

relatório
anual 2019



Índice

Capítulo Introdução

01	Mensagem da Administração	4
	Sobre o Relatório	6

Capítulo A B2W Digital

02	Quem Somos	9
	Diferenciais Estratégicos	22
	Foco no Cliente	23
	Combate à Covid-19	25
	Prêmios e Reconhecimentos	28

Capítulo Governança Corporativa

03	Panorama	30
	Liderança	34

Capítulo Desempenho Financeiro

04	Cenário	38
	Resultados	38

Capítulo Talentos

05	Nosso Time	42
	Atração	47
	Desenvolvimento	52
	Saúde e Segurança	56

Capítulo Impacto Positivo

06	Estratégia de Sustentabilidade	59
	Relevância Social	63
	Gestão Ambiental	74

Capítulo Anexos

07	Índice de Conteúdo GRI	81
	Mapa de Capitais	87
	Carta de Asseguração	88
	Créditos	91

01

Introdução

**INovação e crescimento
acontecem quando
pessoas diferentes
se encontram**



MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

GRI 102-4 | 102-7 | 102-10 | 102-14 | 102-15

Desde a sua criação (2006), a B2W Digital segue investindo nos pilares fundamentais do seu negócio. De 2007 até 2019, tivemos três importantes ciclos, que totalizaram R\$ 5,4 bilhões em investimentos (CAPEX) na Plataforma Digital e no desenvolvimento do e-commerce no Brasil, que ainda possui baixa penetração no varejo total, o que entendemos ser uma extraordinária oportunidade.

Os investimentos se concentraram em três grandes pilares: tecnologia, logística e gente. Construímos ao longo dos anos ativos únicos para operar e-commerce/*marketplace* no Brasil e também um time digital de primeira linha, com DNA de tecnologia e que respira inovação. Nosso time é a melhor combinação de gente jovem com experiência. As 13 aquisições de empresas, de tecnologia e logística, que realizamos entre 2013 e 2015, foram responsáveis também pela chegada de muitos talentos. Nos orgulhamos das integrações bem sucedidas e do alto índice de retenção dessas pessoas brilhantes. Atualmente, temos mais de 1.500 desenvolvedores construindo a B2W do futuro.

Nosso DNA de tecnologia permitiu que a Plataforma Digital fosse desenvolvida baseada em *cloud* e microserviços, viabilizando que o time esteja organizado em mais de 90 Squads e acelerando o GMV Total e o lançamento de novas frentes de crescimento, sendo o *marketplace* um excelente exemplo de negócio criado rapidamente a partir dessa arquitetura tecnológica.

O plano estratégico (2017-2019) teve como objetivos acelerar o crescimento do *marketplace* (3P) e gerar caixa. O *marketplace* saiu de um GMV de R\$ 2 bilhões em 2016 (18% do GMV Total) para R\$ 12 bilhões em 2019 (62% do GMV Total). Com a transformação do nosso modelo de negócios, a Companhia também atingiu uma expressiva evolução no fluxo de caixa, saindo de um consumo de R\$ 1,6 bilhão em 2016 para uma geração de caixa positiva de R\$ 190 milhões em 2019.

Nos últimos três anos, conectamos 42,1 mil sellers (saindo de 4,7 mil em dez/16 para 46,8 mil em dez/19), o que permitiu um crescimento exponencial no sortimento oferecido ao cliente, que totalizou 29,5 milhões de itens ao final de 2019 (+26,8 MM vs os 2,7 MM de dez/16).

Nesse período, lançamos também o B2W Entrega, plataforma que opera e controla as entregas do *marketplace*, reduzindo os prazos de entrega e o custo de frete em 50% (na média), totalizando uma adesão de 95% dos sellers ao final de 2019.

Da mesma forma, desenvolvemos diversos produtos e serviços financeiros para que os sellers possam seguir investindo em suas operações, como o desconto de recebíveis (solução nativa do B2W Marketplace) e o Crédito Seller, onde oferecemos empréstimos de maneira rápida, segura, simples e 100% online.

Com o rápido crescimento no número de sellers e do sortimento, nossa plataforma se transformou para oferecer soluções cada vez mais completas e escaláveis, com o objetivo de dar suporte aos sellers de acordo com suas diferentes necessidades. Atualmente, essas soluções se traduzem em mais de 230 milhões de requests por dia em nossas APIs, simplificando a operação dos sellers nas principais variáveis do negócio (produto, pricing, SAC, estoque, troca, reembolso, frete, entre outras).

Entendemos que o nosso modelo híbrido de Plataforma Digital (1P, 3P e Soluções Digitais) tem uma proposta de valor superior para todos. Queremos continuar sendo a melhor opção para Fornecedores e sellers, entregando tráfego robusto e qualificado e as melhores soluções para que continuem crescendo seus negócios conosco. Para o Cliente, queremos entregar a melhor experiência, por meio de um amplo sortimento e o melhor nível de serviço, com o máximo da conveniência.

Garantir o melhor nível de serviço da internet brasileira é prioridade e seguiremos oferecendo soluções completas para os sellers, estimulando o empreendedorismo e possibilitando, também, o surgimento de novas empresas e negócios formais no Brasil.

O ano de 2019 significou o encerramento de um ciclo muito importante e, em 2020, temos o início de um novo ciclo. No novo plano estratégico de três anos (2020-2022), temos o objetivo de seguir acelerando o crescimento (GMV Total) e continuar gerando caixa. Estamos ainda mais preparados e motivados para transformar a experiência do Cliente, oferecendo “Tudo. A toda Hora. Em qualquer lugar”, o que vai direcionar as nossas decisões para mantermos os Clientes atuais e atraímos novos Clientes.

A conveniência para os Clientes, endereçando as diferentes ocasiões de consumo, ditará o nosso ritmo de crescimento e será resultante do uso intensivo de dados, algoritmos e *analytics* para melhorar drasticamente a experiência dentro da Plataforma Digital. O foco será o de nos tornarmos ainda mais relevantes no dia a dia dos Clientes “Tudo. A toda Hora. Em qualquer lugar” se traduz em aumentar continuamente a oferta de produtos e serviços, melhorando e ampliando a nossa disponibilidade e entregando onde o cliente desejar. Nesse sentido, temos o objetivo de alcançar a marca de mais de 100 MM de itens, com mais de 150 mil sellers conectados, até o final de 2022.

A LET'S, plataforma de gestão compartilhada dos ativos de logística e distribuição do Universo Americanas e B2W, será responsável por encurtar a distância até o Cliente, reduzindo o prazo de entrega para minutos,

por meio da ampliação da malha logística para um total de 22 CDs até o final de 2022 (vs 18 CDs em dez-19) e da aceleração das iniciativas de O2O (*Online to Offline*).

A Ame, Fintech e Plataforma Mobile de Negócios de Universo Americanas e B2W, que simplifica a vida das pessoas e empresas, seguirá fidelizando e engajando os Clientes, expandindo sua rede de aceitação de forma orgânica e por meio de parcerias estratégicas (como fizemos com Linx, Vtex, Cielo, Stone, Mastercard, Banco do Brasil, entre outras). A Ame possui um *roadmap* de novas funcionalidades para a aumentar radicalmente a frequência de uso, se tornando um *one-stop-app*, essencial no dia a dia dos Clientes.

