o prazo médio da dívida consolidado foi de 33 para 40 meses e na controladora foi de 36 para 42 meses, de acordo com a estratégia da Companhia de focar em oportunidades de longo prazo.

## Contas a Receber

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

Ao final de 2019, o contas a receber somava R\$ 1,6 bilhão na controladora e R\$ 2,3 bilhões na visão consolidada.



Para conhecer em detalhes nossa Demonstração de Resultados e Balanços, acesse o release de resultados:

<https://static.lasa.com.br/upload/arquivosparadownload/00009479.pdf>

Ou as Demonstrações Financeiras completas:

<https://ri.lasa.com.br/informacoes-financeiras/relatorios-anuais-trimestrais/4t19-divulgacao-de-resultados>



# Gente



# Nosso Time

GRI 102-7 | 102-8 | 103-1 | 103-2 | 103-3 | 401-1 | 401-2 | 405-1



Gente em primeiro lugar. Acreditamos que o nosso sucesso em quase um século de história é resultado do trabalho e confiança dos nossos associados.

Alinhados com a Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas (ONU) para alcançar os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS), nós apostamos em práticas socioambientais e mantemos o compromisso de geração de empregos e a promoção do desenvolvimento das áreas onde atuamos.

Por isso, temos uma gestão dedicada a atrair e reter talentos com a priorização de mão de obra local e oferecendo a todos oportunidades de desenvolvimento pessoal e profissional, reconhecimento e um bom ambiente de trabalho que valorize sua saúde, segurança e bem-estar.

Assim, queremos incentivar todos a alcançarem plenamente o potencial de suas habilidades e competências pessoais, apoiando o sucesso do Universo Americanas que está em constante crescimento, ao proporcionar a geração de mais de 37 mil empregos em 2019.

**Em 2019, pelo segundo ano consecutivo, a Americanas conquistou a Certificação Great Place to Work (GPTW), com alta taxa de participação dos associados na resposta às pesquisas. Também esse ano, a B2W Digital, a LET'S e a Ame conquistaram, pela primeira vez, a certificação GPTW.**

# Diversidade

GRI 102-8 | 102-12 | 102-13 | 405-1

Seguindo os princípios e valores da Companhia, proporcionamos um ambiente acolhedor aos associados e não associados.

Por isso, não compactuamos com qualquer tipo de distinção de gênero ou raça na nossa oferta de oportunidades e na definição das remunerações, pois acreditamos que a diversidade é uma oportunidade de impactar positivamente o Universo Americanas e a sociedade brasileira.

Em junho de 2019, assinamos três pactos voluntários de grande importância para a promoção da diversidade e da equidade dentro das Companhias e nas suas cadeias de valor.

Em decorrência do projeto de expansão da operação do Universo Americanas, aumentamos também o nosso quadro de associados em 2019. Em comparação com 2018, geramos mais 3.103 empregos, sempre respeitando a diversidade, como será exposto a seguir.



## Coalizão Empresarial para Equidade Racial e de Gênero

Promovido pelo Instituto Ethos, o pacto tem como premissa a redução das desigualdades sociais brasileiras, com foco nas questões raciais e de gênero no mundo corporativo.



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

Esta carta do Instituto Ethos possui como premissa a promoção do trabalho decente, reforçando a equidade e a inclusão de pessoas com deficiência (PcD). Como signatários, nos comprometemos a combater os preconceitos e mitos relacionados a este público.



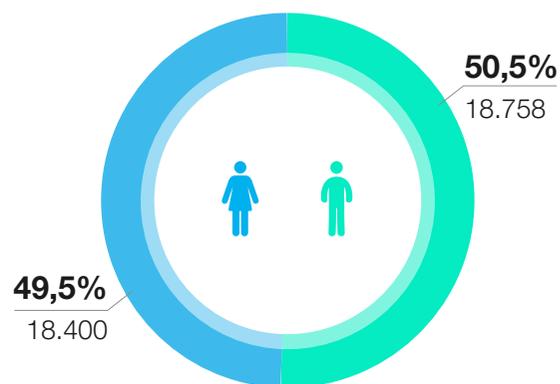
## Princípios do Empoderamento Feminino, da ONU Mulheres

Desenvolvido pela ONU Mulheres, apresenta sete princípios para estabelecer liderança corporativa e igualdade de gênero nas Companhias. O objetivo é tratar todos de forma justa no trabalho, formar e desenvolver profissionalmente as mulheres, além de acompanhar os resultados obtidos com as ações.

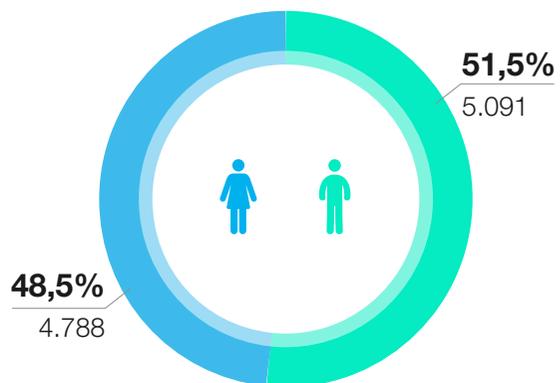


# + de 37 mil associados

## Diversidade por gênero



## Promoções Universo Americanas



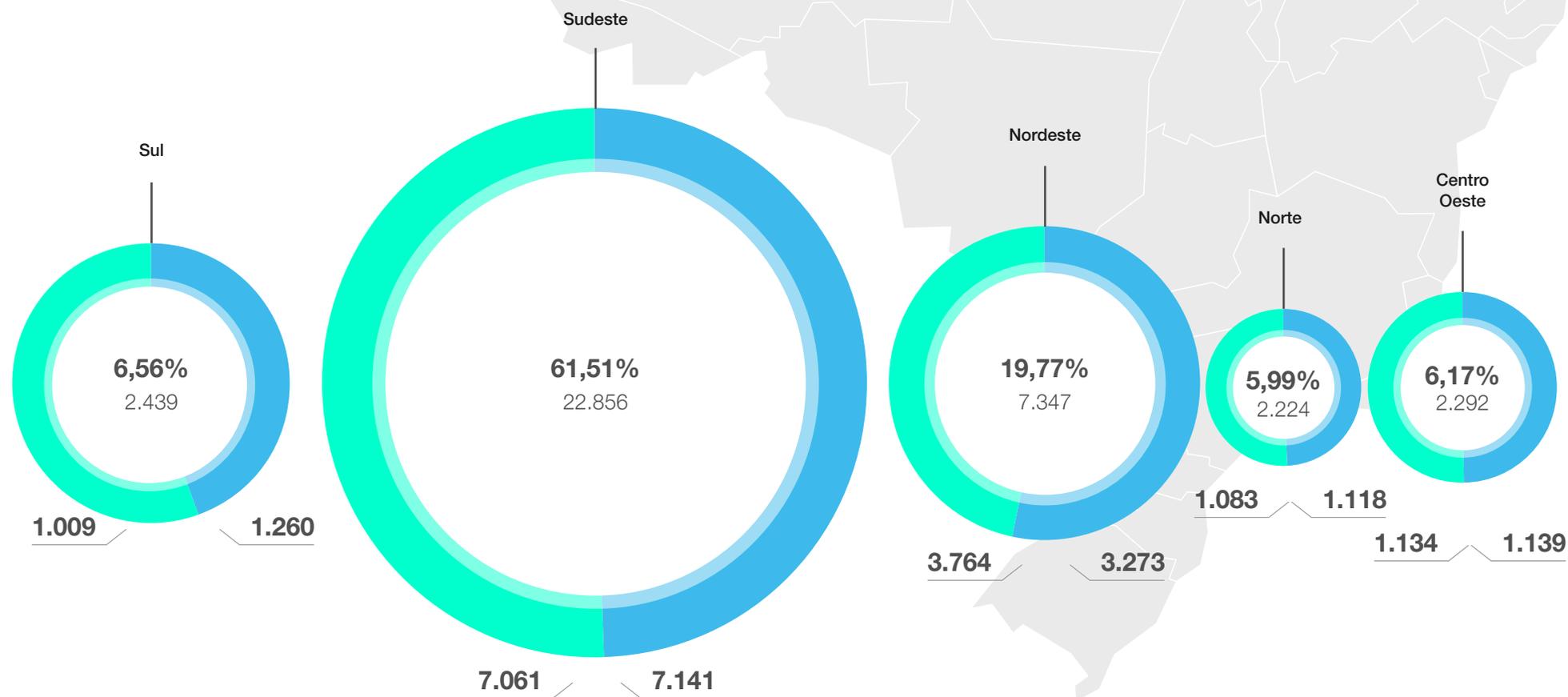
## Diversidade Universo Americanas - 2019

Nível	Homens	Mulheres
Diretoria	14	5
Gerência	867	1.143
Chefia/Coord	354	292
Técnica/Supervisão	3.286	4.139
Administrativo	565	1.101
Operacional	13.584	11.534
Aprendiz*	44	148
Estagiário*	44	38
<b>Total por gênero</b>	<b>18.758</b>	<b>18.400</b>

\* Aprendizes e Estagiários referentes à B2W Digital. O total de Americanas separados por gênero não é divulgado.

# Associados por região

Mulheres Homens



## Gênero

Realizamos diversos eventos sobre equidade de gênero com o objetivo de apoiar cada vez mais uma distribuição igualitária de oportunidades.

Temos orgulho em dizer que isso é uma realidade no nosso quadro de associados e temos a meta de trazer uma participação igualitária de 50/50 de gênero nos nossos processos seletivos para manter esse equilíbrio.

**Em 2019, 9.879 associados foram promovidos no Universo Americanas e assumiram novos cargos.**

**Destes, 48,5% são mulheres.**

## Inclusão de PcD

GRI 401-1

Ao longo de 2019, também foram realizadas iniciativas para inclusão de pessoas com deficiência (PcD) no quadro de associados.

Isso se deu tanto por meio da contratação de profissionais PcD, quanto por meio do treinamento, sensibilização e engajamento de seus colegas de trabalho para uma inclusão efetiva.

Conheça a seguir as principais iniciativas:

## Programa Somar

O programa tem como objetivo identificar e qualificar pessoas com deficiência (PcD) para atuação nas nossas unidades de negócios.

Atuamos na inclusão desses talentos com ações como: programa de formação de gestores, cursos de Libras e calendários de ações inclusivas.

Internamente estamos em constante adequação de processos e instalações para aumentar a inclusão de PcDs. Em 2019, com a comemoração dos cinco anos do Programa Somar, também ampliamos a divulgação das vagas existentes nos canais institucionais, nas parcerias com secretarias municipais e consultorias especializadas, além da participação de feiras de emprego dedicadas para PcD.

**242**  
**contratados**  
**em 2019**



**1.239**  
**contratados**  
**desde 2014**



**1.784 horas de treinamento (oficinas de Libras e palestras de sensibilização).**

# Atração

GRI 401-1

Ao longo dos últimos anos, temos vivido um ciclo intenso de expansão, que tem como um dos pilares fundamentais a atração de novos talentos com as competências e habilidades alinhadas aos diferentes segmentos de atuação do Universo Americanas.

Com uma forte cultura de desenvolvimento (saiba mais na página 57), contamos com diversos programas de atração de talentos, que abrem as portas de inúmeras possibilidades para jovens que querem iniciar uma carreira de sucesso. Conheça cada um deles a seguir:

## Talentos contratados em 2019:



**567**

novos talentos



**250**

estagiários



**34**

trainees



**19**

participantes  
Summer Job

## Programa Jovem Aprendiz

O programa, exclusivo da Americanas, tem o objetivo de apoiar a inserção dos jovens no mercado de trabalho por meio de novas experiências que desenvolvam suas competências técnicas e humanas.

Os aprendizes atuam em atividades administrativas, vendas e logística em diversos estados do país.

## Programa Começando Juntos

Específico para atração de associados na B2W Digital, o programa oferece a oportunidade do primeiro emprego para jovens.

Durante o período, os participantes realizam *job rotation* e têm a oportunidade de vivenciar diversas áreas da Companhia, além de treinamento para o desenvolvimento de competências.

Também por meio do programa, oferecemos oficinas de Libras e diálogos sobre diversidade para garantir uma integração com todos os associados da Companhia. Para atração dos talentos, participamos de feiras, como a Casa Aberta do Senac.

**1.508**

contratados



**1.104**

horas de  
treinamento



## Programa de Estágio

Os programas, que em 2019 contaram com mais de 70.500 mil inscritos e 250 contratados, são divididos entre o Estágio em Loja, com abrangência nacional e voltado para universitários que apresentam espírito empreendedor, e o Estágio B2W *Tech*, voltado para universitários que têm maior aptidão por tecnologia.

Durante o período máximo de dois anos, os participantes aprendem sobre o Universo Americanas, além de acompanharem o varejo na prática, munidos de métodos e de ferramentas de gestão fundamentais para o seu crescimento profissional.

## Programa de Trainee

O programa é bastante reconhecido e concorrido na área corporativa, com mais de 26 mil inscritos em 2019.

Durante o ano, os 34 participantes tiveram a possibilidade de conhecer com detalhes a operação da Companhia e receberam diversos treinamentos de método e de gestão, incluindo a formação *Green Belt*, que tem como objetivo o desenvolvimento de projetos de melhorias para o Universo Americanas.

## Programa Novos Talentos

O programa promove a atração de talentos recém-formados e uma capacitação intensiva e acelerada para que se transformem em futuros líderes na Companhia.

Os mais de 560 aprovados em 2019 foram direcionados para diversas áreas do negócio já em seu primeiro dia de trabalho e ao longo do ano receberam treinamentos contínuos feitos por executivos para que tivessem um panorama global do Universo Americanas.

