Bruna Queiroz,
área de Gestão de Clientes

RELATÓRIO *Anual* 2020

viavarejo

RELATÓRIO Anual 2020

3. Apresentação
4. Mensagem do CEO
6. Destaques ESG de 2020
9. Perfil e atuação da Via Varejo
13. Transformando propósito e valores
14. Compromissos
15. Governança
18. Gestão de riscos, *compliance* e ética
22. Temas materiais
25. Relacionamento com *stakeholders* e indicadores
43. Premiações em 2020
44. Desempenho financeiro
47. Notas sobre este relatório
48. Índice GRI
50. Créditos

Este documento é interativo. Clique nos ícones especiais ao longo do relatório para mais informações sobre os temas abordados.

viavarejo

Apresentação

Douglas Ricci Arruda,
área de Prevenção a Fraude

ESTE RELATÓRIO APRESENTA AS PRINCIPAIS INICIATIVAS ESG[1] (AMBIENTAIS, SOCIAIS E DE GOVERNANÇA) REALIZADAS PELA VIA VAREJO EM 2020, BEM COMO AS MEDIDAS TOMADAS PELA COMPANHIA PARA CONTINUAR GERANDO VALOR PARA TODOS OS SEUS PÚBLICOS NESSE ANO TÃO PECULIAR DA SUA HISTÓRIA.

Para a Via Varejo, 2020 foi o ano de concluir e consolidar o processo de virada no seu desempenho, que havia sido iniciado em 2019. Porém, a chegada da pandemia da Covid-19 fez com que a Companhia encarasse um cenário de desafios inéditos para o mundo.

Primeiro, houve a necessidade de fechar temporariamente sua rede de lojas, com o objetivo de garantir a saúde e a segurança de colaboradores e clientes. A essa situação, especialmente crítica para uma rede varejista, se somou a exigência de criar novas condições de trabalho para seus times, de forma remota ou presencial, para que os clientes continuassem sendo atendidos quando, onde e como eles desejavam.

Passado o impacto inicial, a Companhia adaptou-se rapidamente a esse novo cenário, respondendo de forma ágil, ousada e inovadora aos desafios. Acelerou seu processo de transformação digital, oferecendo novas ferramentas e serviços aos clientes para facilitar as compras *on-line* e ampliar a oferta de serviços financeiros e crédito, mantendo um relacionamento próximo com os vendedores mesmo de forma remota. Investiu em sua logística para que as entregas se tornassem cada vez mais eficientes, inclusivas (considerando sua rede de entregadores autônomos) e com menos impactos ao meio ambiente. Além disso, empenhou-se em apoiar as comunidades de entorno e a sociedade como um todo, por meio de donativos a causas humanitárias e programas sociais, de forma a contribuir com as necessidades emergenciais decorrentes da pandemia.

Dessa forma, a Via Varejo reafirma seu compromisso com o aprimoramento de suas práticas ESG e com a sociedade brasileira. O presente relatório é a expressão desses compromissos firmados pela Companhia com seus milhares de colaboradores, fornecedores, investidores, parceiros e todos os pontos de contato do seu ecossistema. São os alicerces que fundamentam sua estratégia de futuro.

Boa leitura!

1 A Via Varejo adota a sigla em inglês ESG (de ***Environmental, Social and Governance)***, porque é a forma mais usada para medir os impactos das práticas adotadas na gestão dos seus negócios nessas três áreas.

Mensagem do CEO.

GRI 102-14

COMEÇAMOS O ANO DE 2020 EMPENHADOS NA CONCLUSÃO DO PROCESSO DE *TURNAROUND* DA COMPANHIA, INICIADO NO SEGUNDO SEMESTRE DE 2019. E JÁ ESTÁVAMOS COLHENDO OS FRUTOS DE TUDO QUE TINHA SIDO FEITO NESSE PERÍODO QUANDO O PLANETA FOI ATINGIDO PELA PANDEMIA DE COVID-19.

Um dos primeiros efeitos sobre nossos negócios foi o fechamento de todas as nossas lojas. Nossa prioridade então passou a ser preservar a saúde e a segurança dos clientes e colaboradores. O cenário era muito desafiador, mas nossos times agiram muito rápido e aceleraram a transformação digital da Companhia, processo que já se encontrava em andamento.

Além de ampliar nossa plataforma *on-line*, criamos uma ferramenta digital de atendimento ao cliente, o Me Chama no Zap. Tamanha inovação fez com que os vendedores, de casa, em *home office*, continuassem atendendo seus clientes de forma próxima, calorosa. A Companhia, que já operava seus escritórios e CDs de forma remota, manteve-se cada vez mais ativa.

Com isso, promovemos a inclusão de digital de dois públicos essenciais para a Via Varejo: os vendedores, que agora estão preparados para atuar de forma *on-line* e *off-line*; e os clientes que precisavam de ajuda para seus primeiros passos no mundo digital.

Em relação aos clientes, promovemos ainda sua inclusão bancária e financeira, ampliando os serviços oferecidos pelo banQi, nossa *fintech*. Ofertamos o crediário digital, viabilizando a realização dos sonhos de milhares de brasileiros de maneira mais confortável e simples.

Também incentivamos a inclusão econômica com a aquisição da ASAPLog, empresa de tecnologia logística, e com a ampliação do nosso *Marketplace*, dando espaço a mais varejistas de pequeno e médio porte. E, ao adquirir uma participação no *hub* de inovação DISTRITO, considerado o melhor do país segundo o Startup Awards 2020, estimulamos ainda mais a inserção de novos empreendedores e empresas no mercado.

Além disso, reforçamos cada vez mais o compromisso da Via Varejo com a diversidade, o que incluiu mudanças nos nossos processos de seleção e desenvolvimento de talentos. A principal marca da Companhia, Casas Bahia, também foi reposicionada. Passou a assinar “Nossa Casa é o Brasil, Nossa Causa é o Brasileiro”, em uma clara manifestação de representatividade. O mascote símbolo da Casas Bahia, o Bahianinho, se transformou em CB e ganhou voz nas mídias sociais, defendendo causas ambientais e de inclusão.

No aspecto social, destacamos ainda o trabalho da Fundação Casas Bahia. Além de adotar esse novo nome em 2020, a Fundação adaptou sua forma de atuação e ampliou de maneira significativa seu orçamento para estar ao lado das comunidades parceiras e da sociedade brasileira nesse momento.

No campo ambiental, mesmo num cenário atípico, com lojas fechadas durante meses, reforçamos nossos programas de logística reversa e de coleta de eletroeletrônicos. Em termos de emissões, conseguimos uma redução com a reorganização da malha logística da Via Varejo. A tecnologia, com a VVlog e a atuação da ASAPLog, nos permite utilizar as lojas como apoio de entrega (nosso sistema de *mini-hubs*) e possibilita o uso de veículos mais leves, responsáveis por menos emissões. Assim, reduzimos o número de deslocamentos de caminhões de grande porte. Além disso, seguimos investindo no consumo de energia de fontes renováveis.

Vale ressaltar ainda que as ferramentas digitais implementadas tanto nas lojas físicas quanto *on-line*, além dos benefícios para os clientes, também têm um impacto ambiental positivo importante, ao reduzir o uso de papel nas transações.

Evoluímos na relação com os investidores, com a realização de *lives* abertas e diversos eventos virtuais, buscando uma maior aproximação com nossos milhares de investidores pessoas físicas, mesmo diante do isolamento social. Em junho de 2020, a Companhia foi a primeira a reabrir o mercado de capitais, realizando uma oferta pública de ações (*follow-on*) que trouxe cerca de R$ 4,5 bilhões de novos recursos. Essa operação recebeu a premiação de Melhor Oferta de *Follow-on* na América Latina em 2020 pela Latin Finance.

Todas essas ações confirmam que a inclusão foi a palavra que definiu o ano de 2020 para a Via Varejo no que se refere aos aspectos ESG adotados na gestão dos negócios. E é ela que vai continuar norteando nossa estratégia para o futuro, para que possamos atingir nosso objetivo de ser a empresa mais inclusiva do país.

Tudo isso só foi possível porque contamos com um time de colaboradores comprometidos com o propósito e a jornada de transformação da empresa, sempre focados em colocar nossos clientes no centro de tudo o que fazem.

Nossa gente, cada vez mais diversa como o Brasil, se reinventou em 2020, respondendo com agilidade, criatividade e responsabilidade aos desafios que surgiram. É das pessoas que fazem a Via Varejo ser a plataforma de compras de todos os brasileiros, onde, quando e como eles quiserem, o mérito de ter feito a Companhia se transformar e alcançar os resultados que destacamos neste relatório.

Roberto Fulcherberguer
Chief Executive Officer (CEO) da Via Varejo

Destaques ESG de 2020

Ambiental Social Governança

Ambientais

Logística reversa

O número de coletores de eletroeletrônicos usados que são descartados nas lojas da Via Varejo foi triplicado, chegando a um total de 400 no ano.

Eficiência logística

A Companhia aumentou a integração da sua malha logística, com a ampliação no número de *mini-hubs*, no serviço Retira Rápido e na atuação da ASAPALog como solução para a etapa final da entrega (última milha), agilizando as entregas para o consumidor, reduzindo custos e gerando menos emissões.

Energia solar

A Via Varejo contratou duas usinas solares que gerarão energia elétrica para 57 filiais no estado do Rio de Janeiro a partir de 2021. Elas se somarão às 79 lojas de Minas Gerais que hoje são 100% abastecidas pela energia gerada pela usina solar mantida pela Companhia no estado.

REVIVA
reciclagem viavarejo

Reciclagem

Por meio do programa REVIVA, foram enviadas mais de 5 mil toneladas de material para reciclagem, beneficiando 250 famílias de 11 cooperativas parceiras.

Sociais

Comunidades em primeiro lugar

A Fundação Casas Bahia registrou o maior investimento da sua história, com um valor 74% superior ao do ano anterior, adaptando sua forma de atuação para atender as necessidades emergenciais das comunidades geradas pela pandemia de Covid-19, em todo o território nacional.

Inclusão digital e financeira

A Companhia criou novas ferramentas para atender seus clientes, como a iniciativa de vendas Me Chama no Zap e o crediário digital, além de expandir o *Marketplace* e os serviços oferecidos pelo banQi, promovendo a inclusão digital e financeira de milhares de pessoas.

Nova identidade

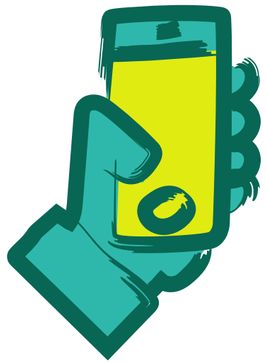
A marca Casas Bahia adotou novo posicionamento e nova identidade visual. O mascote Bahianinho deu espaço a um novo personagem: o CB. Esse novo posicionamento de marca apresenta maior foco na inclusão social e na sustentabilidade: “Nossa Casa é o Brasil, Nossa Causa é o Brasileiro”.

Foco na diversidade

Foram realizadas várias ações para reforçar o compromisso da Via Varejo com a diversidade e a inclusão, como o fortalecimento dos grupos de afinidade e o reposicionamento estratégico das suas marcas, entre outras. Além disso, a Companhia formalizou sua adesão a iniciativas públicas relacionadas a esse tema, como o Manifesto Seja Antirracista, campanha de comprometimento público de pessoas e empresas que apoiam práticas antirracistas em todos os ambientes, e o Selo Sim à Igualdade Racial, movimento de transformação cultural no ambiente corporativo por meio de ações de inclusão e diversidade racial. Ambas as iniciativas são lideradas pelo Instituto Identidades do Brasil (ID_BR).

Estímulo ao empreendedorismo e à inovação

A Via Varejo adquiriu a totalidade da ASAPLog, plataforma de logística de última milha, e da I9XP, empresa de tecnologia especializada em soluções para *e-commerce*. Também comprou uma participação na DISTRITO, um dos mais importantes *hubs* de inovação do Brasil. Com isso, promove a inclusão de trabalhadores autônomos nos seus serviços de entrega e de novos empreendedores e empresas inovadoras no mercado.



Combate à Covid-19

Agilidade na tomada de decisões, criatividade e capacidade de adaptação fizeram com que a Via Varejo conseguisse manter a segurança de seus colaboradores e clientes, a continuidade das suas operações e concluísse o ano com resultados ESG e financeiros positivos.

Anara Andrade da Cruz, área de Logística

Governança

Novo Conselho de Administração

A composição do Conselho de Administração da Via Varejo mudou, com a eleição de um novo presidente, Raphael Klein, com ampla experiência na área de *e-commerce*.

Revisão do Código de Conduta Ética

O documento foi revisado para reforçar o compromisso da Companhia com a diversidade e com o combate à violência de gênero e ao assédio moral.

Destaques Econômico-financeiros

Marca mais lembrada

Pela 15ª vez, a marca Casas Bahia é Top of Mind na categoria lojas de móveis e eletrodomésticos.

Mais recursos e investimentos

A Companhia realizou uma bem-sucedida operação de *follow-on* (emissão de ações), resultando na captação de R$ 4,5 bilhões, que serão fundamentais para impulsionar sua transformação digital e prioritariamente destinados aos investimentos em tecnologia, inovação e logística.

Expansão para a Região Norte

A Via Varejo inaugurou nove novas lojas no estado do Pará, retomando seu plano de expansão para o Norte e o Nordeste do país, regiões que apresentam grande potencial para maior participação da Companhia.

Perfil e atuação da Via Varejo

GRI 102-2 GRI 102-3 GRI 102-4 GRI 102-6 GRI 102-7 GRI 102-10

A VIA VAREJO É A MAIOR EMPRESA DE VAREJO DE ELETRÔNICOS, ELETRODOMÉSTICOS, TELEFONIA E MÓVEIS DO BRASIL, COM MAIS DE 24 MILHÕES DE CLIENTES ATIVOS, SEGUNDO A PARTICIPAÇÃO DE MERCADO NESSAS CATEGORIAS CONFORME INFORMAÇÕES DA GFK.[1] COM SEDE NA CIDADE DE SÃO CAETANO DO SUL, EM SÃO PAULO, ESTÁ PRESENTE EM MAIS DE 440 MUNICÍPIOS BRASILEIROS, 21 ESTADOS E NO DISTRITO FEDERAL, TENDO MAIS DE 50 MIL COLABORADORES EM TODO O PAÍS. POR MEIO DE SUAS MAIS DE MIL LOJAS FÍSICAS E SUA PLATAFORMA DE VENDAS OMNICANAL INTEGRADA POR *E-COMMERCE* E *MARKETPLACE* (*SITES* E APLICATIVOS), COMERCIALIZA MILHÕES DE PRODUTOS POR ANO.

A empresa opera a maior rede logística do país, formada por 27 centros de distribuição (CDs), apoiada em 500 *mini-hubs* e com o serviço Retira Rápido em todas suas lojas. Cerca de 40% dos pedidos são entregues no prazo de 24 horas e 60% em até 48 horas. Além disso, conta com uma plataforma tecnológica de logística para a etapa final de entrega (última milha), que conecta uma ampla rede de entregadores autônomos.

Alinhada ao seu propósito de realizar os sonhos de seus clientes, a Via Varejo também oferece serviços financeiros e acesso a crédito por meio de carnês, cartões *co-branded* próprios e outras ferramentas digitais.

A Companhia mantém ainda quatro *tech hubs*, em São Caetano do Sul (SP), Boston (EUA), São Paulo (SP) e Curitiba (PR), que apoiam sua infraestrutura de *backoffice*, além de ter uma participação no maior *hub* de inovação do Brasil, que reúne mais de 300 *startups* de tecnologia.

[1] Uma das mais importantes consultorias especializadas em varejo no mundo.

Números Via Varejo 2020

Mais de **24 milhões**
de clientes ativos e

R$ 6 bilhões
em carteira no crediário (carnê)

85 milhões
de clientes cadastrados

14 milhões
de usuários mensais ativos nos aplicativos (app)

R$ 34,5 bilhões
em receita bruta

R$ 7 bilhões
na carteira de cartões de crédito próprios

1.052 lojas físicas
em todo o país
(**857 Casas Bahia** e **195 Pontofrio**)

100%
dos municípios brasileiros cobertos pelo sistema de entregas

10 mil
vendedores no *Marketplace*

1,1 milhão de m²
de área de armazenagem

Mais de
1,5 milhão
de contas no banQi

As marcas[1]

GRI 102-2

Com mais de 60 anos de existência, está presente em mais de 20 estados, além do Distrito Federal, com 857 lojas. É reconhecida como uma das marcas mais lembradas do Brasil (Top of Mind, premiação concedida pelo jornal Folha de S. Paulo, por 15 anos seguidos) e também está entre as mais valiosas no *ranking* da consultoria Interbrand, avaliada em cerca de R$ 700 milhões. Em 2020, a marca foi renovada, com o lançamento de uma nova identidade visual, um novo personagem, o CB, e um novo posicionamento de marca: "Nossa Casa é o Brasil, Nossa Causa é o Brasileiro".

Atualmente, com 195 lojas nas regiões Sudeste, Sul e Centro-Oeste, o Pontofrio é líder no mercado carioca. Referência em inovação, apresenta para o consumidor novas possibilidades por meio de grande variedade de produtos e serviços.