A Ame Flash, que conecta entregadores independentes, vai acelerar também as iniciativas O2O, principalmente por meio da modalidade de entrega “*ship from store*”. A aquisição das startups Pedala e Courri, especializadas em entregas rápidas e sustentáveis (em centros urbanos) com bicicletas foi um movimento estratégico para avançarmos nesse mercado.

Identificamos também grandes oportunidades de crescimento em categorias ainda com baixa penetração no mundo *online*. A aquisição do Supermercado Now nos permite entrar com velocidade, escala e expertise nesse tipo de categoria. A categoria de Supermercado, de alta frequência de compras, ampliará ainda mais o nosso sortimento e a conveniência para o Cliente.

Seguiremos avançando na nossa estratégia de sustentabilidade, reforçando nosso compromisso com a Agenda 2030 e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU). Somos signatários dos pactos voluntários de Empoderamento Feminino da ONU (WEPS), da Coalizão pela Equidade Racial e de Gênero e da Carta Empresarial pelos Direitos Humanos e Trabalho Decente.

Sabemos que ainda existem muitas oportunidades a serem desenvolvidas e estamos empenhados em fazer mais e melhor a cada dia.

Aproveitamos a oportunidade para agradecer ao nosso time pelo entusiasmo e dedicação. Fomos certificados pelo Great Place to Work (GPTW), um importante reconhecimento do esforço para seguir evoluindo e engajando o time para atingir metas cada vez mais desafiadoras, sempre com foco no cliente.

Agradecemos também aos nossos fornecedores pela parceria, aos vendedores do marketplace pela escolha da nossa plataforma, aos acionistas pela confiança e, principalmente, aos clientes pela preferência.

Marcio Cruz
CEO, B2W Digital

SOBRE O RELATÓRIO

GRI 102-54 | 102-50 | 102-52

Bem-vindos ao Relatório de Sustentabilidade da B2W Digital.

Em linha com nosso compromisso com o desenvolvimento sustentável, trazemos a público os principais destaques da nossa atuação entre 1º de janeiro e 31 de dezembro de 2019, nossos valores, cultura e as melhores práticas de gestão para seguirmos gerando valor a todos os nossos públicos e construindo o futuro da Companhia.

Introdução

01

Capítulo

Ainda na linha do aprimoramento para comunicar seu desempenho aos *stakeholders*, a Companhia adota, pelo sexto ano consecutivo, as diretrizes apontadas pela Global Report Initiative (GRI), no modelo global de indicadores para elaboração de relatórios de sustentabilidade. O GRI Standards, opção de adesão essencial, foi o conjunto de normas escolhido.

O Relatório também mostra ações alinhadas com os Princípios universais do Pacto Global e com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), iniciativa da Agenda Global, da Organização das Nações Unidas (ONU) no Brasil e no mundo.

Saiba mais em:
www.globalreporting.org



COMO LER ESTE RELATÓRIO?

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

GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI) STANDARDS

Construímos o relatório guiados pelos indicadores mundiais da Global Report Initiative (GRI), na opção de adesão essencial do GRI Standards e referenciamos com o símbolo GRI XXX-X os indicadores ao longo do conteúdo. Para facilitar a localização desses dados, na página 81 está o Índice de Conteúdo GRI, que explica cada indicador e mostra a localização no documento.

RELATO INTEGRADO

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



Natural



Financeiro



Manufaturado



Humano



Social e de
Relacionamento



Intelectual

Na página 87, o mapa de capitais aponta o local onde encontrar informações sobre cada capital. Saiba mais em:
<https://relatointegradobrasil.com.br>

OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (ODS)

Reafirmamos nosso compromisso com os princípios do Pacto Global e o apoio à Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas e inserimos, ao longo dos capítulos, ícones que mostram quais os principais ODS apoiados pelas práticas abordadas naquele conteúdo.

OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL



CONTEÚDO INSTITUCIONAL

Ao longo do relatório utilizaremos esta marcação para mostrar que o conteúdo dessa página é igual ao apresentado no Relatório Anual do Universo Americanas.

CONTEÚDO INSTITUCIONAL



Boa leitura!

Saiba mais sobre os temas relevantes (materiais) para a sustentabilidade da Companhia na Estratégia de Sustentabilidade, na página 60.

02

AB2W Digital



QUEM SOMOS

GRI 102-1 | 102-2 | 102-6 | 102-7 | 102-10 | 102-16

Fundada em 2006 e atuante no setor privado, a B2W é uma Companhia Digital, líder na América Latina e é a plataforma digital do Universo Americanas.

Nossa história se confunde com a própria história do e-commerce no Brasil.

Nosso propósito é conectar pessoas, negócios, produtos e serviços em uma mesma plataforma digital completa, que nos permite oferecer a excelência B2W em todo o ciclo da experiência do cliente do varejo digital, por meio de serviços de tecnologia, logística, distribuição, atendimento ao cliente e financiamento ao consumo.

PLATAFORMA B2W

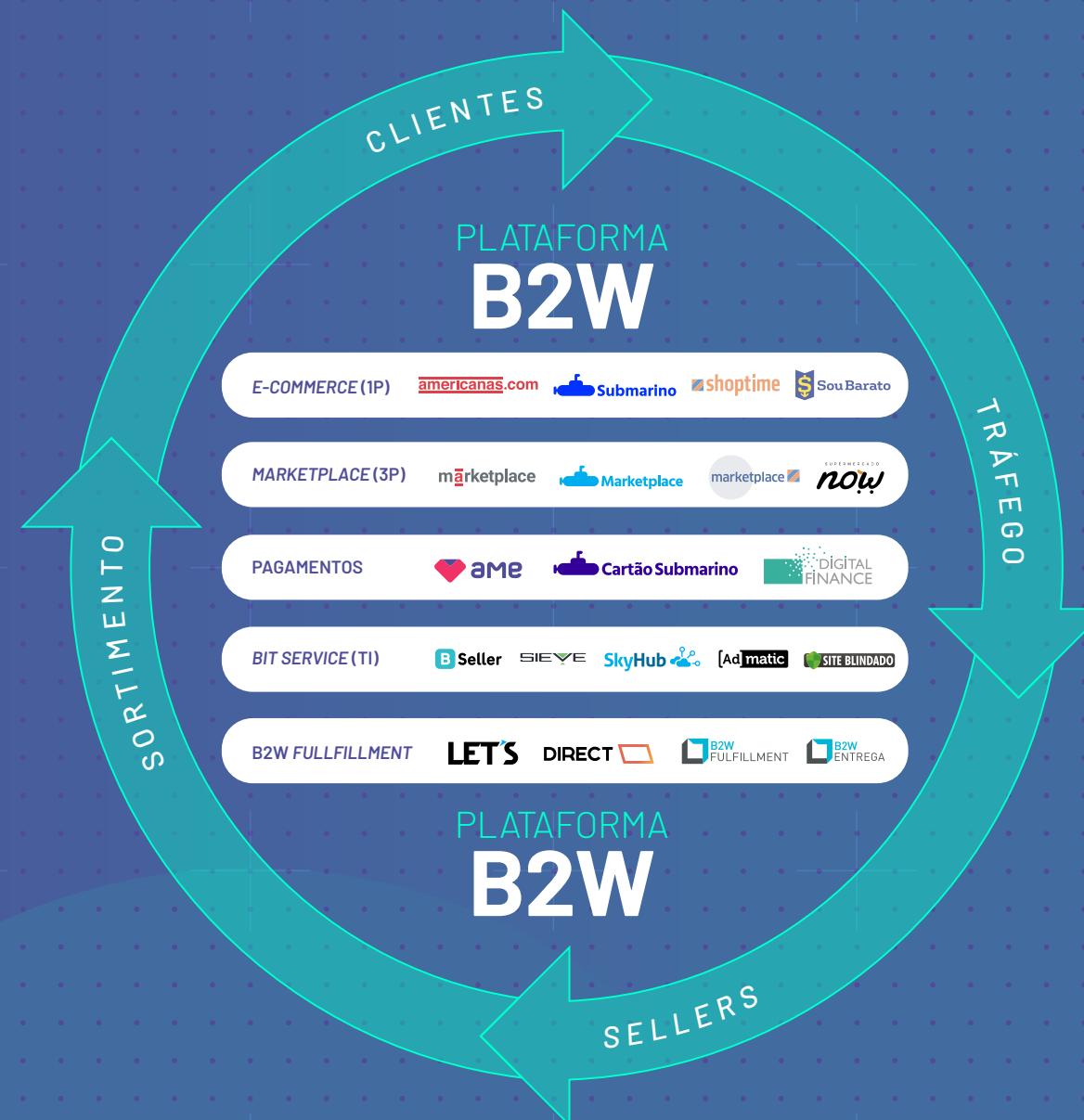
E-COMMERCE (1P)