Atualmente, também está em andamento o programa destinado ao desenvolvimento de líderes para as lojas, levando em consideração seus desafios específicos. Essa é uma oportunidade tanto para novos talentos, como uma forma de estímulo para quem está na sede se aventurar nas lojas.

O processo, realizado em todo o país, é uma oportunidade de alavancar a carreira por meio da capacitação dos associados.

Além de permanecerem um tempo na loja, os *trainees* e os novos talentos são encaminhados ao Centro de Distribuição (CD) para que possam conhecer todos os modelos do negócio.

## Programa Novos Talentos Mestrado

O programa, iniciado em 2018, apoia a atração de talentos excepcionais para fazer frente aos desafios do crescimento da Companhia.

O processo seletivo é voltado aos profissionais com mestrado finalizado, que devem apresentar soluções simples para problemas complexos.

Os selecionados começam sua trajetória na Companhia como coordenadores de projetos, além de passarem por um treinamento e acompanhamento intensivos, adquirindo formação para se tornarem futuros executivos.

## Summer Job

Em 2019, recebemos 19 alunos das melhores faculdades nacionais e internacionais para atuarem junto de nossos associados durante suas férias de verão.

Além do desenvolvimento de projetos, eles participaram de encontros com a Diretoria e de

treinamentos técnicos e comportamentais com o time de Gente & Gestão.

## Programa MBA

Desde 2012, o programa recruta talentos das melhores escolas de negócios do mundo para atuação como gerentes no desenvolvimento de projetos do Universo Americanas. As ações recebem o acompanhamento de diretores da Companhia.



Nossas Portas de Entradas podem ser encontradas nas páginas de talentos do Universo Americanas:

- <https://talentos.lasa.com.br>
- <http://somos.b2wdigital.com>
- [https://boards.greenhouse.io/amedigital?gh\\_src=27927b6d2](https://boards.greenhouse.io/amedigital?gh_src=27927b6d2)



A B2W Digital conta com diversos programas voltados a formar o melhor time *tech* do Brasil. Saiba mais no seu relatório Anual:

<https://ri.b2w.digital/informacoes-aos-investidores/relatorios-anuais>

## Parcerias com instituições de ensino

Um relacionamento próximo e presente nas instituições de ensino é um importante canal de atração de novos talentos. Nesse sentido, em 2019, nossa participação em eventos universitários cresceu mais de 300% e estivemos presentes em diversas semanas acadêmicas, feiras de recrutamento, palestras e *workshops* no Brasil e no exterior.

Com isso, tivemos a oportunidade de trocar conhecimento e nos aproximarmos dos estudantes, reforçando nossa marca empregadora e mostrando a todos o Universo Americanas de oportunidades de início de carreira, que vai muito além das nossas lojas.

**Estivemos presentes em mais de 135 eventos, como feiras, conferências e semanas acadêmicas, palestras e *working days*, além de mais de 55 *meetups*, totalizando mais de 10.000 jovens impactados diretamente.**



Participação das equipes de Gente & Gestão da Americanas em um feira de recrutamento.

### MIT Industrial Liaison Program

Participamos do evento do MIT *Industrial Liaison Program*, que conta com a participação das 200 das principais empresas do mundo e estimula parcerias para criarem interações produtivas em conjunto com a indústria, fortalecendo relações mutuamente benéficas entre o MIT e corporações em todo o mundo.

### Digital LAB

Desde 2014, o Universo Americanas conta com os Digital Labs, espaços colaborativos criados em parceria com renomadas instituições de ensino, cujo objetivo mira o desenvolvimento de projetos disruptivos, aproximando-se dos maiores centros de excelência em tecnologia digital do mundo. Algumas instituições parceiras dos Digital Labs são o *Massachusetts Institute of Technology* (MIT) e a *Harvard University*.



Saiba mais no Relatório Anual B2W:  
<https://ri.b2w.digital/informacoes-aos-investidores/relatorios-anuais>

# Desenvolvimento

GRI 103-1 | 103-2 | 103-3 | 404-1 | 404-2 | 404-3



Como uma Companhia em contínuo crescimento, acreditamos na capacitação e desenvolvimento dos nossos associados como o caminho certo para o futuro do nosso negócio.

**Temos uma cultura sólida que nos apoia na qualidade do atendimento e na experiência de excelência padronizada para o cliente. A maioria quase absoluta de nossas lideranças de loja, por exemplo, foi formada dentro de casa.**

Portanto, nossos associados contam com diversos programas de desenvolvimento para aproveitarem nosso Universo Americanas de oportunidades de evolução de carreira.

## Programa de Liderança DNA

O programa de Liderança DNA tem o desafio de formar mais rapidamente gerentes de loja, de modo que possamos alcançar um novo patamar em nosso método de formação e desenvolvimento.

A criação do Programa envolveu um complexo trabalho de *people analytics*, desenvolvido junto com professores pesquisadores de Harvard e *West Point*, que identificou e comprovou estatisticamente os atributos que diferenciam um gerente excepcional e que o tornam um profissional “fora da curva”.

Com base nos 20 atributos identificados nos gerentes excepcionais, criamos um programa de treinamento em cinco módulos para nossos associados gerentes de loja, buscando perpetuar essas características e promover o desenvolvimento de todos.

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

Treinamento em parceria com a HBS (*Harvard Business School*) para aperfeiçoamento das nossas lideranças, ministrado pelo Professor da universidade de Harvard, Boris Groysberg. O programa, que já ocorre na Companhia desde 2013, contou com novas edições em 2019.

## Programa de Melhora Contínua

Realizamos diversos projetos voltados a promover a melhoria contínua do negócio, com foco, principalmente, na gestão de processos, desenvolvimento de projetos e resolução de problemas.

Um destaque nesse sentido é o Programa *Lean Six Sigma*, por meio do qual oferecemos 17,9 mil horas de treinamento, capacitando 654 associados (516 *yellow belts*, 107 *green belts*, 21 *black belts* e 10 *master black belts*).

## Faculdade do Varejo

O Programa incentiva o desenvolvimento profissional, oferecendo bolsas de estudo para associados que são destaque nas suas funções e que estão há mais de dois anos na Companhia. Com isso, eles podem avançar em sua formação acadêmica e ampliar suas chances de desenvolvimento de carreira.

## Centro de Desenvolvimento Americanas (CDA)

O Centro de Desenvolvimento Americanas, criado em 2005, é a nossa universidade corporativa e oferece formação digital e treinamentos presenciais, em polos espalhados por todo o Brasil, para manter os associados sempre atualizados e capacitados. Em 2019, os treinamentos oferecidos pelo CDA totalizaram 431 mil horas.

## Os treinamentos totalizaram 431 mil horas em 2019.

## Avaliação de desempenho

Periodicamente, promovemos avaliação de desempenho de nossos associados, a fim de identificar suas oportunidades de evolução e orientar sua participação em iniciativas de treinamento e desenvolvimento.

# Comunicação e Engajamento

Os nossos cerca de 37 mil associados, atuantes em todo o país, são os maiores disseminadores dos valores do Universo Americanas. Por isso, temos importantes canais de diálogo, troca e engajamento junto a todos para que as decisões sejam mais eficazes e para que a nossa cultura e excelência sejam disseminados entre o time.

## Reunião Nacional Executiva - RENAEX

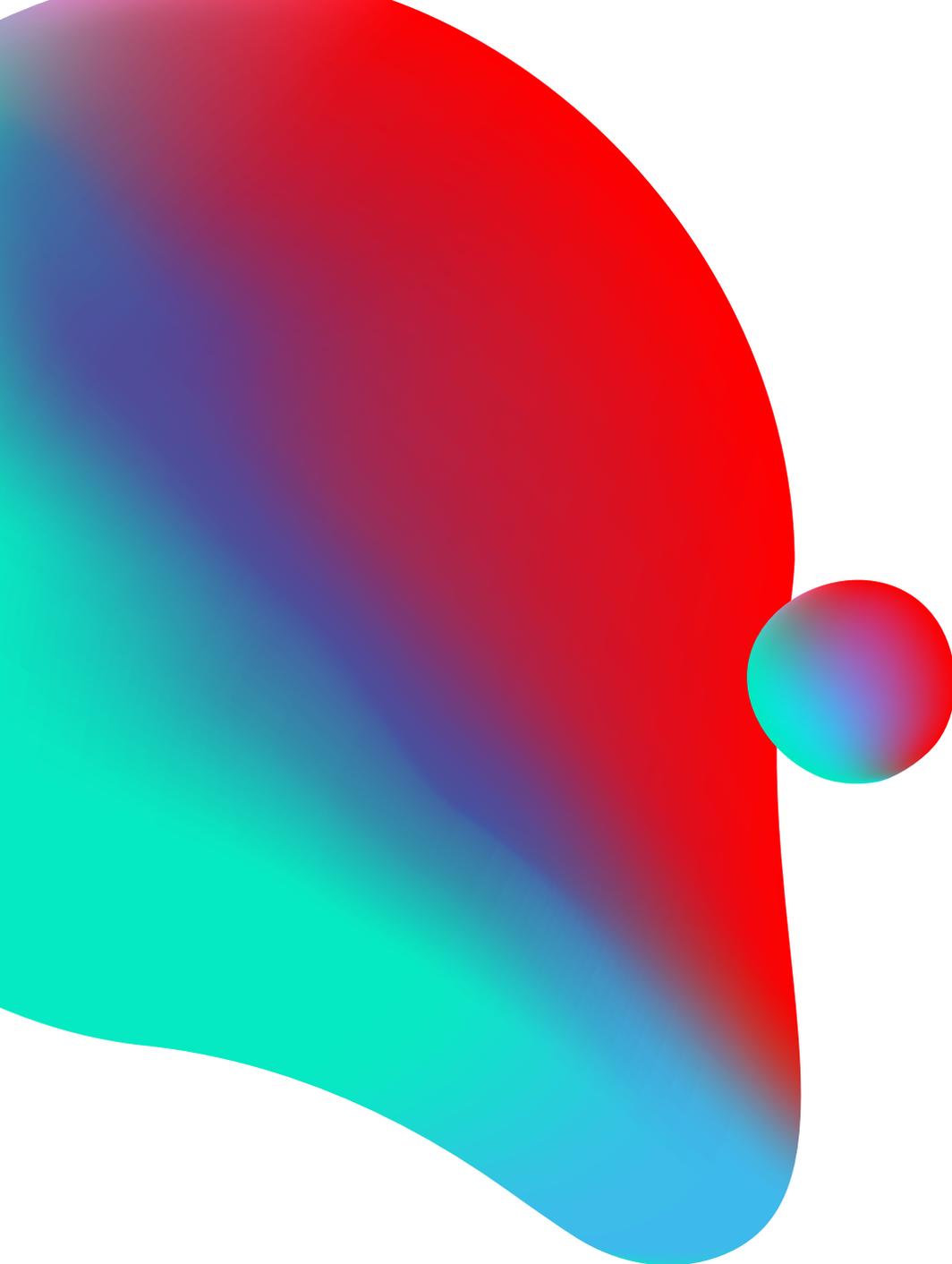
Com o crescimento do Universo Americanas, em 2019 promovemos cinco eventos regionais de encontro de líderes nos seguintes estados: Rio de Janeiro, São Paulo, Salvador, Brasília e Curitiba que permitiram uma imersão ainda mais intensa e uma maior aproximação da alta liderança com a realidade de cada região.

## Homenagem de 25 anos

Anualmente, homenageamos os associados que completam 25 anos de Companhia. Para o evento, reunimos, no Rio de Janeiro, pessoas de todo o Brasil, fazendo um passeio pela cidade e, logo após, realizamos o momento da homenagem feita pelos nossos CEOs e Diretores na Sede. Em 2019, tivemos 180 associados homenageados.



Celebração dos associados que completaram 25 anos de Companhia.



---

# Saúde e Segurança

GRI 102-15 | 103-1 | 103-2 | 103-3 | 403-1

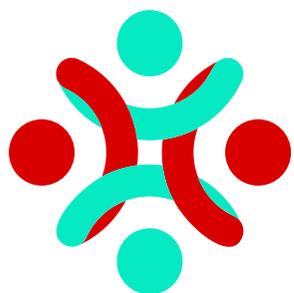
O Universo Americanas possui uma gestão de saúde e segurança que abrange todas as áreas, com equipe que atende os escritórios administrativos, Centros de Distribuição e lojas, apresentando os procedimentos e instruções que regulam e preservam a segurança e a saúde no trabalho, além do cumprimento rigorosamente das leis e normas relativas à Segurança e à Medicina do Trabalho.

Além disso possui uma Política de Saúde, Segurança e Meio Ambiente, com o objetivo de garantir que todas as suas operações sejam realizadas com o menor impacto ambiental, para prevenir acidentes e assegurar a saúde ocupacional de seus associados.



Para saber mais sobre a Política de Saúde,  
Segurança e Meio Ambiente, acesse:

[http://www.companhiaverde.com.br/americanas/  
politica-ambiental](http://www.companhiaverde.com.br/americanas/politica-ambiental)



# JUNTOS SOMOS, MAIS SAÚDE

## Juntos Somos Mais Saúde

O Juntos Somos Mais Saúde foi criado para fazer a gestão da saúde dos nossos associados e buscar iniciativas para garantir a qualidade de vida e o bem-estar dos mesmos. O Comitê atua em frentes fixas e campanhas pontuais durante o ano.