Maior fábrica de móveis do Brasil e da América Latina, com cerca de 1.400 colaboradores, produz cerca 2,4 milhões de itens por ano. Em 2020, iniciou um novo canal de vendas, exportando produtos para os Estados Unidos por meio de novos parceiros comerciais. Também contribuiu para as ações humanitárias da Fundação Casas Bahia, produzindo 1.250 camas para doação a hospitais e centros de acolhimento que atuam no combate à Covid-19.

Com mais de 17 anos no mercado nacional, comercializa um amplo número de produtos, que incluem itens automotivos, fraldas, móveis, utilidades domésticas, etc. Em 2013, foi o primeiro *e-commerce* a usar uma plataforma para *Marketplace*, e isso ajudou a Companhia a reforçar ainda mais seu posicionamento e grande sortimento de produtos. Em 2020, foi lançado o aplicativo (app) do Extra.com.br para celular, que permite ao consumidor fazer suas compras de onde estiver, entre outras funcionalidades.

Lançada em junho de 2019, é uma carteira 100% digital desenvolvida para promover a inclusão econômica, social e digital. Com o aplicativo do banQi, os clientes da Via Varejo têm acesso ao carnê Casas Bahia no celular e podem fazer consulta, pagamento e controle das parcelas sem a necessidade de ir até uma das lojas. Além disso, têm acesso a diversos serviços bancários. Até o final de 2020, o aplicativo tinha mais de 1,5 milhão de contas criadas, 700 mil clientes ativos e R$ 1,7 bilhão em crediário.

Adquirida pela Via Varejo em 2020, a ASAPLog é uma empresa de tecnologia especializada em soluções para logística de última milha. Por meio de uma plataforma de fácil usabilidade, privilegia o *crowdshipping* – quando os entregadores são pessoas comuns que usam seus próprios meios de transporte – como solução para a etapa final da entrega (última milha). Está presente em todos os 500 *mini-hubs* da Via Varejo, propiciando uma economia de cerca de 50% nos custos da entrega última milha.

Estrutura Societária[2]

GRI 102-1 GRI 102-5

O capital social da Via Varejo S.A, empresa privada de sociedade anônima, é representado por 1.597.341.594 ações ordinárias. A Companhia é considerada uma *Corporation*, isto é, possui seu controle pulverizado na B3, sem um controlador definido. Desde 2018, as ações da Companhia são negociadas no segmento especial de listagem Novo Mercado da B3 S.A. – Brasil, Bolsa, Balcão, sob a cotação VVAR3.

Para mais informações sobre a estrutura societária e acionistas, acesse: <http://ri.viavarejo.com.br/governanca-corporativa/estrutura-societaria/>.

1. Os dados apresentados são de 31 de dezembro de 2020.
2. Os dados apresentados são de 31 de dezembro de 2020.

Cadeia de Valor

GRI 102-9

Matéria-prima: madeira reciclada, tecidos e metais

Produtos: telefonia, TVs, móveis, eletroportáteis, eletrodomésticos, informática, etc.

Transformando propósito e valores

GRI 102-16

A JORNADA DE TRANSFORMAÇÃO DA VIA VAREJO, CHAMADA DE #VAIVIA, SE APOIA EM QUATRO PILARES ESTRATÉGICOS, ALICERCES DO DIA A DIA DA EMPRESA E DE TODO O SEU MODELO DE TRABALHO. CADA PILAR TEM UM MANTRA, QUE DEFINE O MODO DE PENSAR E AGIR DE TODOS NA VIA VAREJO.

#vaivia

Mantras da Transformação

Foco no cliente
Nosso cliente é tudo. E aqui ele se sente em casa.

Direção e clareza estratégica
Eu melhoro, aprendo, me desenvolvo. Sempre numa direção clara.

Responsabilização
Esse negócio é meu e tudo o que acontece aqui depende de mim.

Disciplina operacional
Aprendemos com nossos erros e melhoramos sempre.

Lançada em 2019, após as mudanças no controle e na gestão da Companhia, a jornada de transformação envolve diversas iniciativas que, além de reforçar o propósito da Via Varejo – realizar os sonhos de milhões de brasileiros –, levarão à concretização desse objetivo.

Uma delas foi a primeira Pesquisa de Saúde Organizacional da Via Varejo, realizada em 2019. Com base na análise dos seus resultados, a Companhia implantou em 2020 ações transversais focadas na melhoria do ambiente para todos os colaboradores. Entre as principais ações, destacaram-se o reforço da comunicação (com os canais Via TV, Fórum de Resultados e Nova Conecta), a formação do grupo Via Lovers, a criação do Programa de Indicação e a implementação do Ciclo de Pessoas e Performance.

Também em 2020 foi feita uma nova pesquisa com os colaboradores, a Fala Aí, com o objetivo de desenvolver iniciativas cada vez mais assertivas. Esse levantamento possibilitou medir semanalmente o índice de satisfação, engajamento e saúde dos colaboradores e implementar ações pontuais e específicas por área.

Além disso, foram realizadas ações estruturais pensando no desenho futuro da Companhia. O Censo de Diversidade e a segunda edição da Pesquisa de Saúde Organizacional foram dois exemplos de iniciativas nesse sentido. Foram traçadas ainda as primeiras linhas do plano estratégico da Via Varejo, que será implementado em 2021 e incluirá as questões relacionadas aos aspectos ESG (ambientais, sociais e de governança) como pilares que nortearão a Companhia em seus próximos passos. Um movimento de definição e propagação da cultura empresarial também começou em 2020 e continuará a ser disseminado por toda a empresa, de forma constante, em 2021.

Compromissos

GRI 102-12 GRI 102-13

A VIA VAREJO É SIGNATÁRIA DE DIVERSOS ACORDOS E COMPROMISSOS QUE OFERECEM PARÂMETROS INSTITUCIONAIS PARA SUAS ESTRATÉGIAS DE RESPONSABILIDADE CORPORATIVA E DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DAS OPERAÇÕES, DE FORMA COERENTE COM SEU PROPÓSITO.

Compromisso com a gestão responsável e sustentável dos negócios

- **Conselho de Sustentabilidade da Fecomercio SP –** Fecomercio.

Compromisso com a promoção da igualdade e diversidade

- **Movimento Mulher 360 –** Instituto Ethos.
- **Coalizão Empresarial para Equidade Racial e de Gênero –** Instituto Ethos, Centro de Estudos das Relações de Trabalho e Desigualdades (CEERT) e Institute for Human Rights and Business (IHRB), com apoio do Movimento Mulher 360 e do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID).
- **Fórum de Empresas e Direitos LGBT –** Mais de 80 empresas brasileiras.
- **Princípios de Empoderamento das Mulheres –**WEPs – ONU Mulheres.
- **Coalizão Empresarial de Luta pelo Fim da Violência contra Mulheres e Meninas –** Avon, ONU Mulheres e Fundação Dom Cabral. Mais de 100 empresas engajadas.
- **Manifesto Seja Antirracista –** Instituto Identidades do Brasil (ID_BR).
- **Selo Sim à Igualdade Racial –** Instituto Identidades do Brasil (ID_BR).

Compromisso com a proteção do capital natural através do negócio

- **Green Eletron –** Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica (Abinee); mais de 20 empresas associadas.

Clique nas iniciativas pra acessar os links externos.

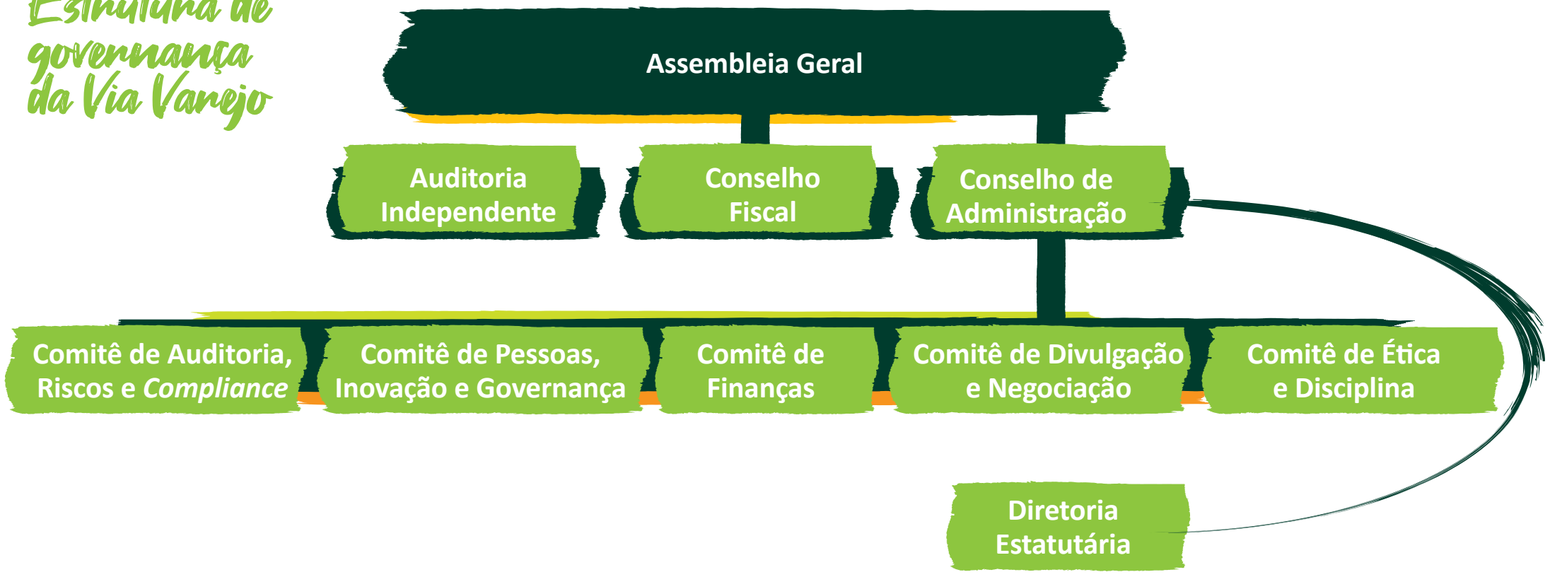
Governança

GRI 102-18

A ESTRUTURA DE GOVERNANÇA DA VIA VAREJO TEM COMO FUNÇÃO GARANTIR UMA GESTÃO EFICIENTE E RESPONSÁVEL, QUE HONRA OS COMPROMISSOS ASSUMIDOS PELA COMPANHIA COM CLIENTES, INVESTIDORES E TODA A SOCIEDADE. A GOVERNANÇA ESTÁ ESTRUTURADA DA SEGUINTE FORMA: ASSEMBLEIA GERAL DE ACIONISTAS, CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO, COMITÊS TÉCNICOS DE ASSESSORAMENTO E COMITÊ DE AUDITORIA, RISCOS E *COMPLIANCE*, ÓRGÃO TAMBÉM ESTATUTÁRIO E QUE ASSEGURA O CONTROLE DE RISCOS E BOAS PRÁTICAS DE GOVERNANÇA, ALÉM DA DIRETORIA EXECUTIVA (ESTATUTÁRIA). A COMPANHIA CONTA AINDA COM CONSELHO FISCAL.

Esses órgãos são responsáveis pelos processos decisórios e pelo direcionamento estratégico da Via Varejo. Além disso, atuam como guardiões de seus valores, políticas e do Código de Conduta Ética, de forma que a empresa atinja seus objetivos e seu propósito com transparência, ética e respeito ao meio ambiente, e contribua para melhorar a qualidade de vida dos seus clientes e das comunidades onde está presente.

Estrutura de governança da Via Varejo



Conselho de Administração

Trata-se de um órgão de deliberação colegiada, responsável pela orientação geral dos negócios da Via Varejo, incluindo a estratégia de longo prazo. É responsável também, entre outras atribuições, pela eleição dos diretores da Companhia e pela fiscalização da respectiva gestão. Reúne-se pelo menos uma vez a cada bimestre ou, quando necessário, por convocação do seu presidente. Deve ser formado por no mínimo cinco membros, eleitos para mandatos de dois anos e destituíveis pela Assembleia Geral. Atualmente, o Conselho de Administração tem cinco membros, dos quais três são conselheiros independentes.

Em junho de 2020, a Assembleia Geral elegeu um novo Conselho de Administração e um novo presidente, Raphael Klein. Ele foi responsável por conduzir a associação da Casas Bahia com o Pontofrio, criando a Via Varejo, da qual foi CEO até novembro de 2012. Com sua experiência, em especial na área de tecnologia, atua em conjunto com a Diretoria Executiva para garantir a continuidade da transformação e digitalização da Companhia, para que a Via Varejo desenvolva soluções inovadoras e se destaque em um mercado cada vez mais desafiador.

O perfil e o tamanho enxuto da nova administração contribuem para um processo ágil de tomada de decisão, o que permite à Companhia completar seu processo de *turnaround* e transformação digital, bem como redirecionar e adaptar suas ações e iniciativas sempre que necessário.

Comitês do Conselho

A Via Varejo possui atualmente cinco comitês em funcionamento: de Auditoria, Riscos e *Compliance*; de Pessoas, Inovação e Governança; de Finanças; de Divulgação e Negociação; e de Ética e Disciplina. Cada um deles deve ter no mínimo três membros, que são nomeados pelo Conselho de Administração para um mandato de dois anos, com possibilidade de reeleição. Mais detalhes sobre esses comitês estão disponíveis do *site* de Relações com Investidores da Companhia.

Conselho Fiscal

É um órgão societário independente da administração e dos auditores externos. Pode funcionar de forma permanente ou não permanente – neste caso, atuará durante um exercício social específico a pedido dos acionistas que representem, no mínimo, 2% das ações com direito a voto. Na Via Varejo, o Conselho Fiscal tem caráter não permanente e é composto por três membros efetivos e igual número de suplentes, eleitos pela Assembleia Geral. Suas principais responsabilidades são fiscalizar as atividades da administração, rever as demonstrações financeiras da Companhia e reportar suas conclusões aos acionistas.

Diretoria Executiva (Estatutária)

Seus membros são os representantes legais da Via Varejo. Cabe a eles a administração cotidiana da Companhia e a implementação das políticas e diretrizes estabelecidas pela Assembleia Geral de Acionistas e pelo Conselho de Administração. Os conselheiros podem ser eleitos para cargos de diretores, até um máximo de um terço. Porém, o presidente do Conselho de Administração não pode acumular o cargo de CEO.

Organograma da Diretoria Executiva

Roberto Fulcherberguer
Chief Executive Officer (CEO) da Via Varejo

Abel Ornelas
Chief Operating Officer (COO)

Orivaldo Padilha
Chief Financial Officer (CFO) e Diretor de RI

Sérgio Augusto França Leme
Chief Administrative Officer (CAO)

Helisson Brigido Andrade Lemos
Chief Digital Officer (CDO)

Clique no Organograma da Diretoria Executiva para mais informações.

Gestão de riscos, *compliance* e ética

GRI 102-11 GRI 205-1 GRI 205-2

A VIA VAREJO TEM COMO PRINCÍPIO O RESPEITO ÀS LEIS E REGULAMENTOS E O COMPROMISSO COM A ÉTICA E A INTEGRIDADE. PARA A COMPANHIA, AO FAZER CERTO DO JEITO CERTO, ELA CONTRIBUI PARA O DESENVOLVIMENTO DE UM AMBIENTE DE NEGÓCIO SUSTENTÁVEL E UMA SOCIEDADE MAIS JUSTA E SOLIDÁRIA.

Nesse sentido, desde 2013, a Via Varejo avalia anualmente os riscos corporativos – inclusive os de corrupção, ética e conformidade –, implantando planos de ação para a mitigação dos principais riscos mapeados junto às áreas de negócio, em linha com as melhores práticas de governança que adota.

Em suas operações, a Via Varejo aplica o princípio da precaução ou abordagem da prevenção, adotando medidas e programas voltados à busca por um ambiente saudável e seguro, com foco em três princípios:

1) **Não prejudicar os outros:** a Via Varejo é uma empresa que preza pelo respeito e ética e adere aos códigos sociais e éticos relacionados aos colaboradores. Dentro da Companhia, isso significa garantir saúde e segurança a todos.
2) **Leitura do custo versus benefício da prevenção:** são considerados de maneira ininterrupta nas decisões os custos de prevenção versus os custos dos acidentes de trabalho ou afastamentos. A Companhia garante sempre a visão integral para que despesas sejam revertidas ou consideradas como investimentos.
3) **Cumprimento às normas e leis relativas à segurança e saúde no trabalho:** não por mera obrigatoriedade, mas o cumprimento à legislação é parte intrínseca dos princípios da Via Varejo como estratégia de posicionamento no mercado e de transparência da imagem, de uma empresa realmente acolhedora, que cuida e se preocupa com seu capital humano.