MARKETPLACE (3P)

PAGAMENTOS

BIT SERVICE (TI)

B2W FULLFILLMENT



Missão

GRI 102-16

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

Visão

GRI 102-16

Estar mais próximo dos nossos clientes, nos tornando a maior e mais querida Companhia digital da América Latina.

Valores

GRI 102-16

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

E-COMMERCE

Atuamos no e-commerce com as maiores e mais queridas marcas da internet:

Diferenciais

Posicionamento



Produtos

americanas.com

Somos a maior e mais querida loja *online* do país com **mais de 29,5 milhões de produtos em mais de 40 categorias diferentes**. Fazemos questão de estar cada vez mais presentes na rotina de todos os brasileiros, sempre com preços justos e acessíveis.

Proporcionamos a melhor experiência de entrega para o cliente, com ampla integração O2O (*online to offline*), oferecendo produtos das mais de 1.700 Americanas e de parceiros do *marketplace*, com entrega no mesmo dia da compra. Também oferecemos milhões de produtos de todo o mundo com frete grátis para todo o Brasil, com a Americanas Mundo.

Além disso, atendemos também as empresas do país com condições exclusivas na nossa plataforma B2B, a Americanas Empresas.

Estamos sempre por perto, na loja física, no site ou no nosso app. Aqui tem tudo, pra todo mundo. Tudo, a toda hora, em qualquer lugar!



Marca 100% digital (*pure player*), leva inovação aos clientes com a curadoria de influenciadores digitais e oferece uma navegação ágil e personalizada, que potencializa a experiência do cliente. Tem a diversidade como principal causa, o que deixa claro em todo o site.

Referência em livros, *games*, tecnologia e entretenimento.

E-COMMERCE

Atuamos no e-commerce com as maiores e mais queridas marcas da internet:

Diferenciais

Posicionamento



Produtos



O Shoptime, referência em produtos para você e para sua casa, conta com o maior canal de *home shopping* da América Latina.

Com demonstração ao vivo de produtos, 24 horas por dia, leva aos clientes conteúdo e entretenimento, expandindo o universo feminino para empoderar mulheres de todas as idades, além de tornar a cozinha acessível para todos.

A marca cria também soluções práticas para tornar o dia a dia extraordinário por meio das marcas próprias exclusivas:

- **Casa & Conforto** (cama, mesa e banho)
- **Fun Kitchen** (eletroportáteis)
- **La Cuisine** (utilidades domésticas)



Outlet da Americanas.com, oferece produtos novos e apoia a sustentabilidade dando um novo destino aos produtos reembalados e usados.

+ de 22 mil itens

20 departamentos

Produtos reembalados (devolvidos por outro cliente e/ou com embalagem original danificada durante a distribuição).

Produtos usados (testados, reconfigurados e higienizados em perfeito funcionamento).

Descontos que chegam a 60%.

MARKETPLACE

GR1102-10

MODELO HÍBRIDO

Em 2019, concluímos nosso **Plano Estratégico**, iniciado em 2017, voltado à migração no modelo de negócios de vendas diretas (1P) para o modelo híbrido de plataforma digital (1P + 3P + Serviços). Nessa trajetória, em apenas cinco anos o *marketplace* (3P) já representa 64,2% do GMV total. Nossa base de *sellers** mais que dobrou, conectando 24,9 mil novos parceiros e chegando a 46,8 mil *sellers*.

Em março de 2019, iniciamos a operação de Cross Border (importação) Americanas Mundo, que permite aos clientes comprarem produtos de todas as localidades. A nova frente de crescimento do B2W Marketplace está em rápida expansão, com mais de 13,4 milhões de itens disponíveis aos clientes ao final do ano, além de ser responsável pelo item mais vendido na Black Friday.

Além do benefício de um sortimento diversificado para nossos clientes com a experiência de compra B2W, o *marketplace* também gera valor para os *sellers*, que passam a contar com a reputação de nossas marcas, um tráfego de clientes altamente qualificado para alavancar suas vendas, um time comercial experiente, a conveniência do B2W Entrega que faz o controle e operação das entregas e todos os demais serviços da plataforma B2W, apresentados a seguir.

*Outras empresas que vendem em nossos e-commerce de Americanas.com, Submarino e Shoptime.





46,8 mil
sellers

24,9 mil
novos em 2019



A Ame Digital, faz parte da família Ame e é a primeira iniciativa criada a partir da IF - Inovação e Futuro, o motor de inovação do Universo Americanas.

A Ame, *fintech* e plataforma *mobile* de negócios, pode ser usada em qualquer canal de venda do Universo Americanas e já está presente em mais de 1,7 milhão de estabelecimentos, gerando *cashback*, o que conquista o cliente e gera maior fidelização.

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

+ 15 MM
de transações

+ 35
funcionalidades

+ 6,5 MM
de downloads

1,7 MM
merchants
(Ame PLUS)

Fintech e Plataforma Mobile de Negócios

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

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



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

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

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

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

Entrega com Drones

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

Americanas Lockers

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

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

Logística

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



Bike Delivery

370 MIL

47 TON

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

de CO₂ deixaram de ser emitidas.

No final de 2019, a LET'S, plataforma de gestão compartilhada dos ativos logísticos do Universo Americanas e B2W, intensificou o investimento nessa modalidade de entrega após a aquisição das startups Pedala e Courri. Foram mais de 370 mil pedidos entregues de bicicleta nas cidades de São Paulo, Brasília e Rio de Janeiro, evitando a emissão de mais de 47 toneladas de CO₂.