Iniciativas:

- Campanha do Dia Mundial da Saúde (abril/2019);
- Programa de Gestantes (fixo);
- Programa de Acompanhamento de Internações (fixo); e
- Campanha do Dia Mundial do Doador de Sangue (junho/2019).

## Programa de Gestantes

O programa visa garantir que nossas gestantes tenham acesso às informações necessárias para uma gestação adequada e segura. Com a iniciativa, prestamos assistência às nossas associadas e dependentes de associados, garantindo que elas estejam fazendo o acompanhamento de forma adequada para evitar complicações no parto ou partos prematuros.

## Programa de Acompanhamento de Internação

O programa visa prestar assistência aos nossos associados e dependentes dos associados que possuem plano de saúde da Companhia. Com a iniciativa, uma equipe médica especializada entra em contato com o associado ou dependente, realiza o acolhimento, e presta as orientações necessárias para cada caso de saúde. Com esse cuidado mais próximo, conseguimos entender melhor a situação do nosso associado e seu familiar, evitando traumas desnecessários referente a internações.

Temos o compromisso de proporcionar um ambiente de trabalho cada vez mais seguro e saudável para os nossos associados, por considerarmos isso como um pilar fundamental de uma cultura que tem gente em primeiro lugar.

Para isso, é importante engajá-los a respeito dessas questões, tornando-os conscientes e participativos na construção de uma cultura capaz de multiplicar atitudes positivas no ambiente de trabalho.

Em todos os Centros de Distribuição, onde os possíveis impactos são maiores, temos programas e campanhas voltados a tais temas. Conheça alguns deles e os órgãos responsáveis:



### **Game de Segurança**

O programa tem como objetivo avaliar as condições do ambiente de trabalho, tendo em vista a minimização dos riscos de incidentes/acidentes em nossas operações. As auditorias periódicas nas unidades são realizadas pelos representantes da CIPA (Comissão Interna de Prevenção de Acidentes) e Brigadistas.



### **Sempre Alerta**

O programa busca avaliar o comportamento dos nossos associados em relação à Segurança do Trabalho. Outra iniciativa nesse sentido é a realização de DDSs (Diálogos de Segurança), que são largamente difundidos em nossas operações por meio dos gestores.



### **Black Seguro**

A campanha foi lançada durante a realização da Black Friday 2019 e consiste em um desafio corporativo focado na conscientização dos associados para o desenvolvimento de práticas seguras no ambiente de trabalho.



Também realizamos diversas campanhas de treinamento e conscientização de todos os associados para estimulá-los a adotarem cuidados com sua saúde e bem-estar e contamos com uma sólida estrutura de prevenção.

## Conscientização

### » Abril Verde

Teve o objetivo de engajamento na adoção do comportamento seguro.

### » Maio Amarelo

Trata sobre a sensibilização na prevenção de acidentes no trânsito.

### » Outubro Rosa

Busca alertar as mulheres sobre a importância da prevenção e do diagnóstico precoce do câncer de mama e de colo do útero.

### » Novembro Azul

Dirigida à conscientização a respeito de doenças masculinas, com ênfase na prevenção e no diagnóstico precoce do câncer de próstata.

### » Campanha de Prevenção e Combate à Dengue

### » Campanha de Saúde da Mulher

### » Campanha de Prevenção de ISTs

(Infecções Sexualmente Transmissíveis).

### » Campanha de Saúde Mental

### » Semana Interna de Prevenção de Acidentes do Trabalho (SIPAT).

### » Dia Mundial da Saúde

Com atividades de meditação guiada, ginástica laboral e comunicações sobre assuntos, como ansiedade, bem-estar no trabalho, saúde bucal, obesidade e doenças do coração.

### » Ginástica Laboral

Durante a semana do Dia Mundial da Saúde realizamos algumas ações com o objetivo de estimular uma melhor qualidade de vida para nossos associados, como ginástica laboral e meditação guiada. O resultado foi tão positivo que adotamos a ginástica laboral em nossa rotina.

Agora, nossos associados em lojas e escritórios praticam, toda semana, a ginástica laboral. Buscando um ambiente mais leve e agradável, a laboral nos deixa mais bem-dispostos e preparados para as atividades da semana.

### » Campanha de incentivo ao Dia Mundial do Doador de Sangue

## Treinamentos

» **Treinamento de todos os associados** que são membros voluntários das Brigadas de Incêndio para Atuação em Emergências. Mais de 60 associados tiveram a oportunidade de conhecer detalhes sobre prevenção e combate a incêndios;

» **Treinamento dos técnicos de segurança** em todo o Brasil sobre aspectos ambientais, como Resíduos Sólidos e Reciclagem, Auditoria Ambiental, Preservação Ambiental e Sustentabilidade;

» **Curso da NR 35 sobre trabalho em altura** esclarecendo as exigências da norma e orientando o uso correto dos equipamentos de proteção individual e medidas de proteção coletiva em trabalho e resgate em altura; e

» **Diversos treinamentos sobre assuntos relevantes para a cultura de saúde e segurança**, como Ergonomia, Inspeção Predial, Responsabilidade Civil e Penal quanto aos Acidentes de Trabalho e Programa OBSEG (Programa Comportamental de Observação de Práticas Inseguras).

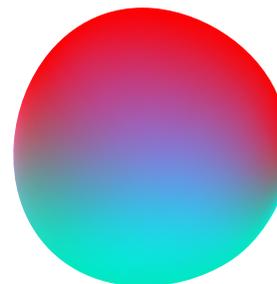
## Prevenção

Em todas as nossas unidades com mais de 50 associados, mantemos uma CIPA (Comissão Interna de Prevenção de Acidentes), que auxilia a Segurança do Trabalho nas questões de saúde e segurança do trabalho, e Brigadas de Incêndio.

Em 2019, passamos a promover também Ginástica Laboral e aprimorar o mobiliário de trabalho para melhor ergonomia e prevenção de doenças ocupacionais.

Outro avanço no ano, foi a implementação do Sistema SOC, um *software* de gestão de Saúde e Segurança do Trabalho (SST) que atende às regras do governo, de acordo com a portaria N° 3.214/78 sobre o tema e agrupa os PPRAs (Programa de Prevenção de Riscos Ambientais) realizados anualmente em todas as unidades.

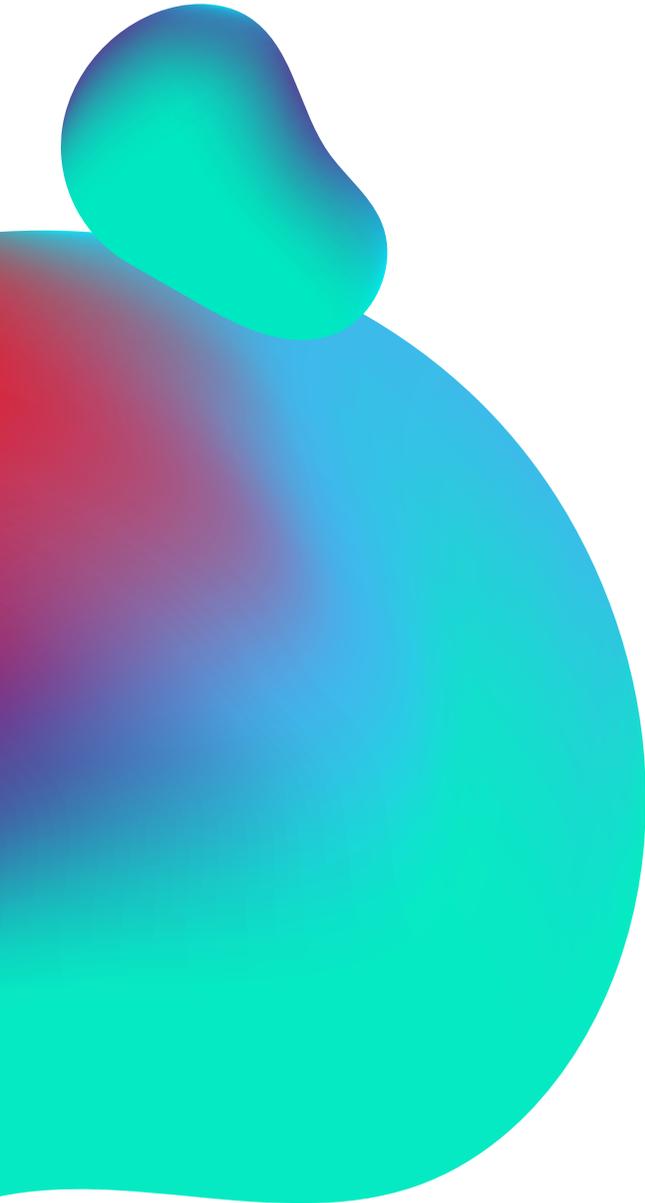
Para gerar a documentação, atendemos as normas regulamentadoras, como a existência da Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (CIPA), a utilização de Equipamento de Proteção Individual (EPI) e a realização de exames médicos.





# Impacto Positivo





---

# Estratégia de Sustentabilidade

GRI 103-1

Temos compromisso com o desenvolvimento sustentável do nosso negócio, potencializando nossa geração de valor.

Pensando nisso, criamos, em 2007, o nosso Comitê de Sustentabilidade (Comitê Companhia Verde), apoiando a alta liderança na gestão de aspectos estratégicos para o desenvolvimento sustentável e promovendo o engajamento de nossos públicos para a adoção de práticas sustentáveis.

Para conduzir a Companhia Verde, auxiliar na estratégia e governança da sustentabilidade e coordenar as iniciativas de gestão ambiental e de responsabilidade social, também contamos com a Diretoria de Sustentabilidade do Universo Americanas.

**Pelo 6º ano consecutivo fomos selecionados para a carteira do ISE, Índice de Sustentabilidade Empresarial da B3, que avalia os compromissos das empresas com o desenvolvimento sustentável reconhecendo as que promovem as melhores práticas.**

## Diálogo com Stakeholders

GRI 102-40 | 102-42 | 102-43 | 102-44 | 102-46 | 102-47

Acreditamos que promover a sustentabilidade é um propósito a ser realizado colaborativa e conjuntamente. Por isso, mantemos um diálogo constante com nossos *stakeholders* e associações voltadas a promover a sustentabilidade da Companhia.

Com o objetivo de conhecer os interesses dos nossos públicos de relacionamento em relação à sustentabilidade, mantemos um processo contínuo de pesquisa e definição dos temas que têm maior potencial de gerar riscos ou oportunidades à realização da estratégia da Companhia, os temas materiais.

Este Relatório se baseia nos temas mais relevantes para a sustentação da cadeia de valor do Universo Americanas, identificados no estudo de materialidade realizado em 2019.

Estas consultas, elaboradas com clientes, fornecedores, associados, investidores, entre outros *stakeholders* a cada dois anos, se deram também por meio de entrevistas aprofundadas com executivos e especialistas do Instituto Akatu, Associação Paulista de Supermercados (Apas) e Centro de Excelência em Varejo da FGV (GVcev). Também foram levados em conta os documentos internos e estudos setoriais nacionais e internacionais, além de *benchmarking*, priorização e análise.



Com base nas pesquisas, foram definidos os temas materiais para o negócio, que baseiam nossa estratégia de sustentabilidade e são abordados ao longo deste Relatório:

- 1º Relacionamento e Experiência dos Clientes;
- 2º Privacidade das Informações dos Clientes;
- 3º Saúde e Segurança do Cliente;
- 4º Treinamento e Desenvolvimento dos Associados;
- 5º Geração de Empregos;
- 6º Salário e Benefícios dos Associados;
- 7º Transparência e Comunicação da Gestão;
- 8º Saúde e Segurança no Trabalho;
- 9º Inovação e Automação;
- 10º Diversidade e Inclusão no Ambiente de Trabalho;
- 11º Governança Corporativa;
- 12º Desempenho Econômico-Financeiro;
- 13º Preços Acessíveis;
- 14º Cadeia Responsável; e
- 15º Presença no Mercado.

## Geração de valor



Com presença em 739 cidades de todos os estados do país (77% do PIB), damos acesso a milhões de brasileiros ao sortimento diversificado e preço justo das lojas físicas.



Temos o compromisso com a excelência no atendimento aos nossos clientes, gerando uma experiência de compra e relacionamento diferenciada.



Geramos cerca de 37 mil empregos diretos e uma estimativa de mais de 110 mil empregos indiretos, levando oportunidade de carreira a centenas de municípios pelo Brasil.

Na abertura de novas lojas, priorizamos a contratação nas comunidades locais das lideranças a serem formadas, gerando desenvolvimento e acesso não somente a emprego, mas também a possibilidade de desenvolvimento de carreira.



Com 100% dos municípios brasileiros cobertos pelos nossos canais digitais, clientes localizados em qualquer lugar têm acesso a mais de 29 milhões de produtos, inclusive internacionais, com excelência na experiência de compra e preço justo.



Por meio do *marketplace* da B2W Digital, mais de 46 mil *sellers*, dos quais mais de 40% pequenos empreendedores, podem desenvolver seus negócios contando com a reputação de nossas marcas, um tráfego de clientes altamente qualificado para alavancar suas vendas, um time comercial experiente e diversos serviços da plataforma B2W (saiba mais na página 14).



Apoiamos diversos projetos sociais, patrocínios culturais e um programa de voluntariado que apoiam o desenvolvimento de grupos em situação de vulnerabilidade.

## Pactos e compromissos

GRI 102-12 | 102-13

Reforçamos nosso compromisso por meio de um processo de diálogo e colaboração junto aos nossos *stakeholders* e associações voltadas à promoção da sustentabilidade.