Como forma de garantir que esses princípios sejam alcançados, a Companhia adota as seguintes práticas e ações:

- elaboração e implementação de políticas e procedimentos técnicos de saúde e segurança do trabalho;
- promoção da gestão de desempenho em saúde e segurança através de indicadores e reuniões de governança junto às lideranças dos negócios;
- implantação de comitês de deliberações para reconhecimento, tratamento e monitoramento de riscos aos colaboradores e ao negócio, e seus respectivos planos de ação, com eventuais suportes de empresas especialistas externas (ergonomia);
- elaboração de projetos e programas de prevenção com foco no desenvolvimento de cultura e comportamento seguros;
- informatização, automatização e otimização de processos através do uso de ferramentas tecnológicas que permitam a gestão da robustez dos dados que a Via Varejo possui, como entrega eletrônica de equipamentos de proteção individual (EPIs);
- criação da plataforma *on-line* de treinamentos técnicos mandatórios na Universidade Corporativa da Via Varejo em atendimento às Normas Regulamentadoras de Saúde e Segurança do Trabalho;
- divulgações, comunicações e informações constantes sobre saúde, segurança e qualidade de vida, com recomendações de cuidados e melhores práticas no dia a dia de trabalho, na vida pessoal e social;
- incorporação dos princípios de saúde e segurança em políticas corporativas, como um dever e responsabilidade de todos;
- criação do Programa Via Saúde, para informar e conscientizar sobre prevenção de doenças e promoção de hábitos saudáveis, além de garantir o gerenciamento de dados da saúde do colaborador; faz parte dele o recurso de telemedicina Dr. Via Saúde, disponível 24h para atender colaboradores e dependentes e direcioná-los aos programas de: gestantes, atividade física e nutrição, gerenciamento de doenças crônicas, doenças osteomusculares e saúde mental;
- conscientização e informações sobre a destinação correta dos resíduos gerados nas operações da Companhia.

GRI 205-1

Em 2020, assim como no ano anterior, 100% das operações da Via Varejo foram submetidas a avaliação de riscos, incluindo aqueles relacionados a corrupção. O monitoramento dessas avaliações é centralizado em nível corporativo.

GRI 205-2

A Companhia disponibiliza ainda treinamentos remotos e *e-learning* sobre o Código de Conduta Ética a todos os seus colaboradores e sobre Lei Anticorrupção aos seus executivos.

Victor Hugo Santos Madeira, área de *Marketplace*

Programa de Compliance

O Programa de *Compliance* da Via Varejo busca disseminar uma cultura de alto nível de integridade e ética em todas as atividades da Companhia. Esse programa é supervisionado pela alta administração e se baseia na prevenção, na detecção e na resposta às não conformidades com as diretrizes do Código de Conduta, políticas internas e legislações inerentes às atividades da Companhia *(ver quadro abaixo)*.

Comprometimento da Alta Administração

Prevenir	Detectar	Responder	Atualizar e aprimorar
Promover a cultura da ética, integridade e melhores práticas, na empresa e no mercado.	Receber denúncias via canais de denúncias.	Investigar as denúncias de eventuais violações ao Código de Conduta Ética, políticas e procedimentos da Via Varejo.	Auditar o Programa de *Compliance* para identificação de melhorias.
Orientar o comportamento dos colaboradores e parceiros comerciais via Código de Conduta Ética, políticas e procedimentos, treinamentos, comunicação e canais para esclarecer dúvidas.	Monitorar, mediante controles internos, o cumprimento de leis, regulamentos, Código de Conduta Ética, políticas e procedimentos da Via Varejo, pelos colaboradores e parceiros comerciais.	Aplicar medidas disciplinares e estabelecer consequências para violações ao Código de Conduta Ética, políticas e procedimentos Via Varejo.	Revisar, atualizar e aperfeiçoar políticas, procedimentos e controles, sempre que necessário.
Identificar os riscos de *Compliance* e implementar ações de mitigação.			Reportar resultados à Diretoria Executiva, Conselhos e Comitês da Via Varejo.

Políticas e procedimentos

GRI 102-16

O Programa de *Compliance* da Via Varejo tem como um dos seus pilares as normas e diretrizes de conduta na tomada de decisões e no exercício das atividades de colaboradores e parceiros comerciais, consolidadas em uma série de políticas e procedimentos. Entre eles estão:

- **Código de Conduta Ética –** Contém os valores, princípios e diretrizes que norteiam a conduta pessoal e profissional a serem seguidos em todas as ações e relações de trabalho e na condução dos negócios.
- **Política Anticorrupção –** Estabelece as diretrizes da companhia contra práticas de corrupção por seus colaboradores e terceiros, em atendimento à legislação existente e às diretrizes do Código de Conduta Ética.

Ambos os documentos são públicos e estão disponíveis no *site* da Via Varejo: <http://ri.viavarejo.com.br/>.

O Código Conduta Ética foi revisado em 2020 por meio de grupos de trabalho multidisciplinares para incorporar e explicitar as seguintes questões:

a. O compromisso da Via Varejo com a diversidade: "Estamos construindo uma Companhia em que diversidade não é algo passageiro. É a nossa forma de ser e o nosso jeito de fazer. Por isso, temos a consciência da nossa responsabilidade na criação de um ambiente diverso e inclusivo, que busca cada vez mais aumentar a representatividade e oferecer oportunidades de desenvolvimento para todos os colaboradores, sejam eles: mulheres, negros, indígenas, LGBTI+, pessoas com deficiência, refugiados ou pessoas de diferentes idades, incluindo os jovens e maiores de 45 anos. Nossa busca por inclusão e diversidade também abrange temas como nacionalidade, naturalidade, renda, diversidade estética e formação acadêmica".

b. A não admissão de qualquer tipo de violência, preconceito e discriminação nos ambientes internos, externos e também virtuais: "O preconceito, a violência e a discriminação de colegas, clientes, prestadores de serviços, fornecedores, parceiros ou qualquer outra pessoa, seja no ambiente físico ou virtual (ferramentas e redes sociais internas e externas)".

c. A não aceitação de "Qualquer tipo de violência contra mulheres e meninas, conforme os princípios da ONU Mulheres".

d. As diretrizes contra assédio moral, declarando como inaceitável "Utilizar do cargo de gestão para solicitar a realização de atividades desgastantes, excessivas e incoerentes com a função que o colaborador exerce, com a única finalidade de promover desconforto e punição".

Além disso, o Código passou a recomendar a leitura de outros materiais relacionados com o documento, como a Cartilha de Princípios de Empoderamento das Mulheres.

A Via Varejo tem ainda outras políticas e procedimentos específicos. São eles:

- **Política de Segurança e Saúde no Trabalho –** Estabelece diretrizes e ações para garantir a saúde física e mental dos colaboradores e, assim, contribuir para maior produtividade e competitividade do negócio.
- **Política de Direitos Humanos e Diversidade –** Busca assegurar o respeito aos direitos humanos, promover a diversidade e garantir o atendimento às normas e legislações em todas as operações e em toda a cadeia de negócios da Via Varejo.
- **Política Corporativa Ambiental –** Define diretrizes de gestão, controle e responsabilidade ambiental aplicáveis às operações, além de buscar gerar maior engajamento e corresponsabilidade ambiental de todas as áreas e processos da empresa e atender a legislação ambiental, entre outras questões.
- **Procedimento de Gestão de Efluentes –** Descreve os processos envolvidos na gestão de efluentes para assegurar o controle dos resíduos gerados nas operações e garantir o cumprimento dos requisitos legais.
- **Procedimento de Manejo de Substâncias Perigosas –** Apresenta orientações sobre o manejo de substâncias perigosas geradas nas dependências da Via Varejo, de forma a assegurar seu controle, garantir o cumprimento dos requisitos legais e evitar impactos à saúde do colaborador e ao meio ambiente.
- **Procedimento de Abastecimento de Lojas e Recolhimento de Materiais Recicláveis –** Descreve o processo de descarga e conferência das mercadorias nas lojas e de retorno de mercadoria de assistência técnica, transferência ou remanejamento para o centro de distribuição.
- **Política de Doações, Contribuições e Patrocínios –** Apresenta critérios e responsabilidades na realização de doações, contribuições e patrocínios realizados pela Via Varejo e Fundação Casas Bahia.

Canal de Denúncia

GRI 205-3

Instrumento essencial para a implantação dos compromissos da Via Varejo, o Canal de Denúncia é exclusivo para que os colaboradores possam reportar, de forma anônima, se quiserem, situações consideradas antiéticas ou que violem os padrões de conduta da Companhia.

O atendimento está disponível 24 horas, sete dias por semana, e é realizado por uma empresa especializada, a ICTS, que garante sigilo absoluto e tratamento adequado de cada situação. Para ter acesso ao Canal de Denúncia, o colaborador pode ligar para o número 0800 450 450 4 ou acessar o *site* <www.canaldedenuncia.com.br/viavarejo>.

No canal, é possível denunciar assédio sexual e moral, agressão física, discriminação, descumprimento de normas e políticas internas, destruição de dados ou dos patrimônios da Companhia, favorecimento ou conflitos de interesse, fraude, pagamento ou recebimento impróprio, corrupção, relacionamento íntimo com subordinação direta, roubo, furto ou desvio de materiais, uso ou tráfico de substâncias proibidas, vazamento ou uso indevido de informações, violações de leis ambientais e trabalhistas, e outras situações em desacordo com o Código de Conduta Ética.

Em 2020, o Canal de Denúncia da Via Varejo recebeu 3.725 denúncias. Todas foram analisadas e 3.295 foram finalizadas. As que não puderam ser esclarecidas rapidamente seguiram um processo de tratamento específico, dependendo do tema – 430 ainda estavam em apuração no final do ano.

Nesse mesmo ano, em resposta às conclusões do comitê de investigação criado em 2019 para apurar denúncias administrativas relativas a procedimentos financeiros do ano anterior *(para mais informações, clique aqui)*, a Via Varejo adotou medidas de remediação e de prevenção à recorrência de fatos similares, incluindo o aprimoramento dos treinamentos internos sobre *compliance*, a atualização de sistemas e de controles internos relativos a registros de provisão, o aprimoramento dos controles de garantias prestadas no âmbito de ações judiciais e ajustes aos seus critérios de provisionamento.

Programa de Governança em Privacidade

A Via Varejo está, desde 2018, atuando nas adequações e implementações relativas à Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). Com a evolução desse tema, no começo de 2020, a Companhia implantou o Programa de Governança em Privacidade, que tem por objetivo dar tração às adequações necessárias, garantir o cumprimento das legislações de proteção de dados e promover uma mudança cultural no uso e tratamento de dados pessoais. O programa, baseado em uma metodologia aplicada na América do Sul e na Europa, possui 12 pilares centrais e mais de 168 pontos de entregas previstas.

Entre as entregas mais importantes, destacam-se: a estruturação de um novo departamento, chamado de Escritório de Privacidade; a nomeação do DPO (*Data Protection Officer* ou Encarregado de Proteção de Dados); a criação do Portal de Privacidade *(www.privacidade.viavarejo.com.br)* para todas as empresas do grupo Via Varejo; a nomeação de líderes de privacidade em 35 departamentos estratégicos; e os reforços e ajustes necessários para o aprimoramento dos controles de Segurança da Informação e monitoramento de uso de dados pessoais.

O Programa de Governança em Privacidade também conta com a participação ativa de diversas áreas da Companhia, como Tecnologia da Informação, Segurança da Informação, Controles Internos, Comunicação, Gestão de Clientes, *Compliance*, Pessoas e Performance, entre outras que foram essenciais para seu progresso.

Temas materiais

GRI 102-40 GRI 102-42 GRI 102-43 GRI 102-44 GRI 102-47 GRI 103-1

A VIA VAREJO ATUA COM EMPENHO PARA IMPLEMENTAR SEUS COMPROMISSOS NO DIA A DIA DOS NEGÓCIOS, DE ACORDO COM OS TEMAS MAIS RELEVANTES (MATERIAIS) PARA A COMPANHIA E SEUS *STAKEHOLDERS*.

A análise de materialidade da Companhia teve como ponto de partida discussões internas que envolveram principalmente a liderança da empresa, incluindo a Diretoria Executiva, a área de Sustentabilidade e especialistas, com o objetivo de definir o foco dos esforços da gestão em relação a aspectos sociais, ambientais e de governança (ESG).

A Via Varejo teve também reuniões sobre os seguintes temas específicos de interesse dos *stakeholders* e da empresa:

- **Colaboradores –** Condições de trabalho, reestruturação e remuneração.
- **Clientes –** Melhorias no atendimento e desenho de novos serviços.
- **Fornecedores –** Agilização na cadeia e logística.
- **Comunidades –** Apoio ao empreendedorismo e integração.
- **Especialistas –** Mitigação de impactos negativos e geração de impacto positivo na sociedade e no meio ambiente.
- **Representantes de organizações da sociedade civil –** Mitigação de impactos negativos e geração de impacto positivo na sociedade e no meio ambiente.
- **Investidores –** Mudanças na gestão, ética e resultados financeiros (trimestrais).

As reuniões foram realizadas com o objetivo de melhorar a gestão do negócio e o relacionamento com o grupo de stakeholders identificado. Como resultado das discussões, foram identificados pela gestão da empresa os tópicos materiais da Via Varejo, por gerar alto impacto nos negócios e na sociedade.

Temas materiais e iniciativas já tomadas pela Companhia

a. Compromisso com a ética
Iniciativas: revisão do Código de Conduta Ética.

b. Compromisso com a transparência
Iniciativas: comunicações frequentes com todos os colaboradores sobre a situação dos negócios e os desafios do ano; divulgação de comunicados públicos sobre mudanças e ações da Companhia; realização de *lives* para atingir um número maior de investidores.

c. Compromisso com um atendimento de alta qualidade ao cliente
Iniciativas: criação de novas formas de atender o cliente com as lojas fechadas pela pandemia; melhoria da logística de entrega; desenvolvimento de ferramentas digitais para oferecer mais serviços e melhorar a experiência do cliente.

Amanda Mamede, área *Marketplace*

d. Compromisso com os princípios da economia circular
Iniciativas: coleta de produtos para reciclagem pós-consumo; reforço aos programas de reciclagem de embalagens e outros itens; comprometimento com a diminuição do gasto energético na Companhia.

e. Compromisso com a promoção da diversidade e da inclusão na empresa
Iniciativas: relançamento do Guia de Diversidade da Via Varejo; realização do Censo de Diversidade e Inclusão, do Mês da Diversidade e da Semana da Equidade de Gênero; apoio a programas de incentivo ao ingresso de mulheres na área de tecnologia e a iniciativas de combate à violência de gênero; reforço da atuação dos grupos de afinidades na Companhia; novo posicionamento da marca Casas Bahia e do mascote CB, com foco em sustentabilidade e diversidade, entre outras.

f. Compromisso com o empreendedorismo nas comunidades
Iniciativas: ampliação dos programas de apoio ao empreendedorismo nas comunidades nas quais a organização atua; oferta de ajuda humanitária para atender às necessidades das comunidades durante o período de pandemia.

Gestão dos temas materiais

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

A gestão de todos os temas materiais da empresa está sob responsabilidade da Diretoria Executiva, apoiada pelas lideranças de diversas áreas.

Ética: a área de *Compliance* apoia a Diretoria Executiva coordenando as ações relacionadas com aspectos éticos da gestão, através da implementação das políticas específicas da empresa. A área Jurídica, responsável pelo Canal de Denúncia, também tem papel fundamental na garantia e na gestão deste tema. Suas ações são diretamente apoiadas pela Diretoria de Pessoas e Performance e pela Diretoria de Comunicação, Sustentabilidade, Diversidade e Relações Institucionais por meio de suas práticas diárias.

Transparência: as áreas de comunicação interna e externa, na Diretoria de Comunicação, Sustentabilidade, Diversidade e Relações Institucionais, apoiam a Diretoria Executiva na implementação do compromisso com a transparência.

Atendimento de alta qualidade ao cliente: diversas áreas que integram a Vice-Presidência Administrativa, a Vice-Presidência Comercial e de Operações e a Vice-Presidência de Inovação Digital, Pessoas e Performance são responsáveis pelas ações que garantem o atendimento de alta qualidade ao cliente.

Princípios da economia circular (PEC): a gestão dos aspectos ambientais mais críticos na operação da Via Varejo que estão diretamente ligados aos PEC – eficiência energética, transição para o uso de energia renováveis, gestão de resíduos, logística reversa pós-venda e emissões – está sob responsabilidade da Vice-Presidência Administrativa e da Diretoria de Comunicação, Sustentabilidade, Diversidade e Relações Institucionais.

Cleide Santos,
área de Atendimento ao Cliente

Promoção da diversidade e da inclusão na empresa: a gestão deste tema é de responsabilidade da área de Sustentabilidade, que trabalha em conjunto com a área de Pessoas e Performance.

Promoção do empreendedorismo nas comunidades: a gestão deste tema é executada pela Fundação Casas Bahia (o relatório de atividades da instituição está disponível em: <https://www.viavarejo.com.br/fundacaocasasbahia/>).

Os temas citados foram considerados materiais para todas as operações da Via Varejo que compõem o escopo temático deste relatório.