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

LET'S

A LET'S é uma plataforma de gestão compartilhada dos ativos de logística e distribuição da B2W em conjunto com nossa controladora, Americanas, otimizando a integração das nossas operações na plataforma física e digital, por meio de um modelo flexível desde o recebimento do pedido do cliente até a entrega final, que nos traz importantes capturas de sinergia e a excelência na experiência do cliente.

02

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

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

OPERAÇÃO ROBUSTA

+41 MM

de entregas
por ano

+200 MM

abastecimentos
de lojas por ano

+5 mil

veículos de
entrega/dia

200 hubs

para auxiliar na
distribuição

MALHA EM EXPANSÃO

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

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

• Personalização do sortimento em cada região.

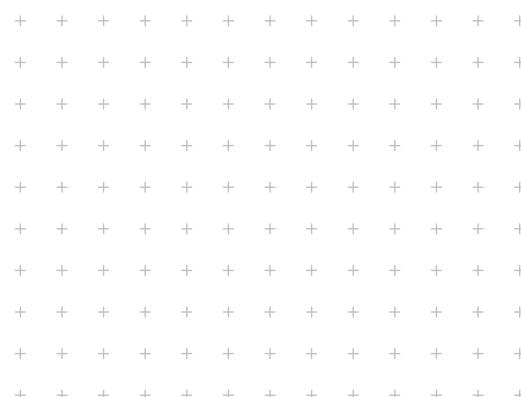




TUDO. A TODA HORA. EM QUALQUER LUGAR.

Este é o conceito que guia nossas iniciativas de O2O (*online to offline*) em que o cliente pode comprar em qualquer plataforma e receber o produto como for mais conveniente, elevando sua experiência de compra.

Em 2019, o uso de soluções O2O cresceu 153%, ultrapassando a marca de R\$ 2 bilhões em GMV. Conheça a seguir as principais possibilidades O2O.



LASA Seller

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



Pegue na Loja (*Click and Collect*)

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



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

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



Prateleira Infinita

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



LASA Entrega (*Ship from Store*)

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



O2O para sellers do B2W Marketplace

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



B2W ENTREGA

B2W Entrega

É uma plataforma que opera e controla as entregas do *marketplace*, oferecendo aos sellers cinco tipos de serviços:

02

B2W Fulfillment - armazenamento e entrega ao cliente, conta com 511 sellers conectados com estoques operados pela plataforma, o que garante menor prazo de entrega, valores de frete mais competitivos e, consequentemente, a melhor experiência de compra para o cliente, com todo o processo logístico operado com a excelência B2W.

Pick Up Grandes Operações - retirada do produto no Centro de Distribuição (CD) do seller + entrega ao cliente.

Direct Collect - retirada do produto no Centro de Distribuição (CD) do seller - Médios e Pequenos + entrega ao cliente.

Drop Off Hub - o seller entrega em um dos nossos *hubs* e nós fazemos a entrega ao cliente.

Drop Off Loja - o seller entrega em uma das Americanas e nós fazemos a entrega ao cliente.

O B2W Entrega atingiu mais de 44,6 mil sellers ao final do ano, representando 95,3% da base total e participando em mais de 75% dos pedidos realizados no marketplace.



Operação de distribuição da Direct.



PROMOTORA DE CRÉDITO

Oferecemos aos nossos clientes soluções de pagamento por meio da joint-venture de cartões de crédito da B2W e Cetelem. Em 2019, eram 3,3 milhões de cartões emitidos, considerando as quatro marcas de e-commerce (Americanas.com, Submarino, Shoptime e Sou Barato), com R\$ 4,5 bilhões em transações aprovadas, um crescimento de 17,0% em comparação a 2018.



CRÉDITO SELLER

Os sellers de nosso *marketplace* têm acesso a empréstimos de maneira rápida, segura, simples e 100% *online*, com opção de pagamento parcelado em até 24 vezes, ou pagamento integral em até 60 dias. Além disso, eles contam com pagamento estendido da primeira parcela em 30 ou 45 dias além do prazo de vencimento. O Crédito Seller também pode ser usado como meio de pagamento na contratação de nossos serviços de publicidade na plataforma B2WADS.

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



Por conhecermos o histórico de vendas dos sellers em nosso *marketplace*, conseguimos dar mais precisão à nossa análise de risco de crédito e oferecer uma nova fonte de financiamento mais vantajosa que as opções tradicionais do mercado.



Com acesso a recursos, os sellers podem investir mais em estoque, competitividade e publicidade, ampliando suas vendas em nosso *marketplace*.

BIT SERVICES

Resultado da aquisição de dez empresas de tecnologia, a BIT Services oferece soluções completas em diferentes segmentos tecnológicos para suportar as operações de nosso e-commerce e dos sellers do marketplace.

DIGITAL LABS

Contamos com quatro escritórios BIT (B2W Inovação e Tecnologia), inspirados nos maiores e melhores centros mundiais de inovação e empreendedorismo, que contam com mais de 1.500 engenheiros e nos posicionam no pioneirismo no uso de diversas soluções digitais e referência em iniciativas disruptivas, desenvolvendo projetos inovadores com as universidades de Harvard e MIT, que resultaram em artigos publicados junto à comunidade científica.

02

Os BITs têm conceito *open space* e espaços para reuniões informais, para eventos e troca de conhecimento, buscando criar um ambiente inspirador e colaborativo focado no desenvolvimento de novas tecnologias e soluções inovadoras.

A primeira unidade foi inaugurada em 2013, no Rio de Janeiro, reunindo os responsáveis pelo desenvolvimento dos nossos sites, da plataforma Mobile e de *Data Analytics*. Em 2014, inauguramos uma nova unidade em São Paulo, para acomodar os times responsáveis pela plataforma do marketplace e de um portfólio que compreende soluções como BSeller, SkyHub, entre outras. Em 2015, inauguramos o BIT Recife, no Porto Digital, uma das referências em tecnologia e inovação do Brasil, e abrimos o BIT Boston (US), estrategicamente posicionado entre o MIT e Harvard, universidades mundialmente conhecidas pela excelência em pesquisa, inovação, tecnologia e negócios.



Os BITs têm conceito *open space* e espaços para reuniões informais, para eventos e troca de conhecimento, buscando criar um ambiente inspirador e colaborativo focado no desenvolvimento de novas tecnologias e soluções inovadoras.



SERVIÇOS DIGITAIS

B2WADS

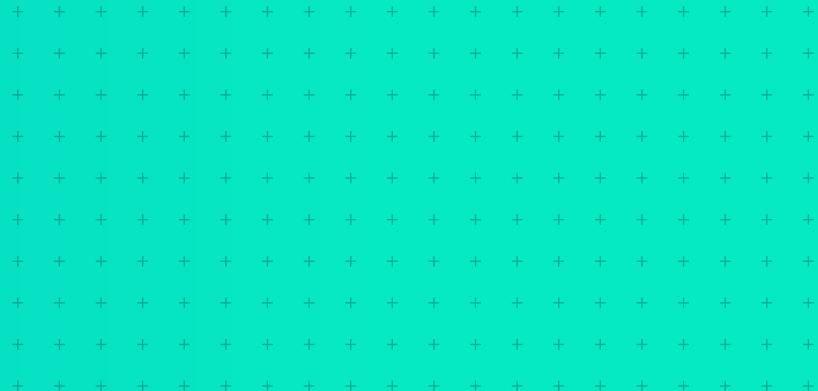
Soluções de publicidade para *sellers*, fornecedores, indústrias e agências darem destaque a produtos e marcas em toda a jornada de compra dos sites da B2W.