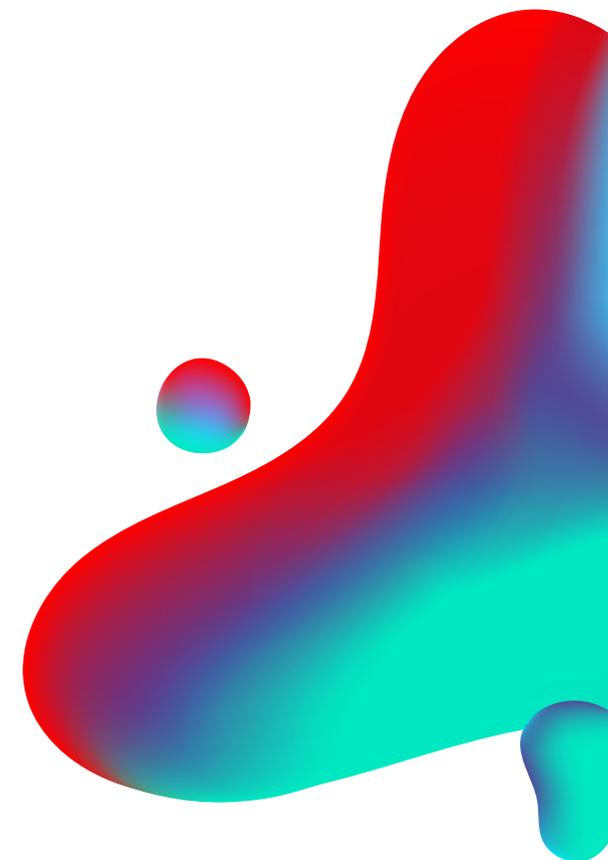
- » Desde 2013, somos signatários do Pacto Global da Organização das Nações Unidas (ONU), que propõe às empresas alinharem suas estratégias e operações a princípios universais nas áreas de Direitos Humanos, Trabalho, Meio Ambiente e Anticorrupção.

Em 2019, mas uma vez, reafirmamos nosso compromisso com o Pacto Global e apresentamos, ao longo de todo este relatório, as iniciativas para avançar frente aos compromissos assumidos.

- » Como signatários do Pacto Global, apoiamos a Agenda 2030 da ONU, que propõe 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) a serem buscados por países e organizações para enfrentamento dos principais desafios à sustentabilidade nos próximos anos.

- » Desde 2018, somos associados ao Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, OSCIP (Organização da Sociedade Civil de Interesse Público) que atua para mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerirem seus negócios de forma socialmente responsável.
- » Em 2019, passamos a fazer parte da Coalizão Empresarial para Equidade Racial e de Gênero, promovida pelo Instituto Ethos, que tem como objetivo a redução das desigualdades sociais brasileiras, com ênfase nas questões raciais e de gênero no mundo corporativo.
- » Em 2019, também aderimos aos Princípios de Empoderamento das Mulheres, da ONU Mulheres, que ajudam a comunidade empresarial a incorporar em seus negócios valores e práticas que visem à equidade de gênero e o empoderamento de mulheres.
- » Também em 2019, assinamos a Carta Empresarial pelos Direitos Humanos e pela Promoção do Trabalho Decente, do Instituto Ethos, que reforça a equidade e a inclusão de pessoas com deficiência (PcD) e o combate aos preconceitos e mitos relacionados a este público.

Nos subcapítulos a seguir, você poderá saber mais sobre as principais iniciativas desenvolvidas junto aos nossos diversos públicos que visam ampliar nossa geração de impacto positivo.



# Relevância Social

## Cadeia responsável

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

### Fornecedores

GRI 102-9 | 102-15 | 103-1 | 103-2 | 103-3 | 408-1 | 409-1 | 414-1 | 417-1

Para atender às necessidades de nossos clientes com um sortimento diversificado, o Universo Americanas conta com mais de dois mil fornecedores nacionais e internacionais.

A Companhia promove a difusão de princípios de proteção e valorização dos Direitos Humanos junto aos seus parceiros, destacando esses termos nos contratos comerciais com o propósito de colaborar com a erradicação do trabalho forçado e do trabalho infantil e no combate a qualquer prática que não respeite o Princípio da Dignidade Humana na cadeia produtiva de valor.

Todos os nossos contratos impõem cláusulas específicas punitivas, como previsão de multas e descredenciamento imediato, no caso de irregularidades.

Todos os fornecedores devem adotar rigorosos padrões de qualidade e rotulagem, de acordo com o Código de Ética e Conduta, disponível na página 37. Nas marcas próprias, exigimos a adoção de normas e regulamentos que são boas práticas nos diferentes segmentos, apresentados a seguir.

Todos os anos, fornecedores de marcas próprias e têxteis são auditados *in loco*. Posteriormente, eles são classificados em grupos específicos onde são monitorados quanto à riscos de possíveis impactos sociais, ambientais ou reputacional.

Além disso, todos eles também passam por um processo de análise de documentos antes da assinatura do contrato, 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.

» Em 2019, realizamos o treinamento em “Certificação de Fornecedores Têxteis” com o apoio da ABVTEX (Associação Brasileira do Varejo Têxtil), parceira do Universo Americanas.

Foram realizadas duas edições, uma no Rio de Janeiro e outra em São Paulo, com a finalidade de transmitir as diretrizes do Universo Americanas para boas práticas nas cadeias de fornecimento, em defesa de um ambiente mais sustentável e com condições dignas de trabalho.

Os principais critérios avaliados nas auditorias são: cumprimento da legislação vigente, conformidade de processos frente às condições de trabalho e Direitos Humanos, responsabilidade social e qualidade do produto final.

### Política de Fornecedores

Todos os fornecedores devem estar de acordo com os requisitos apresentados na nossa Política de Fornecedores, com o objetivo de construir um relacionamento saudável e duradouro, com base na ética e transparência.

Entre as exigências do documento, estão a certificação dos órgãos competentes, como a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) e o Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (Inmetro); o cumprimento das leis vigentes no Brasil; e o respeito à confidencialidade de dados e informações, por exemplo.



Para saber mais sobre a nossa Política de Fornecedores, acesse: <http://www.companhiaverde.com.br/americanas/fornecedores>

#### Fornecedores Têxteis



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

Todos os fornecedores devem ter certificação ABVTEX que garante a adesão a boas práticas éticas e de responsabilidade socioambiental, principalmente no que diz respeito a boas práticas trabalhistas.

#### Fornecedores de Produtos Alimentícios



#### 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; e
- 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)

### **Sellers**

Por meio do nosso *marketplace*, geramos impacto positivo ao permitir que, muitas vezes, pequenos empreendedores possam desenvolver seus negócios contando com a reputação de nossas marcas.

Somado a isso, o *marketplace* oferece a eles um tráfego de clientes altamente qualificado para alavancar suas vendas, 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*.

Também oferecemos aos nossos 46,8 mil *sellers* empréstimos de maneira rápida, segura, simples e 100% *online*, com opção de pagamento parcelado em até 24 vezes, ou pagamento integral em até 60 dias e pagamento estendido da primeira parcela em 30 ou 45 dias além do prazo de vencimento.

O Crédito *Seller* também pode ser usado como meio de pagamento na contratação de nossos serviços de publicidade na plataforma B2WAds.

Essa solução traz importantes vantagens para o negócio e seus parceiros:

- Por conhecermos o histórico de vendas dos *sellers* em nosso *marketplace*, conseguimos dar mais precisão à nossa análise de risco de crédito e oferecer uma nova fonte de financiamento mais vantajosa que as opções tradicionais do mercado;
- Com acesso a recursos, os *sellers* podem investir mais em estoque, competitividade e publicidade, ampliando suas vendas em nosso *marketplace*; e
- Em 2019, realizamos o **B2W Marketplace Summit 2019**, evento de dois dias com palestras sobre inovação, gestão, *e-commerce*, varejo e *marketplaces*, levando aos *sellers* conteúdo relevante, aprendizado e *networking* para alavancar os resultados de seus negócios.

# Engajamento dos associados

GRI 103-1 | 103-2

Acreditamos que engajar nossos associados nas causas de desenvolvimento sustentável ajudam potencializar o impacto positivo do negócio.



Por isso, temos um programa de voluntariado corporativo, que abrange todas as empresas do grupo, o Vivenciar – Conexões Transformadoras, que contribui com o desenvolvimento de uma sociedade mais justa e igualitária ao mesmo tempo que conscientiza o associado por meio das diversas experiências sociais e culturais vividas no programa.

Em 2019, foram mais de 600 horas de trabalho voluntário e mais de 200 associados que beneficiaram cerca de 3.000 pessoas atendidas por sete projetos apoiados.

## Conheça a seguir os principais projetos apoiados:



### Doações

Ao longo do ano, nossos associados se uniram em diversas iniciativas de doações que resultaram na arrecadação de 230 livros para a biblioteca volante do Projeto Livros Nas Praças, mais de 324 caixas de bombom durante a campanha de Páscoa para ONGs parceiras, mais de 600 roupas de inverno na Campanha do Agasalho, mais de 200 presentes de natal para crianças da ONG Sonhar Acordado no Rio de Janeiro e em São Paulo, e de 121 bolsas de sangue para o Hemorio, onde fomos homenageados, por Americanas e B2W Digital, como duas das empresas que mais contribuíram para repor os estoques.



### Coleta de Lixo na Praia

Em homenagem ao Dia Internacional da Limpeza Costeira, em parceria com a ONG Esmeralda, voluntários recolheram mais de 15 kg de lixo da Praia de Copacabana.



Associados voluntários participando da ação de coleta de lixo na praia de Copacabana.



### Sonhar Acordado

Mais de 30 associados foram voluntários das festas do Dia do Sonho da Sonhar Acordado, ONG parceira do Universo Americanas, que atua junto a instituições, orfanatos, casas de apoio e hospitais e que busca transformar a vida de crianças carentes por meio de uma relação de amizade com o jovem voluntário. As festas aconteceram no Rio de Janeiro e em São Paulo e acumularam quase 400 horas de trabalho voluntário.



### Grafitarte



Por meio do Grafitarte, projeto patrocinado pelo Submarino que disponibiliza oficinas de grafite para estudantes de escolas públicas do Estado do Rio de Janeiro, associados voluntários, junto aos alunos pintaram o muro da Escola Municipal General Euclides de Figueiredo, na Tijuca (RJ).



### Apoio à campanha Natal Sem Fome

Desde 2017, o Universo Americanas participa da campanha Natal Sem Fome, da ONG Ação da Cidadania por meio da doação de 20 toneladas de alimentos.

Em 2019, para ampliar nosso apoio, foram doadas 30 toneladas de alimentos por meio das plataformas física e digital. Uma parte desse montante foi fruto de doações feitas pelos clientes, que contribuíram com um prato de comida (equivalente a R\$ 2), na ação natalina “Prato de Comida Virtual”.

Reforçando ainda mais a parceria com a ONG Ação da Cidadania, a Ame Digital disponibilizou a funcionalidade “doação”, permitindo que os clientes doem qualquer valor pelo aplicativo. Somente no ano passado, a ferramenta contabilizou a doação de dezenas de toneladas de alimentos.

## Projetos sociais

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

Alinhados aos Princípios Universais do Pacto Global e aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas (ONU), o Universo Americanas realizou, ao longo do ano de 2019, um novo ciclo de investimentos em projetos sociais, doações e patrocínios culturais que visam colaborar e desenvolver uma sociedade sustentável, equilibrando os pilares ambiental, social e econômico.



### Doações

Como uma das principais varejistas do país, potencializamos nosso impacto positivo na sociedade por meio de doações a instituições que apoiam o desenvolvimento social. Conheça a seguir as principais doações em 2019:



Realizamos doações de alimentos em datas comemorativas para as ONGs Ação Cidadania, Riso e Sonhar Acordado Rio, além de ações para o Museu Nacional. Já na Campanha de Inverno, doamos agasalhos para a Cruz Vermelha Brasileira, além da divulgação dos pontos de coleta da iniciativa na TV Shoptime. O objetivo era incentivar, além dos nossos associados, também a doação por parte dos telespectadores.

Também atendemos outros públicos com a doação de itens de higiene e beleza para a ONG Rio Solidário, que ajuda mulheres em situação de vulnerabilidade social, e a doação de fraldas infantis e geriátricas no Instituto da Criança e no Retiro dos Artistas, respectivamente.

Outra iniciativa foi a disponibilização da função “Doações” no *app* da Ame, permitindo que os clientes realizem doações diretamente para as ONGs cadastradas, como a AACD, Ação da Cidadania, Cão Sem dono, Fundação Amazonas Sustentável (FAS) e Fundação Laço Rosa. Ao longo do ano, a Ame realizou diversas campanhas de *cashback* como forma de incentivar a iniciativa.



### Livros nas Praças

Há seis anos o Universo Americanas apoia o projeto Livros nas Praças, que tem como objetivo tornar a literatura cada vez mais acessível a moradores de diferentes regiões das cidades do Rio de Janeiro e São Paulo.

Contribuindo com o ODS 4, Educação de Qualidade, e ODS 10, Redução das Desigualdades, o projeto do ônibus-biblioteca concede empréstimos gratuitos de um acervo com cerca de



Ônibus do projeto Livros nas Praças.

dois mil exemplares, entre livros infantis, infanto-juvenis e adultos.

Para que se torne um projeto cada vez mais inclusivo, também são disponibilizados livros em braile para crianças e adultos, bem como publicações com fonte ampliada para pessoas com baixa visão e *audiobooks* para deficientes visuais.

Além disso, o ônibus é equipado com cadeira de transbordo, própria para cadeirantes e idosos com dificuldades de locomoção. Conta também com banheiro e água mineral para os visitantes. Este ano, o projeto circulou de maneira itinerante durante 28 semanas e participou do maior evento literário do país, a XIX Bienal do Livro no Rio de Janeiro.