Os indicadores GRI selecionados para relatar os temas materiais foram:

OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Temas materiais da Via Varejo	Tópicos GRI	Indicadores GRI	ODS
Ética	GRI 205: Anticorrupção GRI 408: Trabalho infantil GRI 409: Trabalho forçado ou análogo ao escravo GRI 410: Práticas de segurança GRI 412: Avaliação de direitos humanos GRI 414: Avaliação social do fornecedor	GRI 205-1, GRI 205-2 e GRI 205-3 GRI 408-1 GRI 409-1 GRI 410-1 GRI 412-3 GRI 414-1	1, 4, 8, 10, 11, 16, 17
Princípios da economia circular	GRI 301: Materiais GRI 302: Energia GRI 305: Emissões GRI 306: Efluentes e resíduos GRI 308: Avaliação ambiental do fornecedor	GRI 301-1 e GRI 301-2 GRI 302-1, GRI 302-3 e GRI 302-4 GRI 305-2 GRI 306-1, GRI 306-2, GRI 306-3, GRI 306-4 e GRI 306-5 GRI 308-1	7, 8, 9, 12, 13, 16
Promoção da diversidade e da inclusão na empresa	GRI 404: Treinamento e educação GRI 405: Diversidade e equidade de oportunidade GRI 406: Não discriminação GRI 407: Liberdade de associação e negociação coletiva	GRI 404-1, GRI 404-2 e GRI 404-3 GRI 405-1 e GRI 405-2 GRI 406-1 GRI 407-1	1, 3, 4, 5, 8, 10, 16, 17
Promoção do empreendedorismo nas comunidades	GRI 413: Comunidades locais	GRI 413-1	1, 4, 8, 10, 11, 17
Transparência	-	Indicadores específicos da Via Varejo	7, 9, 12, 13, 16
Atendimento de alta qualidade ao cliente	-	Indicadores específicos da Via Varejo	1, 3, 4, 5, 8, 10, 16, 17

Relacionamento com stakeholders e indicadores

Pedro Cunha, área de Marketing

A VIA VAREJO CONSIDERA CRÍTICO PARA O SUCESSO DOS SEUS NEGÓCIOS MANTER UM RELACIONAMENTO DE ALTA QUALIDADE COM SEUS *STAKEHOLDERS*. ISSO SIGNIFICA TER CANAIS ABERTOS PARA RECEBER SUAS SUGESTÕES, CRÍTICAS E REFORÇO ÀS AÇÕES QUE FORAM CONSIDERADAS POSITIVAS POR ELES.

A seguir, estão descritos os canais de diálogo da Companhia com seus *stakeholders*, os indicadores GRI de performance relacionados a eles, as práticas ESG adotadas na gestão dos negócios e os destaques no relacionamento com cada grupo em 2020.

Daiane Faria,
área de Manutenção

46,65%
dos colaboradores da Via Varejo são mulheres

a. Colaboradores

Com mais de 50 mil colaboradores, a Via Varejo considera as pessoas que integram seu time seu maior capital. São elas que estabelecem e nutrem o relacionamento com todos os outros *stakeholders*, especialmente com os clientes. Elas constroem, no dia a dia, a reputação da empresa.

Além da comunicação diária entre as equipes, a Via Varejo mantém um canal para os líderes, focado em orientação para a gestão e soluções, e um canal direto com os "liderados" – colaboradores das lojas, CDs, administração e fábrica –, acessível por um número de telefone.

Número de colaboradores por contrato de trabalho (contratos permanentes, temporários e terceiros)

GRI 102-8

	2018	2019	2020	2018		2019		2020	
	Total	Total	Total	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres
				Diretores					
Total	**35**	**37**	**46**	**29**	**6**	**29**	**8**	**37**	**9**
				Gerentes					
Total	**1.285**	**1.468**	**1.359**	**874**	**411**	**973**	**495**	**891**	**468**
				Coordenadores					
Contrato - Integral	1.905	1.927	2.302	661	1.244	667	1.260	924	1.378
Meio período	0	2	10	0	0	2	0	8	2
Total	**1.905**	**1.929**	**2.312**	**661**	**1.244**	**669**	**1.260**	**932**	**1.380**
				Supervisores					
Total	**703**	**503**	**599**	**428**	**275**	**316**	**187**	**425**	**174**
				Administrativos					
Contrato - Integral	2.135	1.932	2.222	864	1.271	731	1.201	944	1.278
Meio período	38	23	57	18	20	6	17	16	41
Total	**2.173**	**1.955**	**2.279**	**882**	**1.291**	**737**	**1.218**	**960**	**1.319**
				Operacionais					
Contrato - Integral	16.833	15.427	19.187	9.390	7.443	8.540	6.887	10.735	8.452
Meio período	2.568	2.252	572	1.282	1.286	1.088	1.164	196	376
Total	**19.401**	**17.679**	**19.759**	**10.672**	**8.729**	**9.628**	**8.051**	**10.931**	**8.828**
				Técnicos					
Contrato - Integral	85	79	112	55	30	53	26	88	24
Meio período	0	0	5	0	0	0	0	5	0
Total	**85**	**79**	**117**	**55**	**30**	**53**	**26**	**93**	**24**
				Comissionados					
Contrato - Integral	24.379	22.724	24.205	13.381	10.998	12.357	10.367	13.060	11.145
Meio período	2	0	0	1	1	0	0	0	0
Total	**24.381**	**22.724**	**24.205**	**13.382**	**10.999**	**12.357**	**10.367**	**13.060**	**11.145**
				Aprendizes					
Total	**2.357**	**2.631**	**2.278**	**1.064**	**1.293**	**1.160**	**1.471**	**924**	**1.354**
				Estagiários					
Total	**58**	**13**	**0**	**32**	**26**	**7**	**6**	**0**	**0**
				Geral - Brasil					
Total geral	**52.383**	**49.018**	**52.954**	**28.079**	**24.304**	**25.929**	**23.089**	**28.253**	**24.701**

Notas:
- Números consolidados para toda a empresa, incluindo a fábrica Bartira.
- As operações da Via Varejo envolvem cerca de 7 mil terceiros. Pela oscilação desses números, o dado exato não foi apurado em 2020.
- Nas funções de diretores, gerentes, supervisores, comissionados, aprendizes e estagiários só há um tipo de contrato.

Ações relacionadas à Covid-19

Em 2020, para manter a segurança dos colaboradores durante a primeira fase da pandemia de Covid-19, a Companhia concedeu férias coletivas e, posteriormente, suspendeu os contratos de trabalho de grande parte de sua força de trabalho durante o período em que as lojas ficaram encerradas, de acordo com a MP 963. Também adotou o *home office* para os colaboradores administrativos, seguindo os protocolos estabelecidos pelas autoridades públicas. Além disso, criou uma *hotline* 0800 para esclarecer eventuais dúvidas dos colaboradores sobre a doença e as medidas adotadas para responder aos impactos provocados pela pandemia.

Com a ampliação do *e-commerce* nesse período, que levou a um aumento significativo das interações com clientes pelos canais de atendimento (de 25 mil para 80 mil por dia), a Via Varejo implantou ainda um projeto de realocação de sua força de trabalho para responder a essa demanda. Chamado de Projeto Unidade, a iniciativa transferiu mais de 500 colaboradores que atuavam nas áreas administrativas, comercial, financeiro e em lojas físicas e estavam com seus contratos suspensos para o atendimento ao cliente. Todos os colaboradores foram treinados por meio da universidade corporativa da Companhia e receberam orientações e acessos para as plataformas de atendimento. Com isso, a Via Varejo conseguiu fazer uma gestão inteligente do seu capital humano, aproveitando as competências dos seus colaboradores e aumentando seu engajamento em relação à Companhia.

Na área de saúde, foi acelerada a implantação do programa de telemedicina, para ampliar o acesso dos colaboradores ao atendimento médico, essencial num momento de crise sanitária.

Treinamentos

GRI 404-1 GRI 404-2

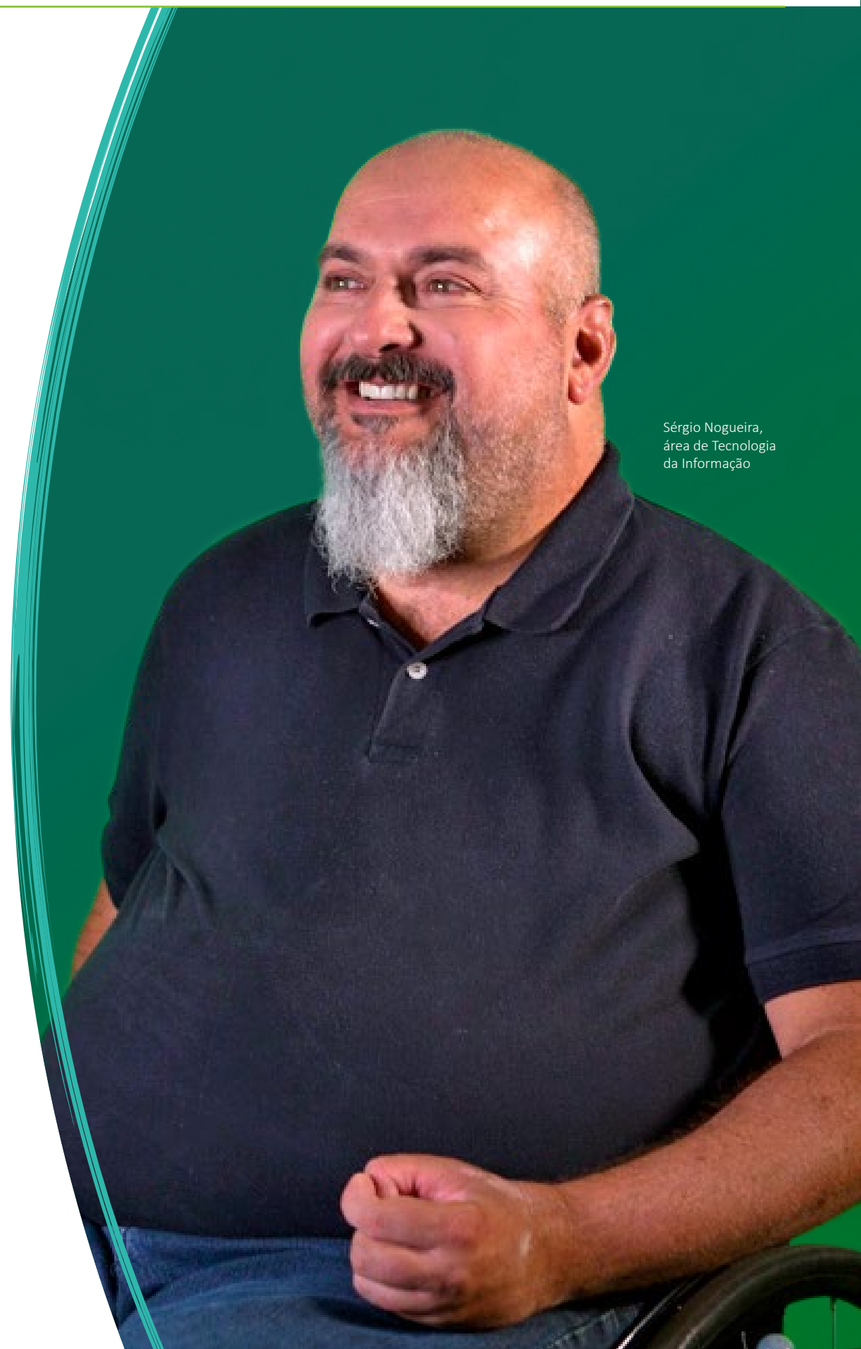
Em 2020, foram realizados diversos treinamentos na Companhia, totalizando mais de 449 mil horas, o que corresponde a uma média de 8 horas por colaborador *(ver tabela na página 28).*

Na Matriz e nos CDs, o foco foram os cursos para elevar as competências necessárias ao desempenho das funções, por meio dos seguintes programas:

- Metodologias Ágeis (Six Sigma, Fundamentos Ágeis, Scrum);
- Ciência de Dados (Power BI, Excel, Cultura Voltada a Dados);
- Integração (*Onboarding*);
- Transformação Digital (Pacote Office, SAP, Sistemas);
- Processos e Procedimentos Internos (Processos RH e Áreas Internas);
- Gestão e Trabalho Remoto (Produtividade no *Home Office*, Gestão do Tempo, Gestão Remota);
- Cultura e Gestão de Mudança (#Vai Via, Diversidade e Sustentabilidade).

Nas lojas, os colaboradores tiveram 396 mil horas de treinamento no ano, o que representa mais de mil horas de treinamento por dia, disseminando a cultura e estratégia da Via Varejo para toda a operação. Por meio do PROVE (Programa de Vendas), voltado para a capacitação e o desenvolvimento dos times das lojas, foram realizados os seguintes cursos:

- Vendedor *On-line*;
- banQi;
- Boas Vindas, Boas Vendas;
- Produtos, Serviços Financeiros e Seguros;
- Me Chama no Zap;
- *Mini-Hubs*;
- Jornada de Atendimento Cliente.



Sérgio Nogueira, área de Tecnologia da Informação

449 mil horas

de treinamento no ano,
média de 8 horas por colaborador

Além disso, 1.003 colaboradores fizeram os cursos Formação de Coordenadores Administrativos de Loja, Formação para Líderes do Futuro e Formação para Líder de Estoque. O programa Líderes do Futuro envolve treinamentos presenciais, *on-line* e estágio em loja para vivência na prática, além do acompanhamento de um tutor durante todo o período de formação. Seu objetivo é preparar os novos líderes de lojas em temas de gestão, liderança e processos, além de oferecer conhecimento sobre as áreas de negócio.

Número médio de horas de treinamento por colaborador

GRI 404-1

	2020		
	Nº de horas de treinamento oferecidas	Nº de empregados	Média horas treinamento/ empregado
Diretores			
Homens	561	37	15
Mulheres	110	9	12
Total	**671**	**46**	15
Gerentes			
Homens	9.750	891	11
Mulheres	5.516	468	12
Total	**15.267**	**1.359**	11
Coordenadores			
Homens	9.637	932	10
Mulheres	21.902	1.380	16
Total	**31.539**	**2.312**	**14**
Supervisores			
Homens	2.625	425	6
Mulheres	680	174	4
Total	**3.305**	**599**	6
Administrativos			
Homens	7.173	960	7
Mulheres	9.378	1.319	7
Total	**16.552**	**2.279**	7
Operacionais			
Homens	61.049	10.931	6
Mulheres	56.891	8.828	6
Total	**117.940**	**19.759**	6
Técnicos			
Homens	597	93	6
Mulheres	119	24	5
Total	**716**	**117**	6
Comissionados			
Homens	135.609	13.060	10
Mulheres	126.071	11.145	11
Total	**261.679**	**24.205**	11
Aprendizes			
Homens	596	924	1
Mulheres	1.025	1.354	1
Total	**1.620**	**2.278**	1
Estagiários			
Homens	10	0	0
Mulheres	4	0	0
Total	**14**	**0**	0
Total			
Total geral	**449.302**	**52.954**	8

Nota: houve 14 horas de treinamento para estagiários em 2020, mas em dezembro eles não faziam parte da organização.

Total geral por gênero

	2020	
	Homens	Mulheres
Nº de horas de treinamento oferecidas	227.607	221.696
Nº de empregados	28.253	24.701
Média horas treinamento/empregado	8,06	8,98

Notas:
- Dados históricos não disponíveis por cargos funcionais.
- Em 2019, o número total de horas de treinamento foi de 409.937, com uma média de 8 horas por colaborador.
- Em 2018, o número total de horas de treinamento foi de 439.133.

Avaliação de desempenho

GRI 404-3

A Via Varejo implantou em 2020 uma nova metodologia para a avaliação de desempenho dos colaboradores, baseada numa plataforma digital e na análise de competências, o que a torna um instrumento relevante para a tomada de decisão sobre pessoas na Companhia. Lançada em novembro para todo o quadro de colaboradores, teve a adesão de 97% das pessoas na fase de autoavaliação.

A Companhia também redesenhou sua área de desenvolvimento organizacional, com foco em cultura, desenvolvimento de liderança e gestão de desempenho e performance. Como resultado desse movimento, estão sendo criadas políticas e procedimentos para a adoção de novas formas de trabalho, como o *officeless*, que teve um projeto-piloto em 2020, com cerca de 12 profissionais. Também foi criado um programa de formação para a liderança com base no conceito de *edutainment*, usando inteligência artificial.

97%

de adesão dos colaboradores na primeira fase da nova avaliação de desempenho

Jennifer Santana, área de Serviços Financeiros

Michele Silva, área de Atendimento ao Cliente

DIVERSIDADE_

D S T Q Q S S D S T Q

TODO DIA É DIA

A diversidade está na essência da Via Varejo, desde seus primeiros anos de atuação. Seu histórico está relacionado com a inclusão e com o acesso ao crédito para seus clientes. A Companhia acredita que deve ser um retrato da sociedade em que está inserida e reafirma seu compromisso de refletir essa realidade no seu quadro de colaboradores.

Quanto mais diversos seus times, maior é a identificação dos clientes, parceiros e comunidade com as marcas. Por isso, a Via Varejo valoriza e promove a diversidade em todas as suas expressões e a utiliza como inspiração para a inovação e para a forma como atrai, seleciona, desenvolve e forma seus colaboradores. Nesse sentido, além de reforçar o compromisso da empresa com os direitos humanos e trazer valor para o seu negócio, ela reafirma seu papel social.

Em 2020, com base nas informações levantadas por meio da 2ª edição do Censo de Diversidade e Inclusão da Via Varejo, a área de Gestão de Pessoas reestruturou os processos de seleção e de desenvolvimento para acelerar a ampliação da diversidade na liderança da empresa. Entre eles estão o programa de *trainee*, cujas inscrições foram abertas em dezembro e chegaram a 30 mil até o final desse ano, e o programa Líderes do Futuro, que busca identificar e desenvolver os talentos que já estão na empresa.

Além disso, a Via Varejo continuou buscando ser reconhecida como uma empresa que apoia e promove a diversidade e a inclusão por meio da adesão a compromissos públicos, do posicionamento estratégico das suas marcas, do envolvimento e da sensibilização da alta liderança. As principais ações realizadas pela Companhia mobilizaram um número expressivo de colaboradores e outros *stakeholders (ver quadro na página seguinte)*.