O serviço conta com um portifólio de formatos variados, que permite a adaptação do plano de mídia de acordo com as necessidades do cliente, seja fortalecer a marca, alavancar vendas ou a integração de *branding* e performance. Além de formatos ideais para impulsionar a visibilidade do negócio, o B2WADS usa inteligência de dados para criar segmentações assertivas, impactando o cliente certo, na hora certa.

02

Em 2019, seguindo as iniciativas do Universo Americanas de criar uma experiência de compra cada vez mais integrada para o cliente - como "Pegue na Loja", "Pegue na Loja Hoje" e "Ame Flash" - o B2WADS criou novas soluções de mídia que integram os ambientes *online* e *offline*. As ações consistem em ativações de mídia no site e lojas físicas Americanas e são pensadas de acordo com a estratégia do anunciante.

Além das inovações para atender às demandas do mercado, em 2019 o B2WADS estreitou o relacionamento com grandes marcas como Nestlé, Samsung, Dell, Colgate-Palmolive e Reckitt Benckiser, fechando o ano com um aumento de 161% na base ativa de anunciantes.



Esses fatores proporcionaram um crescimento de 117% da receita anual em relação ao ano anterior.



DIFERENCIAIS ESTRATÉGICOS

ATUAMOS EM UMA PLATAFORMA COMPLETA

Nos últimos anos, investimos fortemente em Tecnologia e Logística, integrando nossas plataformas de negócio e criando uma sólida infraestrutura e vantagem competitiva, que nos permite uma estrutura multicanal, multinegócios e multimarcas para atender o cliente de forma simples, rápida e eficaz.

Conheça nossa plataforma na página 9.

COMPROMETIDA COM A EXCELÊNCIA

Contamos com o time digital mais bem sucedido do Brasil e fortes programas de recrutamento, seleção e treinamento, que garantem a continuidade do nosso elevado padrão de excelência para suportar os desafios de crescimento e alcançar metas cada vez mais desafiadoras.

Conheça o que nos faz ser uma empresa certificada com o selo “Great Place to Work 2020” na página 42.

COM GRANDE VARIEDADE DE PRODUTOS

Nossas plataformas de e-commerce Americanas.com, Submarino e Shoptime são as maiores e mais queridas marcas da internet. Combinando as vendas diretas e os produtos dos sellers em nosso marketplace, oferecemos um vasto sortimento de produtos, com 29,5 milhões de itens em mais de 40 categorias.

Também apoiamos nossos clientes com serviços de cartão de crédito e soluções completas em tecnologia e logística para os sellers.

Conheça nossa oferta completa na página 11.

GARANTINDO A MELHOR EXPERIÊNCIA DE COMPRA

Temos o foco no cliente e em sermos cada vez mais relevantes em seu dia a dia.

TUDO. A TODA HORA. EM QUALQUER LUGAR.

Essa é a proposta de valor que trabalhamos incansavelmente para entregar aos nossos clientes, por meio de um processo simples de compra, de uma entrega rápida e eficaz e de um melhor serviço de atendimento.

Conheça nossas ações para satisfação do cliente na página 17.

FOCO NO CLIENTE

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

Queremos ser cada vez mais relevantes na vida dos nossos clientes, integrando inovação a serviço das pessoas com um único objetivo: melhorar a experiência dos mais de 16 milhões de clientes ativos em toda sua jornada com a gente, garantindo uma experiência de compra *online* de excelência.

Anteriormente, você pôde conhecer as iniciativas para ampliar nossa oferta de produtos e atuar com maior eficiência e excelência. A seguir, apresentamos os principais avanços no relacionamento e atendimento ao cliente para que essa oferta tenha a excelência B2W.

CONHECENDO O CLIENTE

INTELIGÊNCIA DE DADOS

Avançamos em nossa capacidade de analisar dados para entender o cliente, principalmente no que diz respeito às diferentes segmentações de comportamento. Com essa visão mais individualizada, podemos direcionar ações de marketing mais personalizadas para cada tipo de cliente, em cada momento do seu relacionamento.

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

DIÁLOGO E PROXIMIDADE

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



8,2

Nossas marcas foram mais uma vez referência em atendimento ao cliente e alcançaram os níveis mais altos de avaliação do Reclame Aqui, com nota média de 8,2, acima da média de 7,2 dos concorrentes.

74,9%

Adicionalmente, 74,9% dos clientes que registraram reclamações indicaram que voltariam a comprar nas marcas da B2W, enquanto apenas 56,1% dos clientes voltariam a comprar nos sites dos concorrentes.

88,5%

Com relação ao índice médio de solução das marcas, a B2W apresenta um índice de 88,5% no site Reclame Aqui, enquanto os concorrentes registram um índice de 79,9%.

79

Reflexo da qualidade do atendimento no canal, pelo sétimo ano consecutivo, a Americanas.com conquistou o prêmio “Época – Reclame Aqui”.

NOVAS POSSIBILIDADES

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

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

Também passamos a oferecer o *chat offline* para que os sellers se comuniquem com os clientes. Dessa forma, reduzimos a taxa de mediação em mais de 90% nos atendimentos aos clientes e sellers do marketplace.

Com isso, reduzimos o volume de casos em que a B2W tem que realizar mediação do atendimento, solucionando os contatos do cliente diretamente pelos sellers com mais agilidade e conveniência, melhorando a experiência do cliente.

B2W PARA TODOS

Em novembro, os sites da B2W Digital - Americanas.com, Submarino, Shoptime e Sou Barato se tornaram acessíveis para pessoas com deficiência auditiva, visual e motora, com a utilização das ferramentas *Hand Talk* e *Essential Accessibility*. Na prática, os sites podem ser lidos em linguagem de sinais, com o Hugo, em voz alta (para deficientes visuais), e apenas com o movimento dos olhos (para deficientes motores).

* Ao longo do texto, sempre que citamos os "associados", estamos nos referindo aos colaboradores da B2W Digital.



AVANÇOS NO ATENDIMENTO

Ao longo do ano também trabalhamos com atenção para melhorar cada vez mais nosso atendimento ao cliente. Criamos um novo modelo operacional, que tem como premissa o acolhimento humanizado do problema do cliente e a resolutividade máxima nos contatos. Criamos também a UniverSAC para capacitar nosso time de atendimento em habilidades comportamentais desejadas para esse novo modelo.

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

SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO

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

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

COMBATE À COVID-19

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

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

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

- **AJUDAR PESSOAS**

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

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

- **OTIMIZAÇÃO DAS OPERAÇÕES**

Mantivemos nossas plataformas (física e digital) em funcionamento, para ajudar na distribuição de produtos e serviços essenciais à população, sempre observando a legislação estabelecida em cada região. Na plataforma

digital, lançamos a campanha #OQueVocêPrecisaAgora ampliando a visibilidade de itens essenciais e estruturando a navegação nos sites e apps para melhorar a experiência de compra do cliente.