**Em relação a 2018, o projeto apresentou um aumento de quase 65% de visitas, totalizando 100 mil visitantes**



Exposição O dia Seguinte no Cidade das Artes.



### Exposição O Dia Seguinte

Em linha com nosso compromisso com o ODS 13, patrocinamos a exposição O Dia Seguinte, que, em apenas um mês, reuniu mais de 30 mil visitantes na Cidade das Artes, no Rio de Janeiro. Por meio de uma experiência imersiva dos impactos climáticos nas cidades e no dia a dia, os visitantes foram incentivados a refletir sobre as oportunidades de termos uma vida mais justa e equilibrada, com cidades sustentáveis e inclusivas para todos seus habitantes.

O Universo Americanas teve um espaço exclusivo com a distribuição de mudas para plantio e um painel no qual os visitantes puderam interagir e colorir, construindo a sua cidade ideal para o futuro.



### Circuito Todo Mundo Vai

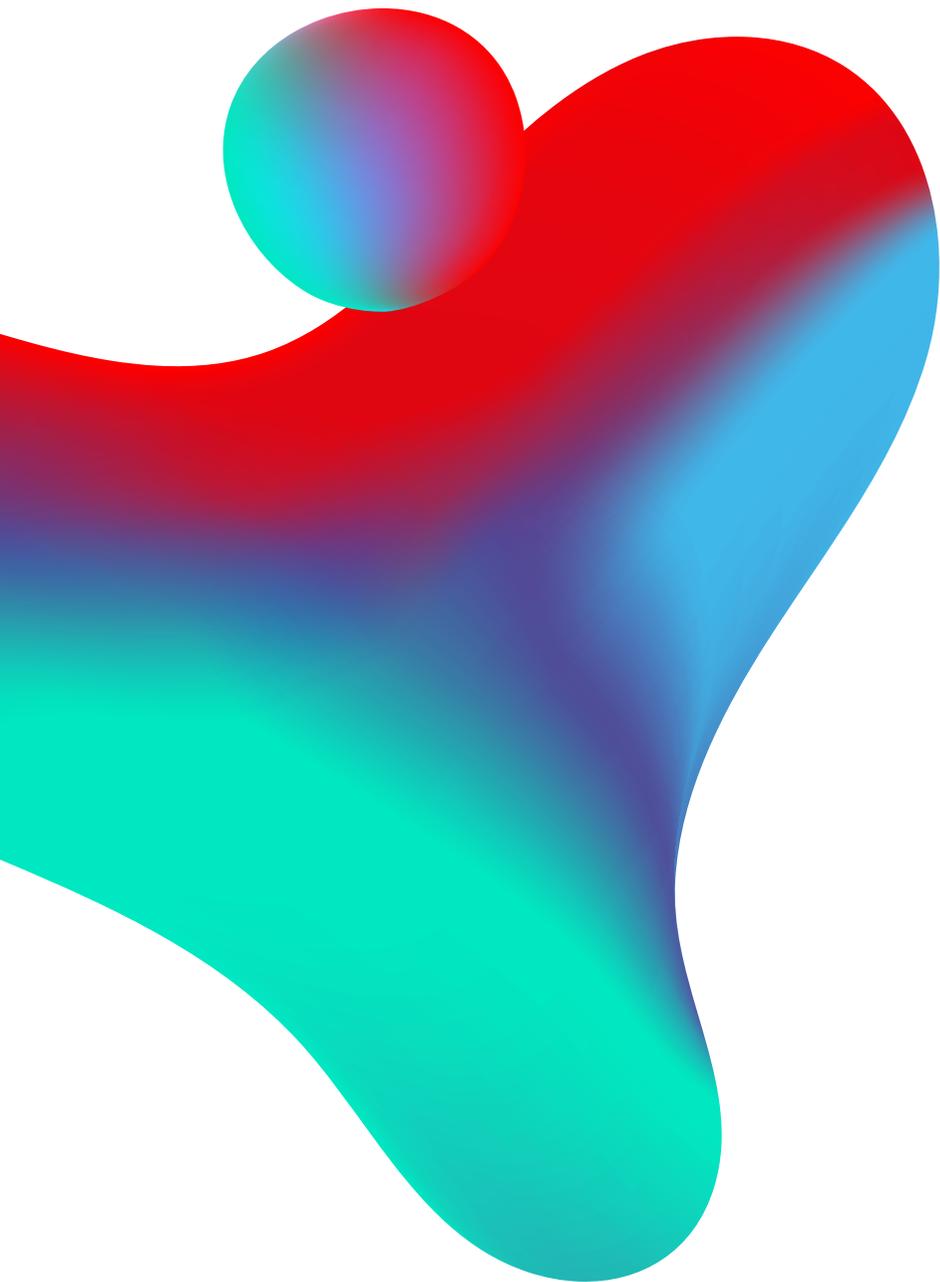
Pelo sexto ano consecutivo, patrocinamos o circuito de corrida e caminhada “Todo Mundo Vai”, que tem como foco incentivar a qualidade de vida e bem-estar por meio de exercícios físicos. A iniciativa reforça o compromisso da Companhia com a Agenda 2030, contemplando o ODS 3, Saúde e Bem-estar.

Como novidade, em 2019 o projeto chegou a cinco novos locais - Niterói, Brasília, Petrópolis, Porto Alegre e Búzios, além da etapa tradicional do Rio de Janeiro. O circuito, que ocorreu em comemoração ao aniversário de 90 anos de Americanas e de 20 anos de Americanas.com, contou com aproximadamente 15 mil participantes em todas as etapas.

Contribuindo para uma corrida ainda mais inclusiva, a marca própria *Leven*, promoveu uma ação de voluntariado por meio do Time *Leven*, em que mais de 30 associados voluntários participaram das etapas do Rio de Janeiro, Niterói, Porto Alegre e Brasília acompanhando pessoas portadoras de deficiência que fazem parte dos projetos: Correndo por Eles, Empresto Minhas Pernas, AEEP-DF e Rosto ao Vento.



Associados voluntários do Time Leven e atletas do projeto Correndo Por Eles na abertura do Circuito Todo Mundo Vai.



### Bolsa de Valores Socioambientais

O Universo Americanas também manteve o apoio aos projetos sociais patrocinados pela Bolsa de Valores Socioambientais (BVSA), da B3 Investimento Social. As iniciativas se concentraram nos temas educação, capacitação profissional, geração de renda e igualdade de gênero. Em 2019, 11 projetos foram acelerados.



### Projeto Grael

Atuando em conjunto com o Instituto Rumo Náutico – Projeto Grael, o Universo Americanas tem buscado, desde 2016, a democratização do acesso às práticas esportivas, como a vela, para jovens em situação de vulnerabilidade social.

A iniciativa também desenvolveu o curso de “Operações de Varejo”, com o apoio do Banco Nacional de Desenvolvimento Social (BNDES) e Senac, para aumentar os índices de empregabilidade entre jovens de 17 a 29 anos em situação de vulnerabilidade social.

Ao longo de seis meses, os alunos receberam capacitação técnica em varejo aliada à prática da vela, valorizando aspectos socioambientais inerentes ao esporte, como o respeito ao meio ambiente, liderança, relações humanas e cidadania. Voluntários também participam do projeto conduzindo *workshops*.

**Em 2019, foram formados 65 alunos pelo projeto Grael.**



Alunos do Projeto Grael durante atividade de treinamento no laboratório de varejo do Senac.



## Galpão Aplauso

Desde 2015, a parceria entre o Universo Americanas e o Galpão Aplauso, com o apoio do Banco Nacional de Desenvolvimento Social (BNDES), desenvolve a empregabilidade de jovens entre 17 e 29 anos em situação de vulnerabilidade social na região portuária do Rio de Janeiro. Em 2019, a iniciativa formou mais de 95 alunos.

Ao longo de seis meses de curso, os jovens têm a oportunidade de vivenciar a prática de atividades em um mini Centro de Distribuição, além do acesso a conteúdos que permitem o desenvolvimento social por meio da formação humanística, comunicação não violenta, valores e virtudes.

**70% dos mais de 520 jovens formados desde 2015 foram inseridos no mercado de trabalho.**



Alunos do projeto Galpão Aplauso em aula prática de operador de empilhadeira no Mini Centro de Distribuição.

## Fundação Amazonas Sustentável (FAS)

Honrando o nosso compromisso com os ODS, realizamos diversas iniciativas junto da Fundação Amazonas Sustentável para promoção da melhoria da qualidade de vida das comunidades ribeirinhas e indígenas da Amazônia.



### Educação Ambiental e Gestão de Resíduos

Estamos apoiando o projeto de educação ambiental e gestão de resíduos sólidos da FAS, em parceria com o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES).

Por meio de atividades educativas e a estruturação da logística reversa, realizamos a coleta, transporte e destinação adequada dos resíduos às cooperativas de Manaus.

Foram realizadas duas oficinas complementares com 115 pessoas sensibilizadas e mais de uma tonelada de resíduo coletada no ano.



### Inclusão Digital e Capacitação Tecnológica

Estamos investindo na adaptação de nove Núcleos de Conservação e Sustentabilidade da FAS para levar o acesso à conectividade, à inclusão digital e à capacitação tecnológica, encurtando as distâncias físicas entre essas comunidades e os grandes centros.

Já concluímos a implantação de cinco laboratórios de informática e levamos o primeiro acesso à internet aos habitantes, impactando mais de 650 pessoas com conteúdo e informação, e desenvolvendo o empreendedorismo local. A nossa meta para 2020 é conectar ainda mais pessoas com o projeto.



Moradores das Comunidades Ribeirinhas e Indígenas da Amazônia tendo o primeiro acesso à internet por meio do laboratório de informática.



### Fomento ao Empreendedorismo

Capacitamos mais de 70 pessoas em cursos de qualificação profissional em temas voltados aos interesses das cadeias produtivas locais, que estimulam o empreendedorismo entre jovens e adultos, como Design de Serviços Turísticos, Culinária Regional e Liderança Empreendedora.

As palestras foram ministradas em conjunto com instituições voltadas ao empreendedorismo e o Centro de Educação Tecnológica do Estado do Amazonas (CETAM).

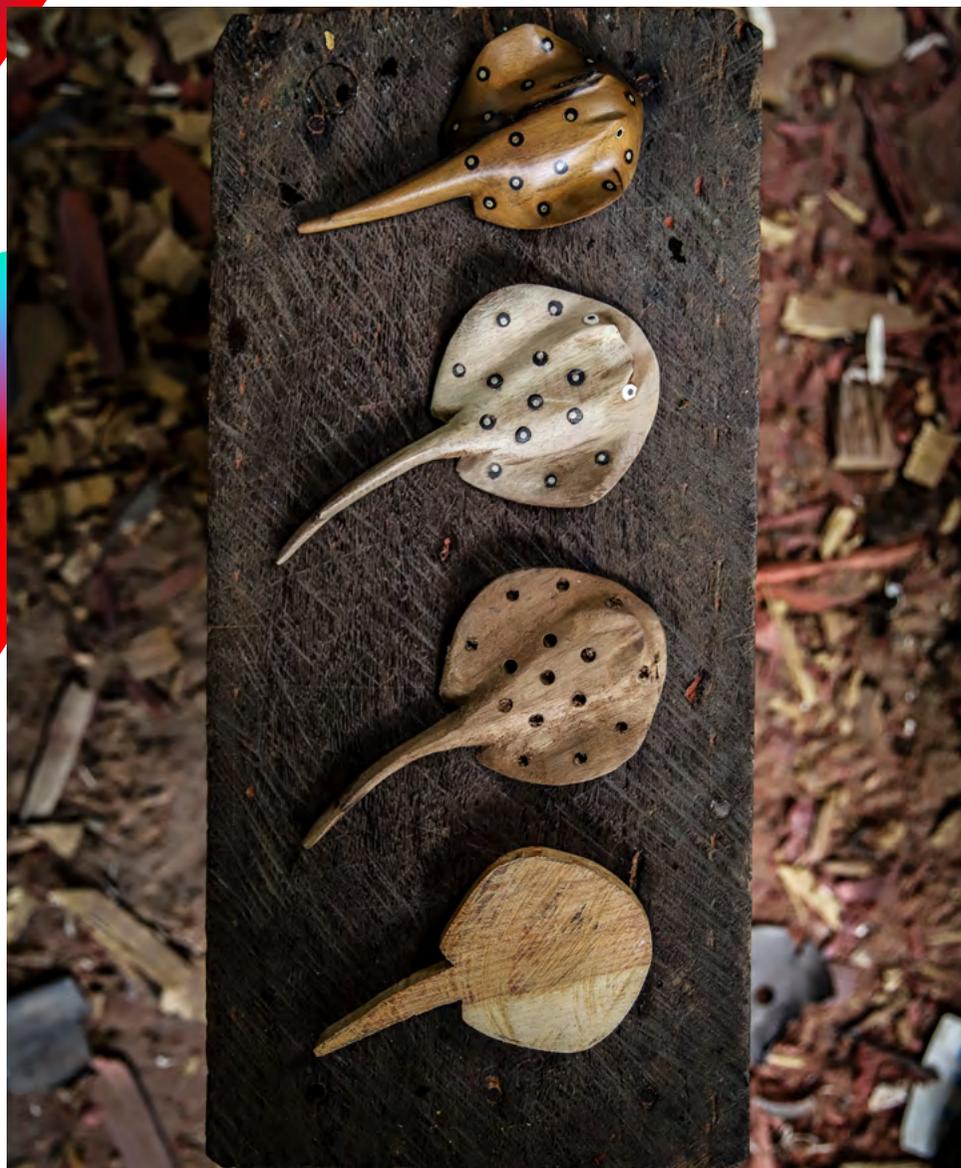


### Melhoria da Alfabetização

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 professores do ensino fundamental e gestores escolares. Ao todo, são mais de 50 professores capacitados e com duas formações aplicadas.