O programa *Trainee* Via Varejo 2021 foi desenvolvido com o objetivo de identificar talentos para contribuir com a jornada de transformação da Companhia, com base nos valores de diversidade e individualidade de cada um. Para isso, os selecionados participarão de um processo de desenvolvimento profissional, com duração de 18 meses, que inclui conteúdos de aprendizagem técnica, tutoria e mentoria, trilha de liderança, *job rotation*, bem como o envolvimento em desafios estratégicos e projetos multidisciplinares com alto impacto para os negócios.

Ações	Números
REFORÇO AOS GRUPOS DE AFINIDADES Grupos: Baobá (equidade racial), ViaPrisma (LGBTI+), Talentos Sem Limites (pessoas com deficiência). • Construção de uma identidade visual para cada grupo. • Aumento no número de participantes. • Reuniões semanais.	Mais de **30 eventos**. Participação de mais de **200 colaboradores**.
SEMANA DA EQUIDADE DE GÊNERO • Realização da campanha Lugar de mulher é onde ela quiser! • Marco: mudança dos nomes das cozinhas desenvolvidas pela fábrica Bartira. Agora, os móveis para cozinha, que anteriormente levavam nomes femininos, têm nomes inspirados em pedras preciosas brasileiras. • Atividades: palestras, depoimentos, ação voluntária, assinatura de compromisso público e ações de engajamento e sensibilização nos canais internos de comunicação e redes sociais.	Mais de **15 atividades** realizadas.
SENSIBILIZAÇÕES E CAMPANHAS SOBRE OS TEMAS PRIORITÁRIOS DE DIVERSIDADE • Lançamento da hashtag #OrgulhoMesmoÉSerVocê, dando visibilidade para os colaboradores se sentirem cada vez mais parte da transformação da Companhia e mostrando a importância do tema. • Foco em letramento, sensibilização sobre a importância do tema e depoimentos de colaboradores.	Mais de **10 ações** em formato *on-line*.
MÊS DAS MULHERES NEGRAS, LATINAS E CARIBENHAS • Discussão sobre indicadores e escuta das colaboradoras que fazem parte do Grupo Baobá. • Patrocínio da marca Casas Bahia à *live* da cantora Elza Soares.	Mais de **200 mil pessoas** impactadas através do Instagram e do YouTube.
APOIO AO PROGRAMA TECHNOVATION GIRLS • Em parceria com a Prefeitura de São Caetano do Sul, a Via Varejo apoiou o programa da ONG norte-americana Iridescent, cujo objetivo é incentivar meninas a ingressar na área de tecnologia. • Mentoria dos líderes da área de TI da Via Varejo aos grupos que se destacaram.	**5 equipes** **22 meninas beneficiadas**, estudantes com idade entre 10 e 18 anos de escolas públicas do município de São Caetano do Sul. Participação de **15 líderes** da área de TI.

Ações	Números
4ª EDIÇÃO DO MÊS DA DIVERSIDADE • Relançamento do Guia de Diversidade e Inclusão. • Atividades específicas de sensibilização e capacitação para aproximar ainda mais o tema da liderança. • Ações de comunicação para todos os colaboradores nas redes sociais internas e externas da Companhia.	Sensibilização de **100% da alta liderança** (diretores e Diretoria Executiva). Mais de **20 atividades** nos canais de comunicação internos e nas redes sociais. Cerca de **50% dos colaboradores** conhecem o Guia de Diversidade segundo pesquisa realizada no ano. Mais de **400 interações**, mais de **54 mil alcances** e **8,2% de engajamento** no LinkedIn.
MÊS DA CONSCIÊNCIA NEGRA • Realização da campanha Precisamos Falar do que Realmente Importa. • Visibilidade aos colaboradores da empresa. • Posicionamento público antirracista da Via Varejo. • Lançamento do compromisso de treinar mais de **41 mil colaboradores** sobre educação racial.	Mais de **20 iniciativas** voltadas para a equidade racial.
SEMANA DA PESSOA COM DEFICIÊNCIA • Inauguração dos novos prédios da Matriz e de TI, que foram reformados para ampliar a acessibilidade física, ganhando rampas, espaços para cadeirantes e elevadores adaptados. • Realização de *live* liderada pelo grupo de afinidade Talentos Sem Limites. • Treinamento exclusivo para os colaboradores com deficiência.	Mais de **10 publicações**. Mais de **1.000 colaboradores** participantes do treinamento exclusivo.
***FRAME* DA DIVERSIDADE** • Desenvolvimento coletivo do *frame*, como parte do exercício estratégico para a Via Varejo do futuro. • Time composto por representantes de diversas áreas, estruturas, cargos e representação da diversidade (negros, brancos, pessoas com deficiência, homens, mulheres, LGBTI+, moradores de periferias).	Mais de **20 colaboradores** participantes.
MOVIMENTO #MULHERES EM *TECH* • Participação no Programaria Summit 2020 e no *Workshop* para Mulheres Líderes, realizados em parceria com o Programa Elas.	Programaria: • **8 colaboradoras** da Via Varejo deram palestras e mentoria para mulheres; • **3 colaboradores** do time de Atração conduziram sessões de *Speed Hiring*; • **20 colaboradoras de TI** participaram do evento. *Workshop*: • mais **100 líderes** discutiram a importância da equidade de gênero.

Barbara Donegatt, área de Serviços Financeiros

Diversidade dos colaboradores

GRI 405-1

	Total											
	2018				2019				2020			
Total de indivíduos	**52.383**		**100%**		**49.018**		**100%**		**52.954**		**100%**	
	Gênero											
Homens	28.076		53,60%		25.929		52,90%		28.253		53,35%	
Mulheres	24.304		46,40%		23.089		47,10%		24.701		46,65%	
	Faixa etária											
	Homens		Mulheres		Homens		Mulheres		Homens		Mulheres	
Abaixo de 30 anos	9.497	33,83%	7.789	32,05%	9.002	34,72%	7.400	32,05%	9.893	35,02%	7.823	31,67%
Entre 30 e 50 anos	15.201	54,14%	14.288	58,79%	13.606	52,47%	13.372	57,92%	14.760	52,24%	14.296	57,88%
Mais de 50 anos	3.381	12,04%	2.227	9,16%	3.321	12,81%	2.317	10,04%	3.600	12,74%	2.582	10,45%
	Outros indicadores de diversidade											
	Homens		Mulheres		Homens		Mulheres		Homens		Mulheres	
Pessoas com deficiência	1.525	5,43%	942	3,88%	1.381	5,33%	854	3,70%	1.364	4,83%	846	3,42%
Negros*	7.166	25,52%	6.106	25,12%	7.631	29,43%	6.491	28,11%	9.627	34,07%	7.873	31,87%

Notas: para informações sobre a composição do conselho, acesse: <http://ri.viavarejo.com.br/governanca-corporativa/diretoria-e-conselhos/>.
* Negros: inclui pretos e pardos, de acordo com a classificação do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Além dessas ações, a Via Varejo assinou compromissos com a ONU Mulheres, a Coalização Empresarial pela Equidade Racial, o Movimento Mulheres 360, o Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+, a Coalização pelo Fim da Violência contra Mulheres e Meninas, o Manifesto Antirracista e o Selo Sim à Igualdade Racial.

Outra iniciativa importante nesse campo foi o lançamento do novo posicionamento da marca Casas Bahia, com o mote “Nossa Casa é o Brasil, Nossa Causa é o Brasileiro”, e do mascote CB, que têm foco na valorização da diversidade e da sustentabilidade.

A Companhia também deu início a um movimento dentro da área de TI para melhorar a acessibilidade digital dos seus *sites* e apps. Foi criada uma frente de trabalho específica para desenvolver soluções nesse sentido, que devem ser implementadas ao longo de 2021.

Número total de casos de discriminação ocorridos durante o período coberto pelo relatório

GRI 406-1

Casos de discriminação	2019	2020
Número total dos casos confirmados de discriminiação no período coberto pelo relatório	7	11
Planos de reparação estão sendo implementados	-	9
Planos de reparação foram implementados e seus resultados analisados por meio de processos rotineiros de análise de gestão interna	-	2
O caso não está mais sujeito a medidas corretivas	7	-
Total de casos de discriminação registrados	7	11

Nota: os dados de 2018 não estão disponíveis.

Em 2020, das 30 denúncias registradas no Canal de Denúncia relacionadas a casos de discriminação, 19 foram consideradas improcedentes, devido à ausência de evidências que confirmassem os fatos narrados ou à insuficiência de dados para apuração. Para os 2 casos considerados procedentes, foram recomendadas medidas disciplinares ao Jurídico por intermédio da equipe de Inteligência Preventiva. Outras 9 denúncias ainda estão em processo de apuração, para determinar se são procedentes ou não.

O aumento do número de denúncias em relação a 2019 pode estar relacionado ao fato de que os colaboradores estão mais conscientes de que o Canal de Denúncia é confiável, além de ter havido constante empenho da Companhia na sua divulgação por meio da comunicação interna.

Razão matemática do salário-base e da remuneração das mulheres em relação aos homens

GRI 405-2

Refletindo o contexto geral das empresas brasileiras, a Via Varejo ainda registra uma diferença salarial entre homens e mulheres em posições similares em todas as áreas da empresa, como mostra a tabela a seguir.

Quando se analisam separadamente as várias áreas da Via Varejo, que têm características muito diferentes umas das outras, como CDs, fábricas, lojas e setores administrativos, percebe-se que há algumas variações entre elas, mas, em todas, as diferenças são maiores no grupo de gestores do que no de não gestores. A Via Varejo está trabalhando no desenho de políticas específicas para lidar com essa e outras diferenças salariais identificadas.

	Matriz			Lojas			CDs			Fábrica		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Diretores	72,89%	74,37%	77,24%	72,15%	79,94%	*	77,31%	*	*	*	*	*
Gerentes	94,08%	91,39%	87,74%	77,34%	78,03%	80,49%	84,23%	83,99%	85,15%	*	73,98%	74,83%
Coordenadores	95,66%	93,78%	86,62%	73,26%	78,14%	76,16%	116,10%	106,11%	101,90%	*	*	*
Supervisores	98,42%	102,14%	100,65%	99,11%	104,00%	105,93%	89,79%	89,59%	90,82%	96,35%	93,60%	101,71%
Administrativos	79,18%	80,64%	73,63%	122,42%	92,88%	86,69%	88,79%	86,68%	86,31%	105,25%	93,79%	101,25%
Operacionais	82,42%	76,85%	72,59%	79,97%	80,34%	86,38%	75,39%	74,25%	77,18%	72,47%	70,62%	71,01%
Técnicos	80,32%	77,30%	81,47%	*	0,00%	0,00%	67,61%	70,39%	65,28%	*	*	69,46%
Comissionados	0,00%	0,00%	0,00%	109,06%	111,87%	99,12%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Aprendizes	99,62%	100,50%	95,87%	100,97%	99,71%	99,71%	100,01%	98,92%	100,53%	91,24%	86,17%	88,98%
Estagiários	99,82%	100,00%	100,00%	120,56%	100,64%	209,87%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	100,00%	0,00%

Notas:
* Cargos ocupados apenas por homens. Não há mulheres contratadas no período indicado.
• Razões 0,00% representam cargos não ocupados por homens nem por mulheres no período.

GRI 102-41

GRI 407-1

Todos os colaboradores da Via Varejo (100%) são cobertos por acordo de negociação coletiva, fechados com os sindicatos de cada categoria. As convenções coletivas de trabalho são negociadas conforme ritos legais, havendo assembleias (patronais e laborais) para esse fim. Os colaboradores são totalmente livres para se associar a um sindicato.

Karina Dias, área de Vendas

b. Clientes

GRI 102-6

O cliente está no centro de todas as iniciativas e ações da Via Varejo. É ele, inclusive, que determina o propósito da Companhia. Por isso, a empresa direciona grandes esforços para aprimorar continuamente seu relacionamento com os clientes e proporcionar a eles um atendimento de excelência e a melhor experiência de compra nas lojas físicas e nas plataformas digitais. O objetivo da Companhia é estar ainda mais presente em todos os momentos da vida dos clientes, com mais opções de produtos, formas de entrega e meios de pagamento, resultando num melhor relacionamento com as marcas.

Além do consumidor final dos produtos e serviços oferecidos nas lojas e nos *sites* próprios das suas marcas – cerca de 85 milhões de clientes em sua base de dados e mais de 14 milhões de usuários mensais ativos nos aplicativos –, a Via Varejo também considera como clientes os fabricantes e vendedores de sua plataforma de *Marketplace*.

Para atender com excelência seus clientes, a Companhia mantém um time com aproximadamente 170 colaboradores próprios e mais de 4 mil terceirizados, de três empresas parceiras (Atento, Teleperformance e Elife).

A Via Varejo oferece ainda um serviço de intermediação da relação entre o cliente e o fornecedor, disponível para determinados produtos do nosso portfólio, o Atendimento Domiciliar. Quando há algum problema em relação à qualidade de algum produto adquirido em lojas da Companhia, o cliente deve registrar a reclamação via Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC). A área de CRM então captura essa informação e inicia o processo de assistência. O fornecedor é acionado e agenda o atendimento domiciliar, no qual é acompanhado por um técnico da Via Varejo, de forma a contribuir com todo o suporte oferecido ao cliente.

Em 2020, para continuar oferecendo um atendimento de alta qualidade a seus clientes, a Via Varejo investiu tanto na abertura de novas lojas físicas, depois de passado o período inicial da pandemia, quanto na expansão das ferramentas digitais.

O movimento de expansão de lojas físicas teve início na Região Norte, no estado do Pará, onde foram inauguradas nove unidades. Embora o número de novas lojas abertas em 2020 tenha chegado a 23, o total diminuiu em comparação com 2019, já que a Companhia buscou otimizar a presença física em regiões onde havia redundâncias, com o fechamento de algumas unidades. A meta é manter um plano de crescimento, sempre pensando nas lojas como possíveis *mini-hubs*, que ofereçam o serviço Retira Rápido e estejam plenamente integradas com sua ampla malha logística.

No que diz respeito às ferramentas digitais, o banQi ampliou a quantidade de serviços oferecidos aos clientes, tornando-se 100% transacional: atualmente as contas possuem todas as funcionalidades disponíveis de transações financeiras do mercado, incluindo saques e depósitos gratuitos nas lojas da Casas Bahia e a gestão do seu crediário. Também permite fazer pagamentos e transferências via QRCode em milhares de estabelecimentos em todo o Brasil e realizar transações via PIX, o novo sistema de pagamentos do Banco Central. Além disso, conta com o apoio de todas as lojas Casas Bahia do país, que atuam como pontos de atendimento. Nas lojas, os clientes do banQi podem fazer depósitos e saques com horário de atendimento estendido, inclusive aos finais de semana.

Outro destaque foi a criação do serviço Me Chama no Zap, novo formato de vendas pela internet que digitalizou os vendedores das lojas físicas e humanizou a compra *on-line*. Idealizada para permitir que as equipes de vendas pudessem continuar trabalhando em casa, de forma segura, durante o período de isolamento social determinado para conter a disseminação da Covid-19, essa ferramenta possibilita a interação com os consumidores por meio de redes sociais. O Me Chama no Zap teve uma aceitação tão grande por parte dos clientes que virou *case* mundial no Facebook e representou em média 24% do faturamento de vendas *on-line*. Com a reabertura das lojas físicas, a ferramenta foi mantida, permitindo a utilização do tempo ocioso dos vendedores (quando não estejam atendendo clientes fisicamente) para comercializar produtos pela internet.

Além disso, para agilizar ainda mais o atendimento aos clientes e tornar mais fluida a jornada de compra nas lojas físicas, a Via Varejo lançou um novo aplicativo de vendas *mobile* da empresa, com a oferta de todos os produtos disponíveis no *site* da marca, incluindo itens de *Marketplace*. Por meio desse app, os vendedores podem consultar preços, produtos e formas de financiamento, dados dos clientes, informações sobre estoque e entrega e finalizar a venda, ao lado do cliente e em qualquer área da loja, sem a necessidade de ir até um dos terminais presentes na unidade.

Na área de Crédito, a Companhia lançou a solução de Crediário Digital (CDC Digital). Inicialmente destinado a 4,5 milhões de clientes, esse sistema amplia a oferta de crédito para novos clientes, de forma customizada, através do uso de dados, e envia o carnê direto para o banQi, tornando todo o processo mais ágil e prático para o consumidor – e mais sustentável, já que gera uma economia de cerca de 30 toneladas de papel por ano.

Para dar um fôlego a mais ao cliente durante a pandemia, a parcela do carnê que vencia em abril foi postergada para o final do parcelamento contratado. As parcelas podiam ser pagas em agências lotéricas, pelo aplicativo do banco do cliente e também pelo banQi, em que é possível transformar o carnê comum em digital pelo próprio app.

Atendimento ao Cliente

A Companhia também aumentou a oferta de canais de atendimento, que atualmente é feito por call center, chat, WhatsApp, aplicativos, banQi e pelas equipes das lojas, que são treinadas para orientar os clientes pessoalmente e acabam trazendo a percepção deles para os times de desenvolvimento de produtos. Foi feito ainda um reforço nas ferramentas de atendimento, em especial no autoatendimento no aplicativo e no *site*, bem como o investimento em uma nova unidade de resposta audível (URA), com tecnologia avançada e melhor visibilidade de gestão.

Outras ações de destaque no ano foram a realização do Projeto Unidade, que reforçou a equipe de atendimento ao cliente com mais de 500 colaboradores que atuavam em outras áreas da empresa *(ver detalhes sobre o projeto na página 27)*, a criação de uma nova diretoria, o estabelecimento de novas parcerias, a reestruturação dos indicadores da área, a internalização do time de crédito e a revisão dos prazos de reclamação.