- **SÓLIDA GESTÃO DE CAIXA**

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

- **COMUNICAÇÃO E COLABORAÇÃO**

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

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



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



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



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



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



10 milhões de máscaras para proteção de associados e clientes;



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



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



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



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



juntos somos mais solidários

A B2W Digital
02
Capítulo

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

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

APOIO AOS COMÉRCIOS DE PEQUENO PORTE

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

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



PRÊMIOS E RECONHECIMENTOS

B2W DIGITAL

- ★ Selo Verde, conquistado no Prêmio Socioambiental Chico Mendes, pelo sexto ano consecutivo, com o case Grafitarte (saiba mais na página 71).
- ★ Uma das empresas mais sustentáveis do país pelo Guia Exame de Sustentabilidade.
- ★ 1º lugar na categoria "Maiores do E-commerce" do ranking das 300 Maiores Empresas do Varejo Brasileiro da Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC).
- ★ 1º lugar na categoria "Omnicanalidade" do Prêmio LIDE de Varejo, Consumo e Shopping Center.
- ★ Selo de qualidade do Prêmio do PROCON-RJ.
- ★ 1º lugar no ranking TOP 500 E-Retailers in LATAM do Internet Retailer.
- ★ Destaque no Prêmio Época Reclame Aqui 2019, pelo 7º ano consecutivo:
 - 1º lugar na categoria "E-Commerce - Grandes Operações": Americanas.com; e
 - 1º lugar na categoria "Cartões de Crédito - Co-branded": Cartão Americanas.

AMERICANAS.COM

- ★ Loja Diamante Mais Querida pelo E-Bit.
- ★ 1º lugar na categoria "Sites de Compras" do ranking Marcas dos Cariocas do jornal O Globo.
- ★ 1º lugar na categoria "Vendas Online" do ranking Marcas Mais do Estadão.
- ★ 1º lugar na categoria "Varejo Online Tradicional" do ranking Melhores Serviços do Estadão.
- ★ 1º lugar nas categorias "Telefonia", "Eletrônicos e Informática", "Eletrodomésticos e UD", e loja que faz a melhor Black Friday do Brasil do prêmio Black Friday de Verdade da Proxy Media e E-commerce Brasil.
- ★ 1º lugar na categoria "E-commerce" no ranking Marcas Mais Amadas do Grupo Padrão.

SHOPTIME

- ★ 1º lugar na categoria "E-Commerce - Médias Operações".

DIRECT

- ★ 1º lugar na categoria "Logística e Transportes".

03

Governança Corporativa



PANORAMA

GRI 102-5 | 103-1 | 103-2 | 103-3

Somos uma Companhia de capital aberto e negociamos nossas ações no Novo Mercado da B3 - Brasil, Balcão.

Nosso capital social é composto por 523.229.262 ações BTOW3, exclusivamente ordinárias, sendo 61,42% detidas pela nossa controladora Lojas Americanas S.A.

As ações BTOW3 fecharam 2019 valendo R\$ 62,86 cada, o que fez com que o valor de nossa Companhia chegassem a R\$ 32.890.191.409.

Em 2019 realizamos um aumento de Capital de R\$ 2,5 bilhões, com a emissão privada de 64.102.565 novas ações ordinárias, que contou com a adesão de 100% dos acionistas da Companhia. A Lojas Americanas S.A. participou com R\$ 1,6 bilhão e os acionistas minoritários aderiram com R\$ 935,5 milhões.

O aumento de capital melhora nossa estrutura de capital, mantendo o compromisso de geração de caixa, e permite que a Companhia siga investindo na plataforma digital e acelerando o seu crescimento, por meio de um ecossistema completo de soluções (saiba mais na página 9).



Conheça também a governança da nossa controladora, Lojas Americanas S.A., no relatório de sustentabilidade do Universo Americanas: <https://ri.lasa.com.br/informacoes-financeiras/relatorios-anuais-trimestrais/4t19-divulgacao-de-resultados>



As ações BTOW3 fecharam 2019 cotadas a R\$ 62,86, valorização de 51,34% no período. O valor de mercado atingiu R\$ 32,9 bi, evolução de R\$ 13,7 bi em relação ao ano anterior.



MELHORES PRÁTICAS

Nossa presença no Novo Mercado significa que adotamos as melhores práticas de governança corporativa estabelecidas pela bolsa. O novo Mercado é um segmento especial de listagem que exige práticas que vão além da legislação, como:

- Ter somente ações ordinárias, todas com direito de voto nas Assembleias Gerais;
- Distribuir aos acionistas dividendo mínimo de 25% do lucro líquido ajustado do ano;
- Mandato unificado dos membros do Conselho de Administração de no máximo dois anos;
- Assegurar que as ações da B2W, representativas de, no mínimo, 25% do capital total, estejam em circulação;
- Conceder *tag along* de 100% a todos os acionistas em caso de alienação do controle acionário da Companhia, o que garante aos minoritários as mesmas condições de venda (preço da ação) dos controladores; e
- Realizar, pelo menos uma vez ao ano, reunião pública com analistas e outros interessados para apresentar seu desempenho, projetos e perspectivas.

Nossas ações são listadas no ITAG – Índice de Ações com Tag Along Diferenciado, composto de ações de empresas que oferecem as mesmas condições aos acionistas minoritários, em caso de troca de controle. Também fazemos parte de outros importantes índices que atestam a solidez de nossa gestão e resultados, como o Ibovespa, IBrX 50, ISE, Icon, IGC, IVBX-2, MSCI e FTSE Russell.

O que nos guia

A ética, a transparência, a responsabilidade e a boa governança, pilares transversais a todo nosso modelo de negócios, são fundamentais ao nosso desenvolvimento sustentado.

Por isso, contamos com princípios e compromissos sólidos, publicamente divulgados a toda a sociedade, e trabalhamos continuamente para manter nossa cultura alinhada a esses orientadores.

A seguir, apresentamos nossas principais políticas que orientam não só a B2W Digital, mas todo o Universo Americanas, garantindo assim a padronização e alinhamento estratégico de todo o grupo.

CÓDIGO DE ÉTICA E CONDUTA

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

Define as responsabilidades dos associados, como representantes da Companhia, e apresenta a todos as regras primordiais para uma atuação de acordo com nossos princípios e valores, preservando a credibilidade, a imagem e a reputação da Companhia.

São diversos temas abordados, apresentados a seguir, buscando exaurir exemplos em que o colaborador pode confrontar dilemas éticos e orientando a conduta a ser adotada:

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

O Código está publicamente disponível em nosso site:

<https://ri.b2w.digital/governanca-corporativa/codigo-de-etica-e-conduta>

OUTRAS POLÍTICAS E ORIENTADORES

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

Política de Gestão de Riscos

Com objetivo de estabelecer princípios, diretrizes e responsabilidades a serem observados internamente, contamos com uma robusta política de gestão de riscos, que abrange assuntos como: corrupção, meio ambiente e social. Esta política aplica-se à Companhia e a suas controladas, bem como a todos os associados, gerentes, diretores estatutários e não estatutários, membros do Conselho de Administração, membros de comitês, membros do Conselho Fiscal, quando instalado, representantes e terceiros, direta ou indiretamente relacionados com a Companhia e suas controladas.