Também são realizados diagnósticos com mais de 610 alunos, com idade entre quatro e 12 anos, para uma melhora contínua da aprendizagem, do desenvolvimento social e da proteção dos seus direitos, possibilitando novas perspectivas e oportunidades. Assim, com base no Estatuto da Criança e do Adolescente, criou-se o Plano de Intervenção Interdisciplinar, um instrumento utilizado pelos professores contemplando alunos, pais e as comunidades.



Trabalho manual feito pelo grupo de artesanato Surisawa da comunidade indígena Nova Esperança, situada na Reserva de Desenvolvimento Sustentável Puranga Conquista na Amazônia.

## JIRAU DA AMAZÔNIA



### Jirau da Amazônia

Criamos o *marketplace* “Jirau da Amazônia” em parceria com a Fundação Amazonas Sustentável (FAS), no site da Americanas.com, onde artesãos e empreendedores de populações tradicionais e indígenas do interior do Amazonas podem comercializar seus produtos para todo o Brasil com 100% da venda revertida para o desenvolvimento do projeto.



Os artesanatos à venda no “Jirau” são produtos que respeitam o conceito de sustentabilidade por meio de materiais naturais que valorizam a floresta em pé.

O projeto contribui para alavancar o empreendedorismo comunitário, gerando renda às populações que vivem de artesanato em comunidades localizadas em Unidades de Conservação (UC) do Amazonas. Esse modelo de negócio pratica o comércio justo e solidário, que respeita a capacidade de produção das comunidades e o cotidiano da região, promovendo impactos socioambientais positivos.

Desde o início do projeto, em junho de 2019, houve o crescimento exponencial das vendas e o sortimento do *hotsite* do Jirau dobrou. Atualmente, são mais de 150 produtos da Amazônia disponíveis para a compra no site da Americanas.com.

Durante o ano, o projeto contou com a nossa participação em três eventos:

#### » **B2W Marketplace Summit 2019**

No B2W Marketplace Summit 2019 (saiba mais na página 72), empreendedores do projeto Jirau da Amazônia, como um artesão da comunidade indígena Nova Esperança, contaram suas histórias no painel “Negócios transformadores: o *marketplace* como ferramenta de impacto social”.

#### » **Conferência Brasileira de Mudança do Clima**

O projeto Jirau da Amazônia também foi apresentado na Conferência Brasileira de Mudança do Clima.

No painel, a B2W Digital e o artesão Joarlison falaram sobre como a iniciativa privada pode contribuir para a conservação da floresta por meio do impacto social positivo.

#### » **Exposição Jirau da Amazônia**

Com o final da expedição do projeto, foram coletados materiais riquíssimos que se transformaram em uma exposição fotográfica e um documentário, ambos disponibilizados para os associados da Companhia.

Os materiais mostram detalhes sobre a história das comunidades, sua cultura e trabalho com o artesanato que gera renda e transmite os valores que sustentam o legado.



Exposição sobre o projeto Jirau da Amazônia feita para que os associados da Companhia pudessem conhecer mais de perto a realidade da região e como o projeto tem feito a diferença para os grupos produtivos da região.



### Projeto DICARA

A Americanas, em parceria com a FAS (Fundação Amazonas Sustentável), patrocina o projeto DICARA, que visa proporcionar a participação e o protagonismo na defesa dos direitos de crianças e adolescentes do estado do Amazonas.



Em 2019, o projeto atuou no município Eirunepé, onde foram desenvolvidas diversas atividades com os seguintes focos: educomunicação, liderança jovem, informática, esporte, música, teatro e educação ambiental.

Crianças de sete a 12 anos de idade foram contempladas com educação complementar por meio dos educadores locais, que também foram beneficiados com cursos de capacitação. Além disso, foram realizadas atividades socioeducativas com temas pertinentes e pouco abordados nessas comunidades, com o objetivo de orientar sobre questões como abuso sexual, gravidez, uso de álcool e drogas.

Todas as crianças e adolescentes atendidas pelo projeto são também acompanhadas pelo serviço socioassistencial, em que são realizadas visitas domiciliares na área urbana e rural.

**No total, 167 crianças e adolescentes foram contempladas pelo projeto em 2019, além dos 22 educadores da rede pública das 16 comunidades ribeirinhas, que participaram do programa de capacitação promovido esse ano.**

# Gestão Ambiental

GRI 102-15

Nossa gestão ambiental segue o compromisso com o desenvolvimento sustentável buscando a redução de impactos para o meio ambiente e o equilíbrio entre responsabilidade social e desenvolvimento econômico, com foco na eficiência no consumo de recursos naturais, na gestão de resíduos e na redução, adaptação e mitigação das mudanças climáticas.

A área de Sustentabilidade faz a gestão e acompanhamento dos principais indicadores ambientais, buscando diminuir o consumo e usar os recursos de forma cada vez mais eficiente, de acordo com a nossa Política de Sustentabilidade.

Conheça a seguir as principais iniciativas e desempenho na gestão dos aspectos ambientais de nossa operação:

## Política de Sustentabilidade

Com o objetivo de formalizar o nosso compromisso com a sustentabilidade, também possuímos uma Política em que apresentamos as diretrizes a serem observadas no âmbito da Companhia, bem como também no relacionamento com as demais partes interessadas, sejam clientes, acionistas/investidores, associados, fornecedores e sociedade.



Para saber mais sobre a nossa Política de Sustentabilidade, acesse:  
<http://www.companhiaverde.com.br/americanas/politica-sustentabilidade>

# Mudanças climáticas

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

## Emissões

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

A diretoria de sustentabilidade tem a responsabilidade de mensurar os dados, reportar os indicadores e conscientizar os associados atuando de forma multidisciplinar, a fim de minimizar a intensidade de emissões de gases de efeito estufa do negócio.

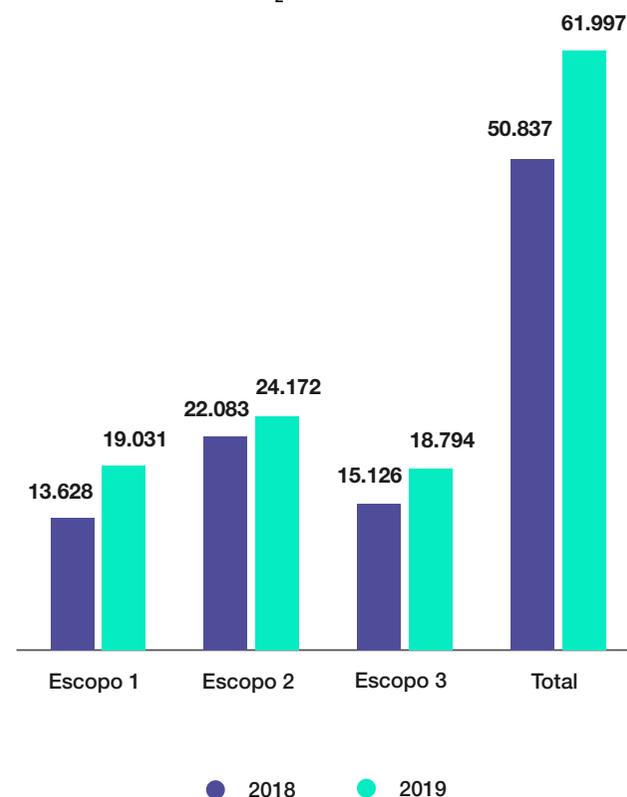
Em linha com nosso compromisso com o combate às mudanças climáticas, realizamos, pelo décimo ano consecutivo, o inventário de emissões de gases de efeito estufa, seguindo as diretrizes do Programa Brasileiro GHG Protocol.

Para a avaliação das emissões, mensalmente acompanhamos os indicadores compilados pela equipe de Sustentabilidade, capacitada para esse fim. Anualmente, comparamos as emissões, avaliando se as ações implementadas ao longo do período foram eficientes, além da elaboração de um plano de ação de melhorias para o ano seguinte.

Para a redução das emissões, todos da Companhia partilham do mesmo compromisso por meio da otimização de processos logísticos e eficiência energética.

A seguir, apresentamos os dados das emissões referentes a 2019 em comparação com o ano anterior.

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



**Pelo quarto ano consecutivo, nosso inventário passou por verificação externa, atestando a veracidade e precisão dos dados, em linha com nosso compromisso com a transparência e qualidade das informações.**

Nossas emissões diretas (Escopo 1), que tem como principal fonte o consumo de gasolina e diesel referente à Frota Direct, responsável pelas entregas, tiveram um aumento de 40%, frente a um aumento 141% na base de *sellers* atendida no B2W Entrega, o que mostra nosso compromisso com a eficiência e otimização dos processos logísticos.

Em 2019, tivemos a abertura de 230 novas lojas, o que representa um aumento de 16% em relação ao último ano. Mesmo assim, tivemos um acréscimo de apenas 9% no consumo de energia e emissões indiretas (Escopo 2), o que demonstra o nosso avanço com projetos de eficiência energética.

Em relação ao Escopo 3, proveniente da nossa frota de logística terceirizada, responsável pelo abastecimento de lojas e viagens à negócios, em que calculamos as viagens realizadas por avião e carro de nossos associados, tivemos um aumento de 24%, principalmente em linha com a abertura de novas lojas.

#### **Eficiência energética:**

Além dos valores absolutos de Escopo 1, Escopo 2 e Escopo 3, monitoramos também o valor total de emissão de tCO<sub>2</sub>e por receita líquida, que em 2019 totalizou 3,32 tCO<sub>2</sub>e/ milhão de receita.



Região da Floresta Amazônica atendida pelo Projeto REDD+ Jari-Pará.

## Compensação

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



Como forma de contribuir para o ODS 13 e combater as mudanças climáticas, o Universo Americanas compensou suas emissões de gases de efeito estufa (GEE), referente ao Escopo 1 e 2 do ano de 2018, tornando suas operações "carbono neutro".

Ao todo, o Universo Americanas contribuiu para a evitar 1,4 milhões de tCO<sub>2</sub>eq de emissões ao ano e apoiará a conservação de 1,1 milhões de hectares da Floresta Amazônica.

A compensação de gases de efeito estufa foi realizada em parceria com a Biofilica, empresa especializada na conservação de florestas, por meio da aquisição de créditos de carbono do projeto REDD+ (Redução de Emissões por Desmatamento e Degradação) Jari-Pará, localizado na Floresta Amazônica.

Além de incluir a conservação de estoques de carbono florestal, os projetos também preveem o manejo sustentável de florestas.



Para saber mais sobre a iniciativa, acesse: <https://www.biofilica.com.br/creditos-de-carbono/>

Com estas ações, a estratégia de sustentabilidade do Universo Americanas se alinha ao Acordo de Paris, cujas medidas e metas passam a valer a partir de 2020.

Para saber mais sobre a compensação do Universo Americanas, acesse:



<https://bit.ly/3e13hJV>  
<https://bit.ly/2AF1yeK>  
<https://bit.ly/2Zn9CuU>

## Fórum Clima

A Americanas participa do Fórum Clima, iniciativa do Instituto Ethos, composto por Companhias que acreditam que o setor empresarial pode dar sua contribuição para que o mundo realize a necessária transição para uma economia de baixo carbono, aproveitando novas oportunidades de negócios e reduzindo significativamente os impactos negativos da mudança do clima.

Nesse movimento, a Companhia aderiu à Carta Aberta ao Brasil sobre Mudança do Clima de 2015.

## Logística



Com o desenvolvimento da iniciativa de Ame Flash para realizar entregas por meio de bicicletas nas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro, reforçamos o nosso compromisso com a mitigação de gases de efeito estufa e evitamos a emissão de mais de 47 toneladas de CO<sub>2</sub>.

Saiba mais sobre a iniciativa na página 18.

## Energias renováveis

Em 2019, demos continuidade ao projeto de expansão das operações de mercado livre e geração distribuída, aumentando o uso de energias renováveis nas lojas físicas participantes e, conseqüentemente, reduzindo as emissões de gases de efeito estufa.

Para isso, desde 2016 operamos no mercado livre de energia como clientes especiais, o que significa que nossa energia é gerada exclusivamente por fontes provenientes de recursos naturais com baixo impacto socioambiental, como eólicas, solares, térmicas a biomassa, pequenas centrais hidrelétricas (PCHs).

Adicionalmente, desde 2017 nos utilizamos da geração distribuída – em que somos responsáveis pela geração de energia que será compensada nas lojas físicas que fazem parte do projeto.

Atualmente, arrendamos cinco Centrais Geradoras Hidroelétricas (CGHs) que abastecem lojas no Rio de Janeiro, Niterói e Minas Gerais.

Com isso, temos 220 lojas abastecidas com energias renováveis e de baixo impacto, o que corresponde a 25% do consumo total. Possuímos 100 lojas operando no mercado livre e 120 lojas operando na modalidade geração distribuída.

## Ecoeficiência

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

A gestão ambiental do Universo Americanas segue o compromisso com o desenvolvimento sustentável buscando a redução de impactos para o meio ambiente com foco na eficiência no consumo de recursos naturais, na gestão de resíduos e na redução, adaptação e mitigação das mudanças climáticas.