Com isso, o atendimento ao cliente da Via Varejo conseguiu uma redução de 52% no *backlog* (todos os tipos de reclamações ou solicitações em aberto) e de 100% do *backlog* com mais de 20 dias.

170 profissionais
próprios e mais de **4 mil terceirizados** dedicados ao atendimento ao cliente na Via Varejo

Juciano Alberto da Silva Santos, área de Logística

c. Fornecedores

GRI 102-9 GRI 102-10 GRI 308-1 GRI 408-1 GRI 409-1 GRI 412-3 GRI 414-1

A Via Varejo conta com uma base amplamente diversificada de produtos e, em consequência, de fornecedores, com os quais mantém um bom relacionamento. Em 2020, a Companhia tinha 10.549 fornecedores cadastrados, localizados em todos os estados do Brasil e no Distrito Federal.

Os principais fornecedores diretos para a Via Varejo – com contrato permanente ou terceiros – são divididos em três grupos:

- **Lojas físicas –** Telefonia celular, móveis, eletrodomésticos e eletroeletrônicos.
- **Lojas *on-line* –** Telefonia celular, móveis, eletrodomésticos, eletroeletrônicos, itens de decoração, ferramentas, higiene pessoal, saúde e beleza, brinquedos e produtos automotivos, entre outros;
- **Outros fornecedores –** Transportadoras, consultorias de negócio e TI, serviços em geral e *e-commerce*.

No final de 2019, a Companhia vendeu sua frota própria de caminhões. Desde então, todo o transporte de produtos das marcas da Via Varejo é realizado por transportadores contratados e por meio da ASAPLog. A logística é coordenada pela área de Processos Logísticos e Transportes, responsável por assegurar os indicadores de desempenho dos prestadores de serviço conforme estabelecido nos contratos.

Por conta da natureza das suas operações, a Bartira tem uma classificação diferente. Os parceiros são divididos em:

- Fornecedores de matéria-prima (chapas de MDF).
- Fornecedores de acessórios (puxadores, dobradiças, colas, perfis, entre outros itens).

Todos os fornecedores, prestadores de serviços, *sellers*, transportadores da Via Varejo e demais terceiros passam pelo processo de *compliance*, em que são checadas 65 fontes de informação a respeito de integridade, imagem e regularidade com órgãos fiscais. Além disso, têm conhecimento do Código de Conduta Ética, comprometendo-se com as suas diretrizes ao assinar contrato com a Companhia, que possui uma cláusula geral padrão de *compliance*.

Além disso, dependendo do tipo de produto ou serviço que oferecem, os fornecedores devem apresentar certificações socioambientais, de forma a garantir que eles estejam em conformidade com todas as leis e regulamentações de seu setor, bem como com altos padrões de qualidade. Também é feita uma avaliação prévia do histórico reputacional de fornecedores sobre sua conformidade às legislações de áreas diversas, incluindo a ambiental e a trabalhista, em especial sobre irregularidades relacionadas à prática de assédio moral, sexual, e racismo, além da presença em listas restritivas de trabalho escravo e infantil, por meio da análise de notícias ou processos judiciais.

No caso dos fornecedores de serviços de segurança, os profissionais que atuam nas dependências da Via Varejo passam por cursos de formação e reciclagem, nos quais são desenvolvidos e atualizados os conhecimentos sobre conceitos e legislação de segurança privada, papel das empresas e dos representantes de classe, direitos, deveres e atribuições do vigilante, Direito (Constitucional e Penal), direitos humanos, combate à prática de racismo, relações humanas, atendimento adequado e prioritário às pessoas com deficiência. Adicionalmente, a pedido da Companhia, é realizado um treinamento anual sobre aspectos de uso da força, combate ao racismo e relações humanas.

Em 2020, 100% dos profissionais de segurança terceirizados receberam capacitação em temas relacionados a direitos humanos *(ver tabela)*.

100%

do pessoal de segurança terceirizado treinado em combate ao racismo e outros temas relacionados a direitos humanos

Pessoal de segurança capacitado em políticas ou procedimentos de direitos humanos

GRI 410-1

	2020		
	Nº de profissionais de segurança treinados em direitos humanos	Nº total de profissionais de segurança	Percentual
Terceirizado	1.031	1.031	100%

Notas:
- Dados históricos do indicador não disponíveis.
- Informações sobre trabalhadores próprios de segurança treinados em direitos humanos não disponíveis.

Os canais de relacionamento da Via Varejo com seus fornecedores são:

- Canal de Denúncia, acessível a todos os fornecedores e prestadores de serviços, por meio do endereço <https://www.canaldedenuncia.com.br/viavarejo/>;
- Portal de Antecipação de Fornecedores (VVPAG), para consulta de títulos a receber do fornecedor e solicitação de antecipação de títulos;
- plataforma de ressarcimento dos valores junto às transportadoras;
- SAP Ariba, para processo de compras indiretas (cotação, negociação e aprovação).

d. Meio ambiente (foco em economia circular)

Desde 2019, a Via Varejo segue os conceitos da economia circular de forma estratégica nas suas operações. A economia circular propõe uma redução na produção de resíduos até o ponto em que eles sejam completamente reintroduzidos no ciclo de produção e consumo. Isso deve ser feito diminuindo também as emissões dos processos de produção, distribuição e reciclagem e aumentando o uso de energia de fontes renováveis.

Ela se baseia em três princípios:

1. **Eliminar resíduos e poluição desde o princípio.**
2. **Manter produtos e materiais em uso.**
3. **Regenerar sistemas naturais.**

A gestão dos aspectos ambientais mais críticos na operação da Via Varejo está diretamente ligada a esses princípios. Os aspectos são: redução no consumo de energia pela organização, reciclagem de embalagens, origem da madeira utilizada na fábrica de móveis e descarte de produtos pós-consumo.

79 lojas abastecidas

com 100% de energia elétrica gerada por usina solar

Energia

A Via Varejo realiza uma série de iniciativas para redução do consumo de energia, como a disseminação de boas práticas e o desligamento programado das luzes e sistema de climatização após o horário comercial. Nas lojas, o sistema de iluminação utiliza modelos de lâmpadas mais eficientes, econômicos, com maior vida útil e menor custo de manutenção, proporcionando a redução do consumo de energia e aumentando o nível de iluminação – o que favorece uma melhor experiência do cliente.

Outra ação da Via Varejo neste campo é a compra de energia para lojas de média tensão no Mercado Livre de Energia. Além da redução de custos, a iniciativa favorece a utilização de fontes incentivadas, como usinas eólicas, de biomassa, solares e PCHs[1]. Como parte do seu plano de expansão, a Companhia chegou a 48 unidades migradas em 2019 e 61 unidades em 2020. Esse plano foi revisado durante o período e, com isso, a Via Varejo finalizará o ano de 2022 com mais de 150 unidades migradas. A meta é que, até 2025, 80% do consumo de média tensão seja adquirido de fontes renováveis.

Com foco na otimização de recursos, a Via Varejo também mantém uma plataforma para a gestão de faturas de água e energia. Essa ferramenta traz ganhos qualitativos em informação, confiabilidade e rastreabilidade dos dados, o que ajuda a Companhia a buscar e propor novas soluções de eficiência energética e gestão. A iniciativa faz parte do plano da Gestão de Energia da Via Varejo, que visa implantar modelos e processos baseados na ISO 50:001 e nos *Energy Management Information Systems* (EMIS).

A Via Varejo conta com uma usina solar em Minas Gerais, responsável por fornecer 100% da energia elétrica que abastece 79 lojas no estado. Além disso, em 2019, a Companhia concluiu a contratação de duas usinas solares para o Rio de Janeiro, que atenderá 57 filiais no estado e gerará aproximadamente 6 GWh. O início dessas operações está previsto para o primeiro trimestre de 2021.

Em 2020, em razão dos impactos da pandemia, que provocou o fechamento das lojas por alguns meses no ano e levou boa parte dos colaboradores a trabalhar em *home office*, o consumo de energia foi bem menor em comparação com o ano anterior.

Consumo de energia dentro da organização

GRI 302-1

Consumo de energia total

Tipo	2018	2019	2020
Combustíveis- Fontes não renováveis | Litros	439.190,52	670,05	2.698,51
Combustíveis- Fontes renováveis | Litros	299.681,86	598.155,63	333.413,69
Energia- Consumo | MW/h	221.631,58	192.791,04	159.941,10

Notas:
- O consumo de combustível considera apenas a conta de veículos leves operacionais no período de 1/1/2020 a 31/12/2020.
- O aumento no consumo de combustíveis – fontes não renováveis se deve ao crescimento no número de eventos de falta de energia elétrica na Matriz, sendo necessária a utilização de diesel no gerador.
- Não houve venda de energia dentro da Via Varejo em 2020.
- Os dados de consumo de energia da fábrica Bartira foram incluídos em 2018 e 2019.

Intensidade energética

GRI 302-3

Intensidade energética - Energia consumida dentro da organização - Eletricidade	Unidade de medida	2018	2019	2020
Consumo total de energia elétrica pela organização	MW/h	221.631,58	192.791,04	159.941,10
Área total	M²	6.014.155,03	6.047.502,97	7.784.674,92
Taxa de intensidade energética		**0,03685**	**0,03188**	**0,02055**

Notas:
- Foram incluídos na tabela os dados históricos da fábrica.
- Houve ajuste da unidade de medida padronizada em todos os indicadores de energia para MWH.

Redução no consumo de energia

GRI 302-4

Redução no consumo de energia

	2019	2020
Eletricidade | MW/h	-28.840,54	-32.849,94

Nota: dados históricos de 2018 não disponíveis.

1 Pequenas centrais hidrelétricas com potência inferior ou igual a 30.000 kW.

Emissões

No final de 2019, a Via Varejo vendeu todos os caminhões de sua propriedade. Desde então, não tem frota própria, contando com transportadores terceirizados para realizar a movimentação e a entrega de todos os produtos que produz e comercializa.

Também transformou seu processo de logística, descentralizando as entregas dos CDs para os *mini-hubs* e as lojas, além de utilizar a ASAPLog para a entrega na última milha, por meio de veículos mais leves, como carros, motos e bicicletas. Com isso, são necessárias menos viagens de caminhões para a entrega dos produtos aos consumidores, o que, além de reduzir custos e tempo com o processo de transporte, gera menos emissões de gases de efeito estufa.

A Via Varejo continua estudando a implantação de outras medidas para reduzir ainda mais suas emissões nos próximos anos, como o uso de veículos elétricos.

Emissões indiretas brutas de GEE (escopo 2)

GRI 305-2

	2018	2019	2020
Emissões indiretas brutas de GEE (escopo 2) | tCO_2e	423.752,64	376.069,76	291.632,64

Notas:
- Os dados finais completos e consolidados serão disponibilizados no Inventário de Emissões da Via Varejo.
- Para os dados históricos de 2018 e 2019, incluímos os valores de emissões das lojas, CDs e fábrica.

5 mil
toneladas de materiais enviados para reciclagem

Resíduos, reciclagem e logística reversa

GRI 306-1 GRI 306-2

REVIVA reciclagem viavarejo

Para dar a melhor destinação aos resíduos gerados por suas operações, há mais de uma década a Via Varejo mantém o REVIVA, maior programa de reciclagem do varejo no Brasil. Os resíduos recicláveis gerados nos escritórios, lojas e centros de distribuição, bem como as embalagens devolvidas pelos clientes durante a entrega dos produtos (logística reversa), beneficiam 250 famílias ligadas às 11 cooperativas parceiras que promovem a reciclagem desses materiais. Assim, a Via Varejo reduz os impactos ambientais das suas operações e, ao mesmo tempo, contribui para a geração de renda e a inclusão social dos cooperados.

Desde 2016, o programa vinha em fase de expansão para toda a sua operação, atingindo 100% de cobertura das lojas e CDs em 2018, um grande desafio logístico operacional, considerando a capilaridade das nossas lojas.

Com a implementação concluída, os esforços se voltaram para aumentar a aderência das lojas ao programa, que é um desafio educacional e de engajamento comum quando se trata de reciclagem. Assim, a Via Varejo chegou ao final de 2020, em meio a fechamentos e reaberturas de lojas, com 51% de aderência das lojas ao programa.

Em 2020, o REVIVA encaminhou para reciclagem mais de 5 mil toneladas de materiais, reduzindo assim a quantidade de lixo destinado a aterros, contribuindo para a reutilização de materiais e fomentando o trabalho das cooperativas parceiras que atuam no processo.

400 coletores
de eletroeletrônicos instalados nas lojas, o triplo do ano anterior

Logística reversa

Em 2020, a Via Varejo triplicou o número coletores de eletroeletrônicos usados nas suas lojas, em parceria com a Green Eletron, gestora de logística reversa desse tipo de produto. Com isso, atingiu um total de 400 coletores.

Com essa e outras iniciativas, como o REVIVA, já mencionado, a Companhia promoveu a destinação correta de toneladas de materiais após o consumo. Além disso, por meio do seu Departamento de Assistência Técnica (DAT), gerou cerca de R$ 506 milhões com a recuperação (revenda) de mais de 1 milhão de peças, contribuindo para o aumento da vida útil dos produtos, e mais de R$ 6,6 milhões com o envio de aproximadamente 24 mil peças para reciclagem e sucata.

A Via Varejo utiliza ainda, desde 2019, critérios de ecoeficiência na construção de novas lojas, considerando espaços dedicados ao REVIVA, aparelhos de ar condicionado com gases ecológicos, iluminação de LED, eficiência nos acionamentos hidráulicos e acessibilidade.

Materiais e resíduos

Como forma de reduzir ainda mais a geração de resíduos destinados a aterros sanitários, a Via Varejo também investe no uso de materiais renováveis na sua produção. A fábrica Bartira utiliza exclusivamente madeira certificada pelo FSC na produção dos seu móveis e usa quase três mil toneladas de papelão reciclado *(ver tabelas)*.

Além disso, a Companhia procura destinar seus resíduos para outras ações de recuperação além da reciclagem. Uma parte dos resíduos orgânicos, por exemplo, é destinada para uso em alimentação animal. Essa ação do centro de distribuição de São José do Pinhais (PR), em conjunto com o programa REVIVA, evitou o envio de aproximadamente 5,7 mil toneladas de resíduos para aterros em 2020. Já a borra de tinta é destinada para uma empresa que, depois de separar o solvente desse material, elabora um produto usado como base para a pintura de metais.

Os resíduos perigosos, por sua vez, são enviados a aterros especializados. Em 2020, a Via Varejo encaminhou cerca de 47 toneladas de resíduos perigosos, de classe I, que incluem água de bateria, lâmpadas, óleo, graxas, tintas, entre outros.

Materiais utilizados

GRI 301-1

Matérias-primas - Compra	2020
Materiais não renováveis utilizados	**Total**
Tintas | Litros	1.509.862,34
Materiais renováveis utilizados	**Total**
Madeira | M²	19.997.782,00
Materiais associados ao processo de produção - Compra	**2020**
Materiais não renováveis utilizados	**Total**
Cola | Kg	132.429,81
Corrediças metálicas | Pç	4.092.831,00
Fita | Metros	56.587.335,08
Kits ferragem | Pç	2.649.141,00
Pés/sapatas | Pç	3.854.801,00
Pistão | Pç	484.622,00
Puxador | Pç	7.703.177,00
Rodízios | Pç	208.568,00
Trilhos | Pç	224.096,00
Materiais renováveis utilizados	**Total**
Papelão | Unidade	4.201.818,00
Papelão | Metros	2.891.384,98
Embalagem plástica | Metros	7.826.944,27
Embalagem plástica | Unidade	247.073,00

Fonte: fábrica Bartira.
Notas:
- Dados históricos não disponíveis para o indicador.
- Não há mercadorias ou peças semimanufaturadas na fábrica Bartira.
- Os materiais utilizados para embalagem estão incluídos dentro dos materiais associados ao processo de produção.

Matérias-primas ou materiais reciclados utilizados

GRI 301-2

Percentual de matérias-primas ou materiais reciclados utilizados na fabricação de produtos	2020		
Materiais reciclados utilizados	**Total reciclado**	**Total de matéria-prima utilizada**	**Percentual**
Papelão | Metros	2.891.384,98	2.891.384,98	100%

Fonte: fábrica Bartira.
Nota: dados históricos não disponíveis para o indicador.

Resíduos gerados

GRI 306-3

Resíduos por composição, em toneladas métricas (t)	2020		
Composição dos resíduos gerados	**Resíduos perigosos gerados**	**Resíduos não perigosos gerados**	**Total**
Comum	0,00	3.344,32	3.344,32
Entulho	0,00	105,87	105,87
Sólidos contaminados	7,33	0,00	7,33
Água de bateria	40,48	0,00	40,48
Pilha	0,52	0,00	0,52
Isopor	0,00	83,94	83,94
Madeira	0,00	17.285,74	17.285,74
Óleo vegetal	0,00	6,65	6,65
Papel	0,00	351,35	351,35
Papelão	0,00	1.786,76	1.786,76
Plástico	0,00	456,61	456,61
Res. de óleo lubrificante	0,00	0,37	0,37
Sucatas metálicas	0,00	1.453,24	1.453,24
Sucata eletrônica	0,00	88,91	88,91
Vidro	0,00	105,41	105,41
Orgânico	0,00	22,90	22,90
Outros	0,00	11,08	11,08
Borra de tinta	57,70	0,00	57,70
Total	**106,03**	**25.103,14**	**25.209,17**

Nota: com a atualização da norma e mudanças na coleta da informação, não há histórico dos dados para 2018 e 2019.