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

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

Para acessar a nossa política de Gestão de Riscos, acesse:
<https://static.b2wdigital.com/upload/politicas/00003091.pdf>

ENGAJAMENTO

GRI105-2|205-3|208-1

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

Em 2019, todos os associados foram comunicados sobre o tema em diversas campanhas.

Também contamos com uma área de Riscos Corporativos, dentro da estrutura de Auditoria e Riscos, que estabelece as regras para mitigação dos riscos de corrupção, e promove o monitoramento.

Reflexo do compromisso de todos com a ética nas operações, em 2019 não houve nenhuma ação judicial por concorrência desleal e nenhum caso de corrupção registrado.

**DENÚNCIAS**

GRI102-17

Em 2019, terceirizamos o canal de denúncias, que passou a ser gerido por uma empresa especializada e independente, com funcionamento 24 horas por dia e sete dias por semana.

Qualquer pessoa de dentro ou de fora da Companhia pode fazer denúncias sobre casos envolvendo representantes da Companhia que contrariem as leis ou o nosso Código de Ética e Conduta, com garantia de sigilo e possibilidade de acompanhamento da avaliação e tratativa do seu relato. Os casos são investigados e têm as tratativas definidas por uma área imparcial e independente.

Conheça o canal em:
www.canaldedenuncias.com.br/lasaeb2w

LIDERANÇA

GRI 102-18

CONSELHO E DIRETORIA



Conselho de Administração

Eleito pela Assembleia Geral de Acionistas, com mandato de dois anos, permitida a reeleição, e no máximo quatro representantes do acionista controlador.

03
Capítulo
Sete membros, sendo 42,9% independentes e 57,1% representantes da Lojas Americanas S.A.

Anna Christina Ramos Saicali
Presidente

Celso Alves Ferreira Louro
Conselheiro (Efetivo)

Jorge Felipe Lemann
Conselheiro (Efetivo)

Luiz Carlos Di Sessa Filippetti
Conselheiro Independente (Efetivo)

Mauro Muratorio Not
Conselheiro Independente (Efetivo)

Miguel Gomes Pereira Sarmiento Gutierrez
Conselheiro (Efetivo)

Paulo Antunes Veras
Conselheiro Independente (Efetivo)



Diretoria

Eleita pelo Conselho da Administração, com mandato de três anos e reeleição permitida.

Marcio Cruz Meirelles
Presidente

Anna Christina da Silva Sotero
Diretora Comercial

Carlos Eduardo Rosalba Padilha
Diretor Operacional

Carlos Henrique de Lucca Fortes Gatto
Diretor Operacional

Fábio da Silva Abrate
Diretor Financeiro e de Relações com Investidores

Será composta de dois a 12 Diretores (dez em 2019).

Jean Pierre Lessa e Santos Ferreira
Diretor Operacional

José Mauro Rocha de Barros
Diretor Operacional

José Timotheo Barros
Diretor Operacional

Marcelo da Silva Nunes
Diretor Financeiro

Thiago Mendes Barreira
Diretor Comercial

COMITÊS

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

O Conselho de Administração conta com três comitês, que funcionam como grupos de trabalho dedicados à estratégia, acompanhamento e recomendação ao Conselho sobre temas estratégicos para o negócio.

Os comitês são formados por conselheiros e se reúnem a cada fechamento de trimestre, ou sempre que houver convocação pelo seu presidente em uma necessidade extraordinária, com exceção do Comitê de Sustentabilidade, que se reúne semanalmente.

COMITÊ DE AUDITORIA

03

Compete ao Comitê, entre outras funções, revisar o Relatório da Administração e as demonstrações financeiras anuais e trimestrais da Companhia, reportando suas conclusões, a cada trimestre, ao Conselho de Administração.

É composto por três membros, para um mandato que coincidirá com o prazo de mandato dos membros do Conselho de Administração, sendo permitida a reeleição. Os membros do Comitê de Auditoria são nomeados pelo Conselho de Administração, exclusivamente entre os Conselheiros Independentes.

COMITÊ DE NOMEAÇÃO

É responsável pela indicação dos candidatos ao Conselho de Administração, cujos nomes serão submetidos à Assembleia Geral da Companhia para a eleição dos membros de seu Conselho de Administração.

Composto por quatro membros do Conselho de Administração, dos quais pelo menos dois devem sempre ser Conselheiros Independentes, o Comitê de Nomeação cumpre um mandato que coincide com o prazo de mandato dos membros do Conselho de Administração, sendo permitida a reeleição.

COMITÊ DE SUSTENTABILIDADE

O Comitê de Sustentabilidade, também conhecido como Comitê Companhia Verde, tem o compromisso de definir a estratégia e as diretrizes para a sustentabilidade corporativa, em linha com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030 proposta pela Organização das Nações Unidas (ONU).

Além de promover o engajamento dos associados, o Comitê também incentiva a participação de diferentes áreas por meio de um processo de delegação de autoridade em que a Diretoria de Sustentabilidade participa e leva as iniciativas para o Conselho de Administração.

De acordo com os projetos de interesse, associados e áreas são envolvidos para que, de maneira integrada, possamos desenvolver soluções e práticas cada vez mais sustentáveis.

CONSELHO FISCAL

O Conselho Fiscal deve atuar de forma a proteger o patrimônio e os interesses da Companhia, fiscalizando e solicitando aos órgãos da administração informações e esclarecimentos relacionados à sua função fiscalizadora.

O Conselho deve ser integrado por três a cinco membros efetivos e igual número de suplentes. Atualmente, é composto por três membros e igual número de suplentes, sendo dois eleitos pela controladora e um pelos acionistas ordinários, eleitos na Assembleia Geral, com mandato de um ano e reeleição permitida.

Composição do Conselho Fiscal em 2020*:

Peter Edward Cortes Marsden Wilson
Conselheiro Efetivo (Indicado por acionistas minoritários)

Ricardo Scalzo
Conselheiro Suplente

Marcio Villas Boas Passos
Conselheiro Suplente

Pedro Carvalho de Melo
Conselheiro Efetivo

Carlos Alberto de Souza
Conselheiro Efetivo

Márcio Luciano Mancini
Conselheiro Suplente

*Atualizado em 30 de abril de 2020.

04+

Desempenho Financeiro



CENÁRIO

O ano de 2019 foi marcado por uma gradual melhora do ambiente econômico, com a recuperação do PIB, controle da inflação e redução da taxa básica de juros (Selic), que atingiu a mínima histórica de 4,5% a.a. em dezembro. Além disso, a inflação medida pelo IPCA encerrou o ano em 4,31%, 0,56 p.p. acima do registrado em 2018, mas permanecendo dentro da meta.

O comércio eletrônico, segundo dados do e-Bit/Nielsen, apresentou um crescimento de 16,3% em relação a 2018. O crescimento do mercado é impulsionado pela constante expansão da base de usuários de internet e pelo crescimento do número de e-consumidores.