Realizamos o controle e acompanhamento dos indicadores de energia, água e resíduos internamente, buscando mitigar os impactos no meio ambiente e utilizar os recursos naturais de forma cada vez mais eficiente, seguindo as diretrizes da nossa política de Sustentabilidade e de Saúde, Segurança e Meio Ambiente.



Para conhecer mais sobre essas políticas, acesse:

<http://www.companhiaverde.com.br/americanas/home>

### Construções

A B2W Digital foi 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”, concedido pelo *United States Green Building Council* (GBC).

Nosso prédio B2W Inovação e Tecnologia (BIT) recebeu o selo, que é a principal certificação de construção sustentável, por ter sido construído com premissas sustentáveis, como o uso de materiais reciclados, sistemas eficientes de água e energia elétrica e um bicicletário, que incentiva o transporte sustentável, mitigando o consumo de combustíveis e emissões de gases de efeito estufa e a prática de atividades físicas pelos associados.

Com os aprendizados da ecoeficiência em construções, nossa sede em São Paulo também passou por modernizações, como a instalação de sensores de CO<sub>2</sub> para controlar a qualidade do ar no interior da edificação e o uso de lâmpadas econômicas, que colaboram com a redução do impacto ambiental.

## Resíduos

De acordo com os papéis e responsabilidades socioambientais da diretoria de sustentabilidade, presente na Política de Sustentabilidade, temos o dever de evoluir na gestão de resíduos da Companhia, promovendo o descarte e a destinação adequada, como a reciclagem.

Nossos Centros de Distribuição (CDs), etapa da operação que concentra maior geração de resíduos, e nossas sedes administrativas, promovem a destinação final ambientalmente adequada de seus resíduos, especialmente o papelão; principal material reciclável descartado e destinado à reciclagem.

### **Em junho, promovemos uma campanha para a Semana do Meio Ambiente, abordando temas como o uso consciente de plásticos descartáveis e incentivo ao uso de alternativas sustentáveis.**

As lojas físicas ofereceram aos clientes a sacola retornável como alternativa para a sacola plástica.

Cientes de nossa responsabilidade em relação à redução da produção de resíduos e alinhado a benefícios operacionais, desenvolvemos o projeto “Papelão Zero”. Ao invés de se utilizar a caixa de papelão que leva os itens dos Centros de Distribuição para as lojas, passou-se a usar contentores de

polipropileno, um polímero isento de BPA, substância química que apresenta efeitos nocivos à saúde.

Esses contentores são resistentes, duráveis, facilitam o deslocamento de mercadorias, e cada unidade substitui cerca de 1,8 kg de caixas de papelão.

A primeira etapa do projeto fechou o ano abrangendo todas as lojas atendidas pelo CD do Rio de Janeiro. Em 2019, foram entregues mais de 55 mil contentores, o que representa uma substituição de 100 toneladas de papelão.

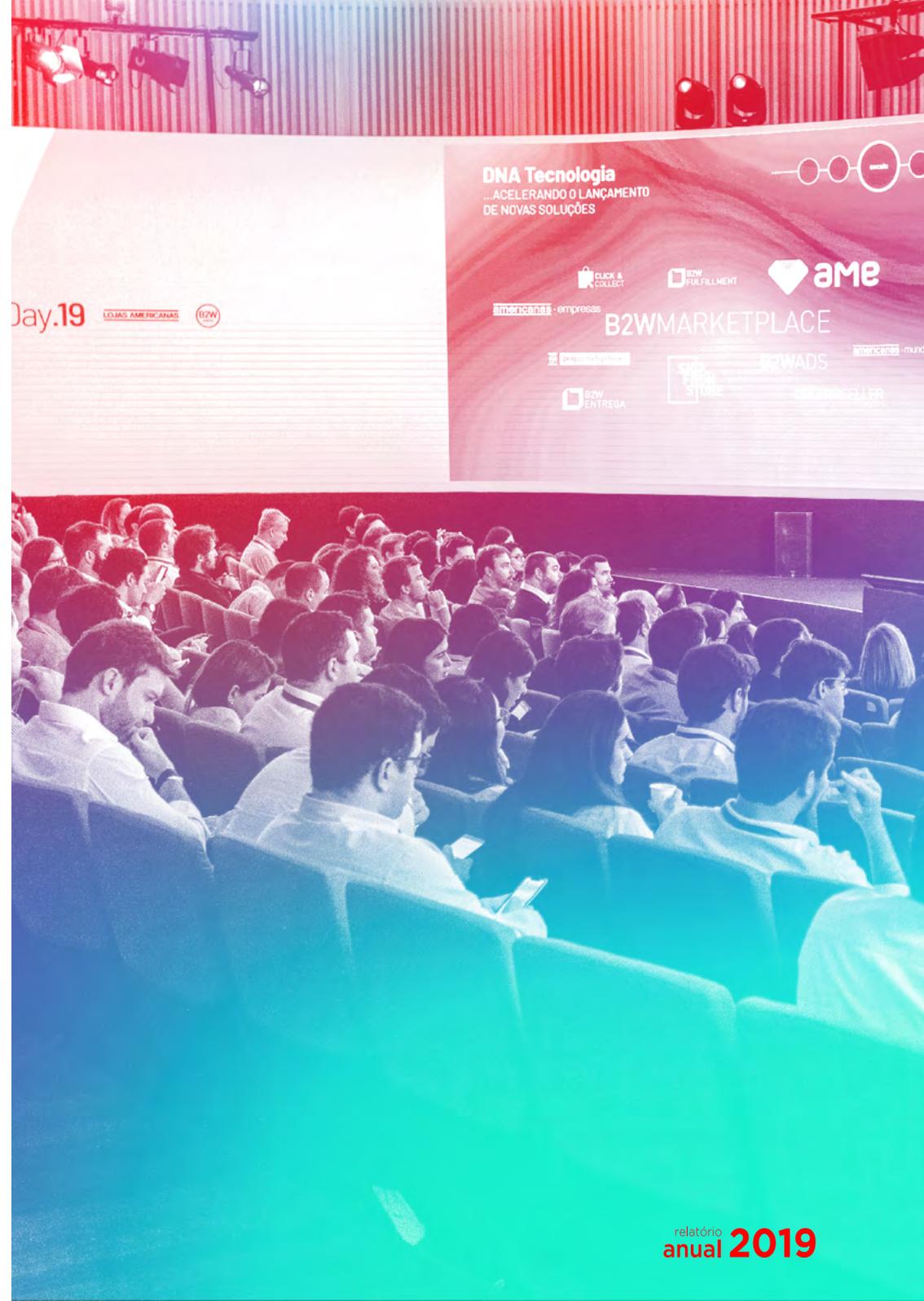
Esta iniciativa continuará sendo desenvolvida durante 2020, o que permitirá a ampliação para mais lojas. Também conscientizamos nossos associados continuamente para que promovam o descarte correto do lixo, permitindo a coleta seletiva e a maior destinação para reciclagem.

## Água

A natureza do nosso negócio não promove grande impacto direto neste recurso natural. Ainda assim, adotamos tecnologia para racionalizar o consumo, como descarga com opções de acionamento com menor fluxo e torneiras com redutores de vazão e fechamento automático, tanto nas sedes como nos CDs.

Também conscientizamos nossos associados, por meio de ações e campanhas, a adotarem práticas simples para evitar o desperdício.

# Anexos



# Índice de Conteúdo GRI

GRI 102-55

## Conteúdo Geral

## Referência (pág.) / Resposta direta

» GRI 101: Foundation 2016 - Disclosures Gerais

### Perfil Organizacional

102-1	Nome da organização	Página 10
102-2	Principais atividades, marcas, produtos e/ou serviços	Página 10
102-3	Localização da sede	Rua Sacadura Cabral, 102 - Saúde. CEP: 20081-902. Rio de Janeiro - RJ.
102-4	Número de países em que a organização opera	Página 10
102-5	Tipo e natureza jurídica da propriedade	Página 33
102-6	Mercados atendidos	Página 10
102-7	Porte da organização	Páginas 10, 41 e 49
102-8	Perfil de empregados e outros trabalhadores	Páginas 49 e 50
102-9	Descrição da cadeia de fornecedores da Companhia	Páginas 10 e 70
102-10	Principais mudanças na estrutura da Companhia e na cadeia de fornecedores durante o período coberto	Página 10
102-11	Explicação de se e como a organização aplica o princípio de precaução	Não adota formalmente, porém conta com um sistema robusto de gestão de risco.

<b>Conteúdo Geral</b>		<b>Referência (pág.) / Resposta direta</b>
102-12	Cartas, princípios ou outras iniciativas desenvolvidas externamente de caráter econômico, ambiental e social, que a organização subscreve ou endossa	Páginas 50 e 69
102-13	Principais participações em associações e/ou organismos nacionais/internacionais de defesa	Página 69
<b>Estratégia</b>		
102-14	Declaração do detentor do cargo com maior poder de decisão sobre a relevância da sustentabilidade para a organização	Página 4
102-15	Descrição dos principais impactos, riscos e oportunidades	Páginas 10, 38, 60, 70 e 83
<b>Ética e Integridade</b>		
102-16	Valores, princípios, padrões e normas de comportamento da organização, como códigos de conduta e de ética	Páginas 10 e 37
102-17	Mecanismos internos e externos adotados pela organização para solicitar orientações sobre comportamentos éticos e em conformidade com a legislação, como canais de relacionamento (ex.: ouvidoria)	Páginas 37 e 38
<b>Governança</b>		
102-18	Estrutura de governança, incluindo comitês	Página 34
102-19	Processo de delegação de autoridade sob tópicos econômicos, ambientais e sociais pelo mais alto órgão de governança para executivos e empregados	Página 35
102-25	Processos utilizados pelo mais alto órgão de governança para prevenir e gerenciar conflitos de interesse	Página 38
102-29	Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança na identificação e gestão de tópicos e seus impactos, riscos e oportunidades derivados de questões econômicas, ambientais e sociais	Página 35
102-30	Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança na análise da eficácia dos processos de gestão de risco da organização para tópicos econômicos, ambientais e sociais	Página 35

## Conteúdo Geral

## Referência (pág.) / Resposta direta

### Engajamento de Stakeholder

102-40	Lista de <i>stakeholders</i> engajados pela organização	Clientes, associados, investidores, fornecedores, <i>sellers</i> , governos, sociedade civil, comunidade e ONGs (interações com Sustentabilidade).
102-41	Percentual de empregados cobertos por negociação coletiva	100%
102-42	Base usada para identificação e seleção de <i>stakeholders</i> para engajamento	Página 67
102-43	Abordagem adotada pela Companhia para engajar <i>stakeholders</i> e frequência do engajamento	Página 67
102-44	Principais tópicos levantados durante o engajamento de <i>stakeholders</i> e medidas adotadas pela Companhia para abordá-los	Página 67

### GRI Standards Foundation 2016: Práticas de Reporte

102-45	Lista de entidades incluídas nas demonstrações financeiras	<a href="https://static.lasa.com.br/upload/arquivosparadownload/00009488.pdf">https://static.lasa.com.br/upload/arquivosparadownload/00009488.pdf</a>
102-46	Processo para definição do conteúdo e limite do relatório	Página 67
102-47	Lista de aspectos materiais identificados no processo de definição do conteúdo	Página 67
102-48	Explicação das consequências de quaisquer reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores	Não houve mudanças.
102-49	Mudanças significativas em comparação com anos anteriores no que se refere à lista de tópicos materiais, limite dos tópicos abordados	Não houve em relação a 2018.
102-50	Período coberto pelo relatório	Página 7
102-51	Data do relatório anterior mais recente	2018
102-52	Ciclo de emissão dos relatórios	Anual
102-53	Dados para contato sobre dúvidas em relação ao relatório	<a href="mailto:sustentabilidade@lasa.com.br">sustentabilidade@lasa.com.br</a>
102-54	Premissas de relato de acordo com os <i>Standards</i> GRI	Página 7

<b>Conteúdo Geral</b>		<b>Referência (pág.) / Resposta direta</b>
102-55	Sumário de Conteúdo GRI	Página 91
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 S.A. As informações financeiras contam com auditoria da KPMG Auditores Independentes e as informações sobre Emissões Atmosféricas com verificação da SGS ICS Certificadora S.A.
<b>Abordagem de gestão</b>		
103-1	Explicação dos temas materiais e seus limites	Páginas 32, 49, 57, 60, 66, 70, 73, 75, 84 e 88
103-2	Gestão sobre o tema material	Páginas 32, 49, 57, 60, 70, 73, 75, 84 e 88
103-3	Evolução da gestão	Páginas 49, 57, 60, 70, 75, 84 e 88
<b>Conteúdo Específico</b>		<b>Referência (pág.) / Resposta direta</b>
GRI <i>Standards</i> 2016: Disclosures Econômicos		
<b>Combate à Corrupção</b>		
205-1	Percentual e número total de operações submetidas a avaliações de riscos relacionados a corrupção e os riscos significativos identificados	Páginas 37 e 38
205-2	Comunicação e treinamento em políticas e procedimentos de combate à corrupção	Páginas 37 e 38
205-3	Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	Páginas 37 e 38
<b>Concorrência Desleal</b>		
206-1	Número total de ações judiciais por concorrência desleal, práticas de truste e monopólio e seus resultados	Páginas 37 e 38

## Conteúdo Específico

## Referência (pág.) / Resposta direta

### » GRI Standards 2016: Disclosures Ambientais

#### Emissões

305-1	Emissões diretas de gases de efeito estufa (GEE) (Escopo 1)	Mais informações sobre nossas emissões podem ser encontradas no Registro Público de Emissões: <a href="https://www.registropublicodeemissoes.com.br/participantes/2023">https://www.registropublicodeemissoes.com.br/participantes/2023</a>
305-2	Emissões Indiretas de gases de efeito estufa (GEE) (Escopo 2)	
305-3	Emissões indiretas de gases de efeito estufa (GEE) (Escopo 3)	
305-4	Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	Página 84
305-5	Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	Mais informações sobre nossas emissões podem ser encontradas no Registro Público de Emissões: <a href="https://www.registropublicodeemissoes.com.br/participantes/2023">https://www.registropublicodeemissoes.com.br/participantes/2023</a>

#### Conformidade Ambiental

307-1	Valor monetário de multas significativas e número total de sanções não-monetárias resultantes da não conformidade com leis e/ou regulamentos ambientais	Não houve multas ou sanções significativas no período.
-------	---	--

### » Disclosures Sociais

#### GRI Standards 2016: Emprego

401-1	Total e taxas de novas contratações de empregados e rotatividade por faixa etária, gênero e região	A Companhia divulga a taxa de rotatividade anualmente no seu Formulário de Referência: <a href="https://ri.lasa.com.br/informacoes-financeiras/relatorios-cvm?ano=2020">https://ri.lasa.com.br/informacoes-financeiras/relatorios-cvm?ano=2020</a> A taxa de rotatividade segmentada por gênero e por cargo é mensurada e tratada internamente.
401-2	Benefícios oferecidos a empregados de tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou em regime de meio período, discriminados pelas principais operações	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 na Companhia, 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.com, Submarino e Shoptime e descontos em academias, escolas de idiomas e universidades.