Resíduos não destinados para disposição final

GRI 306-4

	2020		
	Fora da organização		
Resíduos não destinados para disposição por operação de recuperação, em toneladas métricas (t)	**Resíduos perigosos**	**Resíduos não perigosos**	**Total**
Preparação para reutilização	0,00	0,00	0,00
Reciclagem	0,00	5.649,47	5.649,47
Outras operações de recuperação	57,70	22,90	80,60
Compostagem	0,00	0,00	0,00
Total	**57,70**	**5.672,37**	**5.730,07**

Notas:
- Com a atualização da norma e mudanças na coleta da informação, não há histórico dos dados para 2018 e 2019.
- Os resíduos não destinados para disposição final são recuperados apenas fora da organização.

Resíduos destinados para disposição final

GRI 306-5

	2020		
	Fora da organização		
Resíduos destinados para disposição por operação de disposição, em toneladas métricas (t)	**Resíduos perigosos**	**Resíduos não perigosos**	**Total**
Incineração (com recuperação de energia)	0,00	15.953,78	15.953,78
Incineração (sem recuperação de energia)	0,00	0,00	0,00
Confinamento em aterro	0,00	3.476,98	3.476,98
Outras operações de disposição	48,33	0,00	48,33
Total	**48,33**	**19.430,76**	**19.479,10**

Notas:
- Para conversão de sacos de lixo para peso, é considerado o valor de 12,09 kg por saco, conforme estudo realizado em 5 filiais de diferentes tamanhos.
- Com a atualização da norma e mudanças na coleta da informação, não há histórico dos dados para 2018 e 2019.
- Os resíduos da Via Varejo são destinados para disposição final apenas fora da organização.

e. Comunidades de entorno

O relacionamento com a comunidade é realizado pela Fundação Casas Bahia, mantida pela Via Varejo e responsável pela avaliação e destinação do investimento social da Companhia.

A Fundação, que em 2021 completa 60 anos de existência, tem como propósito Fortalecer Comunidades, apoiando o que elas têm de melhor e estando junto de iniciativas de formação profissionalizante e estímulo à geração de trabalho e renda para jovens e microempreendedores. Atua de maneira coordenada e colaborativa em três frentes, visando impactar positivamente a sociedade:

a. Protagonismo jovem – Estimular o protagonismo dos jovens através do apoio a iniciativas de formação profissionalizante ou capacitação empreendedora, com o objetivo de incentivar a continuidade dos estudos e promover a transformação e o acesso ao mercado produtivo.

b. Engajamento social – Assistir as comunidades do entorno, atuando pela transformação social, seja através do estímulo ao voluntariado, seja pela ajuda humanitária, e agindo de forma rápida a situações de emergência.

c. Fomento ao empreendedorismo – Incentivar o empreendedorismo, através do apoio a iniciativas de capacitação e aceleração de empreendedores das periferias.

Em 2020, com o intuito de minimizar os impactos causados pela pandemia de Covid-19, a Fundação Casas Bahia fez uma adaptação significativa na sua forma de atuação para atender as necessidades emergenciais das comunidades com que se relaciona. Para isso, ampliou seu orçamento, registrando o maior investimento da sua história, com um valor 74% superior ao do ano anterior. Também expandiu sua atuação, pela primeira vez, para todo o território nacional.

Com isso, beneficiou diretamente mais de 411 mil pessoas e apoiou mais de 880 organizações sociais em 97 cidades do Brasil.

FUNDAÇÃO CASASBAHIA

74% de aumento no orçamento da Fundação Casas Bahia, o que representa o maior investimento da sua história

411 mil pessoas beneficiadas diretamente

Protagonismo Jovem

Neste pilar, a Fundação beneficiou mais de 4 mil jovens do Rio de Janeiro e de São Paulo, por meio do apoio a programas de formação profissionalizante e empreendedora desenvolvidos pelo Instituto PROA e pela organização Junior Achievement Rio de Janeiro.

Engajamento social

Em 2020, a Fundação teve um olhar diferenciado para este pilar, que é subdividido nas frentes de atuação de voluntariado e ajuda humanitária.

Através do programa Agente+, manteve o engajamento voluntário dos colaboradores da Via Varejo por meio de ações de apoio aos públicos mais impactados pela pandemia e proporcionou diversas ações remotas, com destaque para as mentorias, que representaram 25% das ações e engajaram 129 voluntários mentores, beneficiando mais de 600 jovens e empreendedores.

Em 2020, o programa teve 989 participações voluntárias em mais de 40 ações, beneficiando mais de 2.600 pessoas.

Na frente de ajuda humanitária, a Fundação agiu de forma rápida para contribuir com a minimização dos impactos da Covid-19 no país. Entre as principais ações realizadas, destacam-se:

- Doação de mais de 19 mil itens, entre mobiliários e insumos de proteção para organizações socias, hospitais e comunidades, incluindo 1.250 camas com colchões produzidas pela fábrica Bartira, atuando em parceria com a Fundação.
- Arrecadação recorde de mais de 1 mil toneladas de alimentos, com destaque para o apoio ao Projeto Fome de Música, em que a Fundação dobrou o total arrecadado pelo público, beneficiando mais de 344 mil pessoas atendidas por 739 ONGs e proporcionando mais de 5 milhões de refeições.
- Apoio ao Projeto Mães da Favela, realizado pela CUFA, beneficiando 8.700 mulheres que são arrimo de família com cestas básicas, cartões alimentação e chips de internet para apoio a elas e suas famílias.

Fomento ao empreendedorismo

Uma ação de destaque desta frente foi a realização do Fundo Emergencial Mulher Empreendedora (F.E.M.E), projeto inovador de doação direta de R$ 500 a 1.966 mulheres, que também beneficiou mais de 11 mil mulheres com capacitações *on-line*. A transferência dos recursos para as selecionadas foi feita por meio do banQi, que atuou como parceiro da Fundação na operação financeira dessa ação.

Apesar do impacto direto da pandemia nas atividades socioculturais, a Fundação também manteve seu apoio às redes do programa Casas Bahia na Comunidade, com a doação de alimentos, insumos de proteção, equipamentos tecnológicos e brinquedos para as crianças no Natal. Além disso, apoiou projetos emergenciais e ofereceu capacitação e mecanismos de financiamento para empreendedores, beneficiando diretamente 1.150 pessoas, por meio das iniciativas Aceleradora de Mulheres Empreendedoras de Impacto (A.M.E.I), Articuladora de Negócios de Impacto da Periferia (ANIP) e Fundo Periferia Empreendedora.

Para conhecer mais detalhes sobre os projetos e ações realizados pela Fundação Casas Bahia, consulte o relatório de atividades da instituição *(disponível em: <https://www.viavarejo.com.br/fundacaocasasbahia/>)*.

Operações envolvendo participação da comunidade local, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento

GRI 413-1

	2018	2019		2020
	%	%	Total	%
Número total de operações (cidades)			449	
Operações com programas para avaliação de impactos locais e/ou engajamento e desenvolvimento da comunidade (Total de cidades em que temos operações X cidades em que tivemos atuação com a comunidade)	0,7%	28,9%	97	21,6%
Por região				
Norte			12	200,0%
Nordeste			15	19,0%
Centro-Oeste			2	4,3%
Sudeste			66	26,1%
Sul			2	3,1%

Notas:
- A partir de 2020, a Via Varejo utilizará a métrica de total de cidades em que tem operações e cidades em que houve atuação com a comunidade para o cálculo da porcentagem do indicador, por região.
- O número apresentado contempla os programas Casas Bahia na Comunidade, Agente +, empreendedorismo, entre outros.

f. Investidores

A Via Varejo segue com um programa ativo de relações com investidores, atualizando a todos sobre a jornada de transformação pela qual a Companhia está passando. Além disso, é frequente a participação dos executivos da Companhia nos eventos públicos e institucionais

Em 2020, em razão da pandemia, os encontros presenciais foram substituídos por eventos virtuais para manter uma comunicação constante com os investidores e manter o nível de transparência da Companhia. O CEO e outros executivos da empresa participaram de *lives* com investidores e formadores de opinião para falar dos resultados e outros temas relacionados das decisões tomadas para o crescimento do negócio, sempre em conformidade com as regras aplicáveis ao mercado de capitais.

Também foi contratada uma nova liderança para a Diretoria de Relações com Investidores. O objetivo é reforçar a atuação da área, em alinhamento ao compromisso da Via Varejo de garantir total transparência aos investidores e ao mercado, segundo os mais elevados padrões de governança corporativa.

g. Sociedade

GRI 102-13

A Via Varejo mantém relacionamento com mais de 130 organizações da sociedade civil, entre governos, entidades setoriais, organizações não governamentais, academia, fundações, sindicatos, associações, entre outros. O principal objetivo desses relacionamentos é fazer com que as relações entre a Via Varejo e todos os atores da sociedade sejam sempre equilibradas e pautadas por interesses comuns. A Companhia também busca, através de iniciativas e parcerias com esses importantes *stakeholders*, encontrar maneiras de contribuir com o desenvolvimento dos ecossistemas em que atua.

Em 2020, a Via Varejo estreitou seu relacionamento com comunidades no entorno das suas lojas e escritórios e aproximou-se de diversas organizações e governos para contribuir, com seu conhecimento e sua estrutura operacional, com os esforços de mitigação dos impactos da Covid-19 sobre a população brasileira *(ver mais na página 40)*.

Também adquiriu uma participação na rede de desenvolvimento de *startups* DISTRITO – considerada o melhor *hub* de inovação do Brasil pelo Startup Awards 2020, da Associação Brasileira de Startups (ABStartups) –, contribuindo para o estímulo ao empreendedorismo e para o desenvolvimento tecnológico do país, além de viabilizar seus projetos de transformação e aceleração digital.

Premiações em 2020

banQi

Prêmio WHOW de Inovação 2020
Vencedor na categoria *E-commerce* e *Marketplace*.

Casas Bahia

Top of Mind – Folha de S. Paulo
Pela 15ª vez, na categoria Lojas de Móveis e Eletrodomésticos. É a única vencedora na história do prêmio nessa categoria.

Top Of Mind – A Tribuna
Na categoria Lojas de Móveis.

Pontofrio

Prêmio Marcas+ – Estadão
3ª lugar na categoria Lojas de Móveis e Eletrodomésticos.

Via Varejo

Latin Finance Awards 2020
Vencedora na categoria Deals of the Year da América Latina, pela operação de *follow-on* (emissão de ações) realizada em junho de 2020.

Prêmio Notáveis CNN 2020
Vencedora na categoria Inovação e Qualidade.

Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente
Vencedora na categoria Varejo – Eletroeletrônicos e Móveis.

Prêmio Respeito/Empresas que Mais Respeitam o Consumidor – Revista Consumidor Moderno
Vencedora na categoria Varejo de Eletrodomésticos e Eletroeletrônicos.

Prêmio Caboré – Meio & Mensagem
Categoria Profissional de Marketing, concedido a Ilca Sierra, líder da operação de marketing multicanal da Via Varejo.

Great Place to Work
Uma das melhores empresas para se trabalhar no setor de Varejo.

Prêmio Abemo
Vencedora na categoria Contact Center.

Desempenho financeiro

GRI 102-45

A TRANSFORMAÇÃO DA VIA VAREJO, INICIADA EM 2019, SE CONSOLIDOU EM 2020, MESMO DIANTE DOS DESAFIOS TRAZIDOS PELA PANDEMIA DE COVID-19, QUE ATINGIU O PAÍS COM MAIS FORÇA A PARTIR DE MARÇO. A ALTA ADMINISTRAÇÃO TOMOU RAPIDAMENTE UMA SÉRIE DE MEDIDAS PARA PRESERVAR A INTEGRIDADE FÍSICA E A SAÚDE DOS COLABORADORES E CLIENTES DA COMPANHIA, ENTRE ELAS O FECHAMENTO TEMPORÁRIO DE TODAS AS LOJAS FÍSICAS, E GARANTIR A CONTINUIDADE DAS OPERAÇÕES.

Para manter sua capacidade financeira e continuar honrando seus compromissos, a Via Varejo passou a explorar ao máximo o *e-commerce*, aproveitando sua plataforma de vendas omnicanal integrada. Também desenvolveu soluções inovadoras de relacionamento com os clientes, como a ferramenta Me Chama no Zap, e promoveu um alinhamento com os fornecedores da área de logística, para mitigar impactos nos serviços de entrega *(ver mais sobre esses temas nas páginas 6 e 34).*

Além disso, a Companhia implantou dois comitês extraordinários para dar mais agilidade às tomadas de decisão e à reação aos desafios decorrentes da pandemia; adotou medidas de preservação de caixa para ter os recursos necessários para suas operações durante a crise; e promoveu a otimização de estoque para fazer frente a uma eventual desaceleração da indústria ou redução de fornecimento.

Com essas ações, a Companhia conseguiu recuperar e, ao longo do ano, aumentar as vendas e melhorar sua liquidez financeira, o que fez com que voltasse a ser rentável, fechando o ano com resultado econômico-financeiro positivo.

Não obstante, neste momento, nem a Companhia nem sua administração conseguem prever ou estimar precisamente o impacto nos resultados futuros das operações, nos fluxos de caixa ou na condição financeira futura da Via Varejo, uma vez que a Covid-19 continua a afetar a atividade econômica mundial em geral e o desempenho do varejo brasileiro especificamente, representando novos riscos à empresa e a colaboradores, prestadores de serviço, fornecedores, clientes e outros parceiros de negócios. Por outro lado, com o início do plano nacional de imunização, é provável estimar uma melhora gradativa na atividade econômica brasileira no ano de 2021.

Entre os principais destaques de 2020, estão:

- Recorde de vendas na *Black Friday*, atingindo **R$ 3 bilhões** em vendas, o que representa um crescimento de **37%**.
- Valor bruto de vendas de **R$ 34,5 bilhões**, recorde histórico da Companhia, com quase 50% de participação de ferramentas digitais na geração das vendas.
- Geração de caixa de **R$ 1,8 bilhão**, comparado a um consumo de caixa em 2019.
- Lucro líquido de **R$ 1 bilhão**, revertendo prejuízo de **R$ 1,4 bilhão** do ano anterior.
- Aumento na receita bruta consolidada de **15,4%** em relação a 2019, atingindo **R$ 34,5 bilhões**.
- Crescimento de **29%** no lucro bruto consolidado, que foi de **R$ 9,5 bilhões**, representando uma margem bruta de **32,8%**.
- EBITDA ajustado de **R$ 2,9 bilhões** e margem EBITDA de **10%**, com aumento de **171%** em relação a 2019.
- Investimentos de **R$ 433 milhões**, direcionados principalmente para a evolução tecnológica e logística.
- Encerramento do 4º trimestre com caixa líquido de **R$ 4 bilhões**.
- Realização de operação de *follow-on* (emissão de ações) em junho de 2020, que resultou na captação de recursos de **R$ 4,5 bilhões**.