Conteúdo Específico		Referência (pág.) / Resposta direta
401-3	Taxas de retorno ao trabalho e retenção após licença maternidade/paternidade, discriminadas por gênero	Todos os associados da Companhia são regidos pelo CLT, tendo direito a licença-maternidade/paternidade. Os dados de taxa de retorno e retenção não estão disponíveis publicamente.
<b>GRI Standards 2016: Relações Trabalhistas</b>		
402-1	Prazo mínimo de notificação sobre mudanças operacionais e se elas são especificadas em acordos de negociação coletiva	A Companhia está de acordo com a CLT e segue as orientações dos sindicatos.
<b>GRI Standards 2018: Saúde e Segurança no Trabalho</b>		
403-1	Sistema de gestão de saúde e segurança ocupacionais implementado	Página 60
<b>GRI Standards 2016: Treinamento e Educação</b>		
404-1	Média de horas de treinamento por ano, por empregado, discriminado por gênero e categoria funcional	As companhias divulgam apenas o número total de horas de treinamento e o número médio de horas de treinamento realizado por associados. O número médio de horas de treinamento realizada por associado separados por gênero e categoria funcional é tratado internamente.
404-2	Programa de gestão de conhecimento e aprendizado contínuo	Página 57
404-3	Percentual de empregados que recebem regularmente avaliações de desempenho e de desenvolvimento de carreira	O percentual não foi calculado em 2019, devido à reestruturação do modelo.
<b>GRI Standards 2016: Diversidade e Igualdade de Oportunidades</b>		
405-1	Diversidade dos colaboradores e órgãos de governança, com porcentagens por gênero, faixa etária, grupos minorizados e outros indicadores	Páginas 49 e 50
407-1	Operações identificadas em que o direito de exercer a liberdade de associação e a negociação coletiva pode estar correndo risco significativo e as medidas tomadas para apoiar esse direito.	Não houve.
<b>GRI Standards 2016: Trabalho Infantil</b>		
408-1	Operações próprias e de fornecedores em que foi identificado risco significativo de ocorrência de trabalho infantil e as medidas tomadas para contribuir para a abolição do trabalho infantil	Não há.

**Conteúdo Específico****Referência (pág.) / Resposta direta****GRI Standards 2016: Trabalho Forçado ou Análogo ao Escravo**

409-1	Operações próprias e de fornecedores em que foi identificado risco significativo de ocorrência de trabalho forçado ou análogo ao escravo e as medidas tomadas para contribuir para a erradicação do trabalho forçado ou análogo ao escravo	Não houve multas ou sanções significativas no período.
-------	--	--

**GRI Standards 2016: Avaliação Social de Fornecedores**

414-1	Percentual de novos fornecedores selecionados com base em critérios relativos a direitos humanos	Página 70
-------	--	-----------

**GRI Standards 2016: Políticas Públicas**

415-1	Valor total de contribuições financeiras para partidos políticos e políticos discriminadas por país e destinatário/beneficiário.	Não foram feitas doações políticas.
-------	--	-------------------------------------

**GRI Standards 2016: Marketing e Rotulagem**

417-1	Tipo de informação sobre produtos e serviços exigida por procedimentos de rotulagem, e o percentual de produtos e serviços sujeitos a tais exigências	Página 70
417-2	Número total de casos de não conformidades com regulamentos e/ou códigos voluntários relacionados a informações e rotulagem de produtos e serviços, discriminados por tipo de resultado	Não houve casos de não conformidade.
417-3	Número total de casos de não-conformidade com regulamentos e/ou códigos voluntários relativos a comunicações de marketing, incluindo publicidade, promoção e patrocínio, discriminados por tipo de resultado	Não houve casos de não conformidade.

**GRI Standards 2016: Privacidade do Cliente**

418-1	Número total de reclamações comprovadas relativas à violação de privacidade e à perda de dados de clientes.	Não houve registro de reclamações.
-------	---	------------------------------------

**GRI Standards 2016: Conformidade Socioeconômica**

419-1	Multas ou sanções não monetárias significativas por não conformidade com leis e regulamentos relativos às áreas social e econômica.	Não foi identificado nada significativo e eventuais casos foram identificados e resolvidos de acordo com os quesitos legais e valores da Companhia.
-------	---	---

# Mapa de Capitais



Natural

» Página 65



Financeiro

» Página 31

» Página 39



Manufaturado

» Página 9



Humano

» Página 48



Social e de relacionamento

» Página 9

» Página 31

» Página 48

» Página 65



Intelectual

» Página 9

» Página 31

» Página 48

# Carta de Asseguração

## **DECLARAÇÃO DA SGS ICS CERTIFICADORA LTDA. (SGS) SOBRE AS ATIVIDADES DE SUSTENTABILIDADE NO “RELATÓRIO ANUAL 2019” 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 2019. 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 2019.

As informações do “RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2019” 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 o texto, dados, gráficos e declarações dentro do escopo de asseguração, detalhado a seguir 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 também com os *requirements* dos *Topic-specific Standards* (GRI 200, GRI 300 e GRI 400) de acordo com os temas materiais identificados pela a LOJAS AMERICANAS S.A. através do processo descrito neste relatório. Com base nesse contexto, o “RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2019” adota as diretrizes apontadas pela *Global Report Initiative* (GRI), opção de adesão 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 a LOJAS AMERICANAS S.A. à SGS. As informações contábeis e relacionadas ao inventário de gases de efeito estufa da LOJAS AMERICANAS S.A. (auditado pela SGS em outro processo de auditoria) contidas e/ou referenciadas no “RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2019”, não foram avaliadas como parte deste processo de asseguração. Sendo ambas informações avaliadas em processos distintos de auditoria. O índice remissivo do “RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2019”, não foi avaliado como parte deste processo de asseguração.

A equipe da SGS e da LOJAS AMERICANAS S.A., seguindo as recomendações da Organização Mundial de Saúde (OMS) e respeitando o período de quarentena devido a pandemia da Covid-19, conduziu o processo de asseguração remotamente.

## 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

A equipe de asseguração foi formada com base em conhecimento, experiência e qualificação para este serviço, e foi composta por:

- 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.
- Auditor Líder de Asseguração de Relatório de Sustentabilidade, Auditor Líder de Programas Socioambientais, Verificador de Gases de Efeito Estufa (GEE), Auditor Líder no Programa Renovabio.

## PARECER DE ASSEGURAÇÃO

Foi solicitada uma asseguração limitada e o trabalho realizado foi suficiente e adequado para essa asseguração. 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 2019” são confiáveis e uma representação equilibrada das atividades de sustentabilidade desenvolvidas pela LOJAS AMERICANAS S.A. no ano-base 2019. 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 baseada nos *requirements* do *GRI Sustainability Reporting Standards*, opção *Essencial*, de acordo com suas necessidades.

Em nossa opinião, com base na amostragem do que foi verificado nos materiais apresentados pela LOJAS AMERICANAS S.A., o conteúdo do relatório atende aos requisitos do GRI Standards.

## RECOMENDAÇÕES, CONSTATAÇÕES E CONCLUSÕES DA ASSEGURAÇÃO

Os *disclosures* do Relatório da LOJAS AMERICANAS S.A., “RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2019”, estão alinhados com os *GRI Sustainability Reporting Standards* (*Universal Standards* 101, 102 e 103) e também com os *requirements* dos *Topic-specific standards* (GRI 200, GRI 300 e GRI 400), porém não são reportados integralmente todos os *disclosures* obrigatórios para opção Essencial (Core Option). Mencione-se também que os aspectos materiais foram apropriadamente definidos de acordo com os Princípios de Relato e indicados ao longo do relatório e/ou no índice remissivo.

Reconhecemos o empenho e esforço dedicado pela LOJAS AMERICANAS S.A., em realizar a divulgação do Relatório de Sustentabilidade de baseado no *GRI Sustainability Reporting Standards*, (*Universal Standards* 101, 102 e 103) e também com os *requirements* dos *Topic-specific Standards* (GRI 200, GRI 300 e GRI 400), e tem como oportunidade de melhoria um maior detalhamento sobre a forma de gestão de cada tópico material em próximo relatório de sustentabilidade (*Universal Standards* 103). Para os *disclosures* 401-1, 401-3, 404-1, 405-1 a organização também optou pelo relato parcial, conforme justificativas inseridas no sumário.

É válido mencionar que para os seguintes *disclosures* 307-1, 417-2, 417-3 e 419-1 não foi possível verificar as evidências das declarações realizadas no “RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2019” junto aos responsáveis das áreas tendo em vista que a auditoria foi realizada remotamente devido à pandemia do COVID-19, sendo assim, algumas áreas e processos não conseguiram atender ao processo de asseguração.

Em termos de contribuição à melhoria no desenvolvimento de futuros relatórios de sustentabilidade e a uma maior eficiência no processo de asseguração, sugere-se que a LOJAS AMERICANAS S.A.:

1. Divulgue os objetivos e as metas de todos os tópicos materiais. O relatório pode assumir o papel de grande fonte de informações sobre sustentabilidade atendendo todos os *stakeholders* e apoiando-os em suas tomadas de decisões e levantamento de novas preocupações.

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. No contexto do relatório, continuar buscando um relato enxuto, sem perder conteúdo. Destacar os ganhos importantes na área de sustentabilidade que se solidificaram a cada ano na gestão e na estratégia da empresa.
4. Considerar a divulgação de outros *disclosures* não reportados, mas que organização possui gestão (Saúde e Segurança, Ecoeficiência, entre outros).

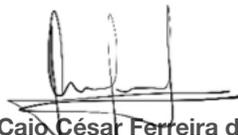
Finalmente, a SGS parabeniza a LOJAS AMERICANAS S.A. pela iniciativa de conduzir uma asseguração de seu relatório, e pelo compromisso histórico com a sustentabilidade e faz votos de que se mantenham os avanços significativos no tema que a empresa tem obtido nos últimos anos.

**29 de maio de 2020**

**Assinado por e em nome da SGS**



**Fabian Peres Gonçalves**  
**Gerente de Negócios – Sustentabilidade**  
**de Sustentabilidade**



**Caio César Ferreira de Faria**  
**Auditor Líder de Relatório**

---

# Créditos

## Coordenação

Diretoria de Comunicação e Sustentabilidade

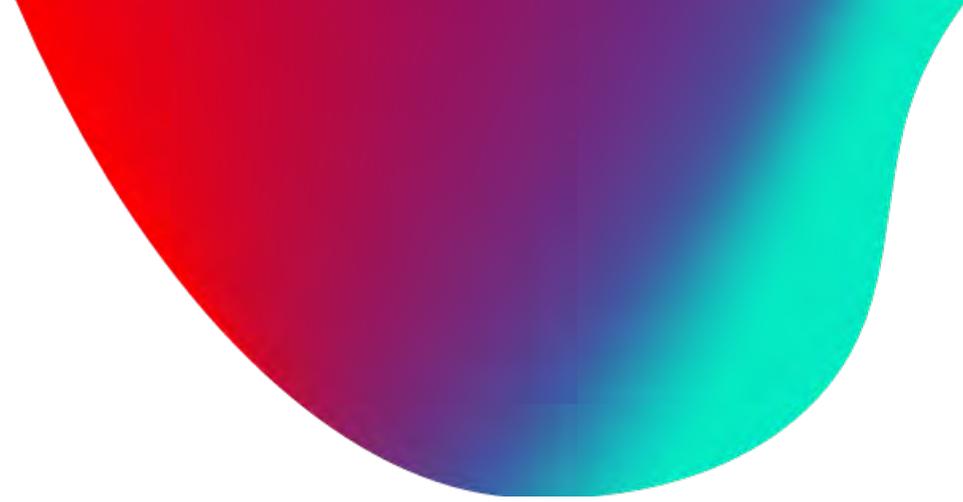
Diretoria de Relações com Investidores

## Redação, Consultoria GRI, Projeto Gráfico e Diagramação

Ricca Sustentabilidade

## Contato

[sustentabilidade@lasa.com.br](mailto:sustentabilidade@lasa.com.br)



UNIVERSO  
**AMERICANAS**