R$ milhões	4T20	4T19	Δ	2020	2019	Δ
Receita Bruta	**11.274**	**8.875**	**27,0%**	**34.458**	**29.848**	**15,4%**
Receita Líquida	**9.470**	**7.613**	**24,4%**	**28.901**	**25.655**	**12,7%**
Custo das Mercadorias Vendidas	**(6.535)**	**(5.352)**	**22,1%**	**(19.254)**	**(18.131)**	**6,2%**
Depreciação (Logística)	(43)	(46)	(6,7%)	(181)	(181)	(0,1%)
Lucro Bruto	**2.892**	**2.215**	**30,6%**	**9.466**	**7.343**	**28,9%**
Despesas com Vendas	(1.992)	(1.923)	3,6%	(5.892)	(5.564)	5,9%
Despesas Gerais e Administrativas	(410)	(388)	5,7%	(891)	(931)	(4,3%)
Resultado da Equivalência Patrimonial	12	15	(20,0%)	53	47	12,8%
Outras Despesas e Receitas Operacionais	(229)	(771)	(70,3%)	(386)	(1.235)	(68,7%)
Total das Despesas Operacionais	**(2.619)**	**(3.067)**	**(14,6%)**	**(7.116)**	**(7.683)**	(7,4%)
Depreciação e Amortização	(181)	(202)	(10,4%)	(731)	(702)	4,1%
EBIT - Lucro Operacional antes Impostos e Receita (Despesa) Financeiras	**92**	**(1.054)**	**(108,7%)**	**1.619**	**(1.042)**	(255,4%)
Receitas Financeiras	63	57	10,5%	422	192	119,8%
Despesas Financeiras	(134)	(242)	(44,6%)	(1.118)	(1.154)	(3,1%)
Resultado Financeiro Líquido	**(71)**	**(185)**	**(61,6%)**	**(696)**	**(962)**	(27,7%)
Lucro Operacional antes do I.R.	**21**	**(1.239)**	**(101,7%)**	**923**	**(2.004)**	(146,1%)
Imposto de Renda	315	364	(13,5%)	81	571	(85,8%)
Lucro Líquido (Prejuízo)	**336**	**(875)**	**(138,4%)**	**1.004**	**(1.433)**	**(170,1%)**
EBIT - Lucro Operacional antes Impostos e Receita (Despesa) Financeiras	**92**	**(1.054)**	**(108,7%)**	**1.619**	**(1.042)**	**(255,4%)**
Depreciação (Logística)	43	46	(6,7%)	181	181	(0,1%)
Depreciação e Amortização	181	202	(10,4%)	731	702	4,1%
EBITDA - Lucro Operacional antes da Depreciação e Receita (Despesa) Financeiras[1]	**316**	**(806)**	**(139,2%)**	**2.531**	**(159)**	**(1.691,7%)**
Outras Despesas e Receitas Operacionais	229	771	(70,3%)	386	1.235	(68,7%)
EBITDA Ajustado	**545**	**(35)**	**(1.656,9%)**	**2.917**	**1.076**	**171,1%**

% sobre Receita Líquida de Vendas	4T20	4T19	Δ	2020	2019	Δ
Lucro Bruto	**30,5%**	**29,1%**	**1,4 p.p.**	**32,8%**	**28,6%**	4,1 p.p
Despesas com Vendas	(21,0%)	(25,3%)	4,2 p.p.	(20,4%)	(21,7%)	1,3 p.p.
Despesas Gerais e Administrativas	(4,3%)	(5,1%)	0,8 p.p.	(3,1%)	(3,6%)	0,5p.p.
Resultado da Equivalência Patrimonial	0,1%	0,2%	(0,1 p.p.)	0,2%	0,2%	0,0 p.p.
Outras Despesas e Receitas Operacionais	(2,4%)	(10,1%)	7,7 p.p.	(1,3%)	(4,8%)	3,5 p.p.
Total das Despesas Operacionais	**(27,7%)**	**(40,3%)**	**12,6 p.p.**	**(24,6%)**	**(29,9%)**	5,3 p.p.
Depreciação e Amortização	(1,9%)	(2,7%)	0,7 p.p.	(2,5%)	(2,7%)	0,2 p.p.
EBIT - Lucro Operacional antes Impostos e Receita (Despesa) Financeiras	**1,0%**	**(13,8%)**	**14,8 p.p.**	**5,6%**	**(4,1%)**	**9,7 p.p.**
Resultado Financeiro Líquido	**(0,7%)**	**(2,4%)**	**1,7 p.p.**	**(2,4%)**	**(3,7%)**	1,3 p.p.
Lucro Operacional antes do I.R.	**0,2%**	**(16,3%)**	**16,5 p.p.**	**3,2%**	**(7,8%)**	11,0 p.p.
Imposto de Renda	3,3%	4,8%	(1,5 p.p.)	0,3%	2,2%	(1,9 p.p.)
Lucro Líquido (Prejuízo)	**3,5%**	**(11,5%)**	**15,0 p.p.**	**3,5%**	**(5,6%)**	**9,1 p.p.**
EBITDA	**3,3%**	**(10,6%)**	**13,9 p.p.**	**8,8%**	**(0,6%)**	**9,4 p.p.**
EBITDA Ajustado	**5,8%**	**(0,5%)**	**6,2 p.p.**	**10,1%**	**4,2%**	**5,9 p.p.**

(1) EBITDA, EBITDA Ajustado e EBIT não fazem parte da revisão realizada pela Auditoria externa.

Relatório de Asseguração Limitada dos Auditores Independentes

KPMG Assessores Ltda.
Rua Arquiteto Olavo Redig de Campos, 105, 6º andar - Torre A
04711-904 - São Paulo/SP - Brasil
Caixa Postal 79518 - CEP 04707-970 - São Paulo/SP - Brasil
Telefone +55 (11) 3940-1500
kpmg.com.br

Relatório de verificação limitada dos auditores independentes

Ao Conselho de Administração e Acionistas
Via Varejo S.A.
São Paulo - SP

Introdução
Fomos contratados pela Via Varejo S.A. ("Via Varejo" ou "Companhia") com o objetivo de aplicar procedimentos de verificação limitada sobre as informações de sustentabilidade divulgadas no Relatório Anual 2020 ("Relatório") acompanhadas a esse relatório, relativas ao exercício findo em 31 de dezembro de 2020.

Responsabilidades da administração da Via Varejo
A administração da Via Varejo é responsável pela elaboração e apresentação de forma adequada das informações de sustentabilidade divulgadas no Relatório Anual 2020 de acordo com os Standards para Relato de Sustentabilidade da *Global Reporting Initiative – GRI* e com os controles internos que ela determinou como necessários para permitir a elaboração dessas informações livres de distorção relevante, independentemente se causada por fraude ou erro.

Responsabilidade dos auditores independentes
Nossa responsabilidade é expressar conclusão sobre as informações divulgadas no Relatório, com base nos trabalhos de verificação limitada conduzidos de acordo com os Standards para Relato de Sustentabilidade da *Global Reporting Initiative – GRI* e com a metodologia desenvolvida globalmente pela KPMG para verificação de informações sociais e ambientais divulgadas em relatórios de sustentabilidade denominada KPMG Sustainability Assurance Manual – KSAM, aplicável para dados históricos não financeiros.

Essa metodologia exige o cumprimento de requisitos éticos, incluindo os de independência, e o trabalho também é realizado para fornecer verificação limitada de que as informações divulgadas no Relatório da Via Varejo, tomadas como um todo, estão livres de distorção relevante.

KPMG Assessores Ltda., uma sociedade simples brasileira, de responsabilidade limitada, e firma-membro da rede KPMG de firmas-membro independentes e afiliadas à KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça.

KPMG Assessores Ltda., a Brazilian limited liability company and a member firm of the KPMG network of independent member firms affiliated with KPMG International Cooperative ("KPMG International"), a Swiss entity.

informações de sustentabilidade tomadas em conjunto. Um trabalho de verificação limitada requer, também, a execução de procedimentos adicionais, quando o auditor independente toma conhecimento de assuntos que o levem a acreditar que as informações divulgadas no Relatório, tomadas em conjunto, podem apresentar distorções relevantes.

Os procedimentos selecionados basearam-se na nossa compreensão dos aspectos relativos à compilação, materialidade e apresentação das informações constantes no Relatório e de outras circunstâncias do trabalho e da nossa consideração sobre áreas e sobre os processos associados às informações materiais de sustentabilidade divulgadas no Relatório, em que distorções relevantes poderiam existir. Os procedimentos compreenderam:

a. planejamento dos trabalhos: consideração da materialidade dos aspectos para as atividades da Via Varejo, da relevância das informações divulgadas, do volume de informações quantitativas e qualitativas e dos sistemas operacionais e de controles internos que serviram de base para a elaboração do Relatório da Via Varejo. Esta análise definiu os indicadores a serem testados em detalhe;

b. entendimento e análise das informações divulgadas em relação à forma de gestão dos aspectos materiais;

c. análise dos processos para a elaboração do Relatório e da sua estrutura e conteúdo, com base nos Princípios de Conteúdo e Qualidade dos Standards para Relato de Sustentabilidade da *Global Reporting Initiative - GRI* (GRI - Standards);

d. avaliação dos indicadores não-financeiros amostrados:

- entendimento da metodologia de cálculos e dos procedimentos para a compilação dos indicadores por meio de entrevistas com os gestores responsáveis pela elaboração das informações;
- aplicação de procedimentos analíticos sobre as informações quantitativas e indagações sobre as informações qualitativas e sua correlação com os indicadores divulgados no Relatório;
- análise de evidências que suportam as informações divulgadas;

e. análise da razoabilidade das justificativas das omissões de indicadores de desempenho associados a aspectos e tópicos apontados como materiais na análise de materialidade da Companhia.

f. confronto dos indicadores de natureza financeira com as demonstrações financeiras e/ ou registros contábeis.

Acreditamos que as informações, as evidências e os resultados obtidos em nosso trabalho são suficientes e apropriados para fundamentar nossa conclusão na forma limitada.

KPMG Assessores Ltda., uma sociedade simples brasileira, de responsabilidade limitada, e firma-membro da rede KPMG de firmas-membro independentes e afiliadas à KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça.

KPMG Assessores Ltda., a Brazilian limited liability company and a member firm of the KPMG network of independent member firms affiliated with KPMG International Cooperative ("KPMG International"), a Swiss entity.

Alcance e limitações
Os procedimentos aplicados em um trabalho de verificação limitada são substancialmente menos extensos do que aqueles aplicados em um trabalho de verificação razoável. Consequentemente, não nos possibilitam obter segurança de que tomamos conhecimento de todos os assuntos que seriam identificados em um trabalho de verificação razoável, que tem por objetivo emitir uma opinião. Caso tivéssemos executado um trabalho de verificação razoável, poderíamos ter identificado outros assuntos e eventuais distorções que podem existir nas informações constantes no Relatório.

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

Conclusão
Com base nos procedimentos realizados, descritos neste relatório, nada chegou ao nosso conhecimento que nos leve a acreditar que as informações constantes no Relatório Anual 2020 da Via Varejo, não foram compiladas, em todos os aspectos relevantes, de acordo com os *Standards* para Relato de Sustentabilidade da *Global Reporting Initiative - GRI (GRI-Standards)* e com os registros e arquivos que serviram de base para a sua preparação.

São Paulo, 02 de março de 2021

KPMG Assessores Ltda.

Marcio Andrade Barreto
Sócio - diretor

KPMG Assessores Ltda., uma sociedade simples brasileira, de responsabilidade limitada, e firma-membro da rede KPMG de firmas-membro independentes e afiliadas à KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça.

KPMG Assessores Ltda., a Brazilian limited liability company and a member firm of the KPMG network of independent member firms affiliated with KPMG International Cooperative ("KPMG International"), a Swiss entity.

Notas sobre este relatório

GRI 102-45 GRI 102-46 GRI 102-48 GRI 102-49 GRI 102-50 GRI 102-51 GRI 102-52 GRI 102-53 GRI 102-54 GRI 102-56

AS INFORMAÇÕES CONTIDAS NESTE RELATÓRIO SE REFEREM ÀS ATIVIDADES DAS UNIDADES DA VIA VAREJO INSTALADAS NO BRASIL E SOBRE AS QUAIS A COMPANHIA DETÉM CONTROLE TOTAL, ENTRE 1º DE JANEIRO E 31 DE DEZEMBRO DE 2020. O DOCUMENTO FOI PREPARADO DE ACORDO COM OS STANDARDS GRI: OPÇÃO ESSENCIAL. É A PRIMEIRA VEZ QUE A VIA VAREJO UTILIZA A METODOLOGIA GRI PARA O REPORTE DE SEU DESEMPENHO – EM 2019, O RELATO FOI GRI-REFERENCIADO. OS DADOS AQUI RELATADOS SÃO VERIFICADOS POR UMA EMPRESA DE AUDITORIA EXTERNA, A KPMG.

O ciclo de emissão de relatórios da Companhia é anual. O relatório anterior da Via Varejo, com informações referentes ao ano de 2019, foi publicado em agosto de 2020. O conteúdo deste documento foi elaborado com base em entrevistas realizadas com os líderes das diversas áreas da Companhia e nos dados compilados e controlados por suas equipes.

As informações deste documento têm escopo diferente das de relatórios anteriores, uma vez que a Via Varejo publicava seu relato como parte do GPA. Desde 2019, as informações apresentadas passaram a incluir as operações de Casas Bahia, Bartira, Pontofrio e Extra.com.br.

A metodologia para coleta de informações para os indicadores foi mantida em 2020. Nos casos em que isso não aconteceu, foram inseridas notas explicativas.

Informações e dúvidas sobre este relatório devem ser encaminhadas para a área de Sustentabilidade.

E-mail: **sustentabilidade@viavarejo.com.br**

Relação com investidores
E-mail: **ri@viavarejo.com.br** | *Site*: *<https://ri.viavarejo.com.br>*

Índice GRI

GRI 102-55

Nível: Essencial

Indicadores obrigatórios	Link para a página onde a informação se encontra
1. Perfil da organização	
GRI 102: CONTEÚDOS GERAIS 2016	
GRI 102-1 Nome da organização	11
GRI 102-2 Atividades, marcas, produtos e serviços	9 e 11
GRI 102-3 Localização da sede	9
GRI 102-4 Localização das operações	9
GRI 102-5 Propriedade e forma jurídica	11
GRI 102-6 Mercados atendidos	9 e 33
GRI 102-7 Porte da organização	9
GRI 102-8 Informações sobre funcionários e outros trabalhadores	26
GRI 102-9 Cadeia de suprimentos	15 e 35
GRI 102-10 Mudanças significativas na organização e em sua cadeia de suprimentos	9 e 35
GRI 102-11 Princípio ou abordagem de precaução	18
GRI 102-12 Iniciativas externas	14
GRI 102-13 Afiliação a associações	14 e 41
2. Estratégia	
GRI 102-14 Declaração dos altos executivos responsáveis pela tomada de decisões	4 e 5
3. Ética e integridade	
GRI 102-16 Valores, princípios, padrões e normas de conduta	13 e 20
4. Governança	
GRI 102-18 Estrutura de governança	15
5. Participação das partes interessadas	
GRI 102-40 Lista de grupos de interesse	22
GRI 102-41 Acordos de negociação coletiva	32
GRI 102-42 Identificação e seleção de *stakeholders*	22
GRI 102-43 Abordagem para a participação das partes interessadas	22
GRI 102-44 Principais questões e preocupações mencionadas	22
GRI 102-45 Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas	43 e 47
GRI 102-46 Definição do conteúdo do relatório e cobertura do tema	47
GRI 102-47 Lista de tópicos relevantes	22
GRI 102-48 Reformulação de informações	47
GRI 102-49 Alterações no relatório	47
GRI 102-50 Período do relatório	47
GRI 102-51 Data do último relatório	47
GRI 102-52 Ciclo de emissão de relatórios	47
GRI 102-53 Ponto de contato para perguntas sobre o relatório	47
GRI 102-54 Declaração de preparação do relatório de conformidade com os padrões GRI	47
GRI 102-55 Índice de Conteúdo da GRI	48
GRI 102-56 Verificação externa	47

GRI 103: FORMA DE GESTÃO 2016

GRI 103-1 Explicação do tópico material e seu limite	22 e 23
GRI 103-2 Forma de gestão e seus componentes	23
GRI 103-3 Avaliação da forma de gestão	23

Indicadores Materiais — **Temas Materiais**

GRI 205: COMBATE À CORRUPÇÃO 2016

GRI 205-1 Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	19
GRI 205-2 Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção	19
GRI 205-3 Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	21

GRI 301: MATERIAIS 2016

GRI 301-1 Materiais utilizados, discriminados por peso ou volume	38
GRI 301-2 Matérias-primas ou materiais reciclados utilizados	38

GRI 302: ENERGIA 2016

GRI 302-1 Consumo de energia dentro da organização	36
GRI 302-3 Intensidade energética	36
GRI 302-4 Redução no consumo de energia	36

GRI 305: EMISSÕES 2016

GRI 305-2 Emissões indiretas (escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia	37

GRI 306: RESÍDUOS 2020

GRI 306-1 Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos	37
GRI 306-2 Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos	37
GRI 306-3 Resíduos gerados	38
GRI 306-4 Resíduos não destinados para disposição final	38
GRI 306-5 Resíduos destinados para disposição final	38

GRI 308: AVALIAÇÃO AMBIENTAL DE FORNECEDORES 2016

GRI 308-1 Novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais	35

GRI 404: CAPACITAÇÃO E EDUCAÇÃO 2016

GRI 404-1 Média de horas de capacitação por ano, por empregado	27 e 28
GRI 404-2 Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e de assistência para transição de carreira	27
GRI 404-3 Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira	28

GRI 405: DIVERSIDADE E IGUALDADE DE OPORTUNIDADES 2016

GRI 405-1 Diversidade em órgãos de governança e empregados	31
GRI 405-2 Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens	32

GRI 406: NÃO DISCRIMINAÇÃO 2016

GRI 406-1 Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas	31

GRI 407: LIBERDADE SINDICAL E NEGOCIAÇÃO COLETIVA 2016

GRI 407-1 Operações e fornecedores em que o direito à liberdade sindical e à negociação coletiva pode estar em risco	32

GRI 408: TRABALHO INFANTIL 2016

GRI 408-1 Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil	35

GRI 409: TRABALHO FORÇADO OU ANÁLOGO AO ESCRAVO 2016

GRI 409-1 Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo	35

GRI 410: PRÁTICAS DE SEGURANÇA 2016

GRI 410-1 Pessoal de segurança capacitado em políticas ou procedimentos de direitos humanos	35

GRI 412: AVALIAÇÃO DE DIREITOS HUMANOS 2016

GRI 412-3 Acordos e contratos de investimentos significativos que incluem cláusulas sobre direitos humanos ou que foram submetidos a avaliação de direitos humanos	35

GRI 413: COMUNIDADES LOCAIS 2016

GRI 413-1 Operações com engajamento, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento voltados à comunidade local	40

GRI 414: AVALIAÇÃO SOCIAL DE FORNECEDORES 2016

GRI 414-1 Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais	35

Créditos

Coordenação geral: Diretoria de Comunicação, Sustentabilidade, Diversidade e Relações Institucionais

Consultoria: Arbex & Company
Redação: Carmen Nascimento

Projeto gráfico, diagramação e infográficos: pslobo design

Fotos: Banco de imagens Via Varejo, Alexandre Buttibugli, Alexandre Cavalieri, Della Rocca Imagens, Gustavo Ribeiro e Guto Garrote

Sede da Via Varejo: Rua Samuel Klein, nº 83, Centro – São Caetano do Sul (SP), Brasil – CEP: 09520-010