A B2W Digital reitera sua confiança e suas perspectivas positivas para o futuro, tanto em relação ao desenvolvimento do país como nas oportunidades de crescimento da internet, aumentando a penetração do e-commerce no varejo total e de outras oportunidades de negócios.

RESULTADOS

GRI 102-7|201-1

PRINCIPAIS INDICADORES	2019	2018	DELTA
GMV Total (R\$ MM)	18.778	15.005	+25,1%
Marketplace (R\$ MM)	11.589	7.740	+49,7%
Marketplace (% do GMV Total)	61,7%	51,6%	+10,1 p.p.
Sortimento (Itens/MM)	29,5	8,1	+21,4
# sellers (Novos/Mil)	24,9	12,2	+12,7
# sellers (Base/Mil)	46,8	21,9	+24,9
B2W Entrega (# sellers/Mil)	44,6	18,5	+26,1
B2W Entrega (% da base de sellers)	95,3%	84,5%	+10,8 p.p.
Mobile (% do tráfego)	76,7%	67,8%	+8,9 p.p.

GROSS MERCHANDISE VOLUME (GMV)

Em 2019, o GMV total alcançou R\$ 18,8 bilhões, um crescimento de 25,1% em relação aos R\$ 15,0 bilhões em 2018.

O marketplace da B2W segue em rápido desenvolvimento e atingiu R\$ 11,6 bilhões de GMV em 2019, crescimento de 49,7% em relação ao ano anterior, representando 62% do GMV Total.

RECEITA

Em 2019, a receita bruta acumulada foi de R\$ 8.357,4 milhões, 3,9% acima dos R\$ 8.044,3 milhões obtidos em 2018.

A Receita Líquida, por sua vez, somou R\$ 6.661,7 milhões, 2,7% acima dos R\$ 6.488,5 milhões do ano anterior.

Receita Bruta (R\$ milhões)



LUCRO BRUTO AJUSTADO E MARGEM BRUTA

Em 2019, o lucro bruto foi de R\$ 2.142,9 milhões, crescimento de 11,1% se comparado aos R\$ 1.928,9 milhões de 2018, com uma expansão de margem de 2,5 p.p. (32,2% vs. 29,7%).

DESPESAS COM VENDAS, GERAIS E ADMINISTRATIVAS

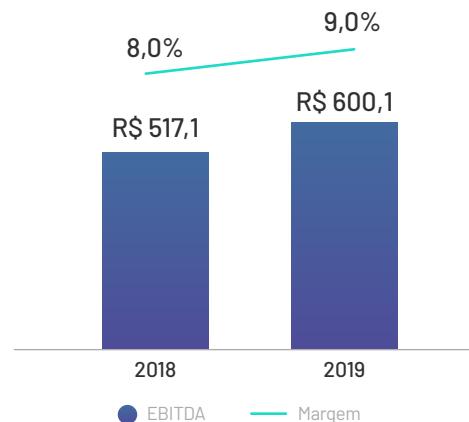
Em 2019, as despesas totalizaram R\$ -1.542,9 milhões vs. R\$ -1.411,9 milhões registrados em 2018. O percentual das despesas em relação ao GMV, reduziu 1,2 ponto percentual, saindo de 9,4% em 2018 para 8,2% em 2019, mostrando avanço na eficiência da operação.

EBITDA AJUSTADO E MARGEM EBITDA

Em 2019, o EBITDA Ajustado foi de R\$ 600,1 milhões, crescimento de 16,1% comparado com os R\$ 517,1 milhões registrados em 2018.

A margem EBITDA Ajustada expandiu 1,0 p.p., saindo de 8,0% em 2018 para 9,0% em 2019.

Ebitda Ajustado e Margem Ebitda (R\$ milhões e %)



RESULTADO FINANCIERO LÍQUIDO

Em 2019 o resultado financeiro saiu de R\$ -587,5 milhões em 2018 para R\$ -603,9 milhões em 2019.

RESULTADO LÍQUIDO

Em 2019, o resultado líquido foi de R\$ -391,6 milhões, melhora se comparado aos R\$ -405,1 milhões em 2018.

GESTÃO DE CAIXA

Geração de Caixa: em 2019, a geração de caixa foi positiva e totalizou R\$ 189,9 milhões, uma evolução de R\$ 428,9 milhões em relação ao consumo de caixa de R\$ 239,0 milhões registrado em 2018.

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

Capital de Giro: nosso capital de giro é calculado a partir da soma de dias de contas a receber de clientes (usando GMV como base) e dias de estoque, menos os dias de fornecedores, considerando GMV e CMV nos últimos 12 meses.

Ao final de 2019 o capital de giro era de -41 dias, melhora de 61 dias frente dezembro de 2018, o que reflete o processo de curadoria e revisão do sortimento do 1P, a otimização no planejamento de compra de mercadoria, bem como o aumento de participação do 3P (*marketplace*) nas vendas totais, já que o *marketplace* (cujas transações em cartão de crédito são aprovadas na plataforma da B2W e compõem o saldo bruto de recebíveis) não demanda capital de giro (a B2W é somente intermediária e recebe uma comissão sobre as vendas realizadas).

Contas a receber: nossas contas a receber são compostas, principalmente, por recebíveis de cartão de crédito, líquidos do valor descontado, que possuem liquidez imediata e podem ser considerados como caixa. Em 2019, o contas a receber somou R\$ 762,1 milhões, incluindo efeitos do FIDC - Fundo de Antecipação de Recebíveis de Cartão de Crédito, ferramenta única no mercado, representando uma importante fonte de captação de recursos.

Endividamento: ao final do ano, o caixa da B2W (incluindo os efeitos do FIDC) totalizou R\$ 7.418,1 milhões, cobrindo 5,6 vezes o endividamento de curto prazo da Companhia, que totalizou R\$ 1.321,0 milhões.

CAPEX: usamos nossa geração de caixa priorizando investimentos que apresentem os melhores retornos para os acionistas. Nesse sentido, em 2019, o CAPEX totalizou R\$ 510,1 milhões, representando 2,7% do GMV Total, aceleração frente ao ano anterior, quando somou R\$ 380,0 milhões e representava 2,5% do GMV Total.

05

Talentos



NOSSO TIME

GRI 102-7 | 102-8 | 103-1 | 103-2 | 103-3 | 1401-1 | 1401-2 | 1405-1

Temos o time digital mais bem sucedido do Brasil.

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

Para atender a essas premissas, temos como estratégia a priorização de contratação de mão de obra local.

Os fortes programas de recrutamento e seleção garantiram um aumento de 124 associados em comparação com 2018. Nossa treinamento e desenvolvimento humano, e avanço contínuo na experiência do associado também garantem a continuidade do elevado padrão de excelência para suportar os desafios de crescimento e alcançar metas cada vez mais desafiadoras.

Em janeiro de 2020, recebemos pela primeira vez a certificação Great Place to Work (GPTW), considerando a experiência do associado até o final de 2019. É um importante reconhecimento do esforço para seguir evoluindo e engajando o time para atingir metas cada vez mais desafiadoras, sempre com foco no cliente.

Conheça a seguir o perfil do nosso time e os diferenciais de nossa gestão de talentos.

Fonte: Relatório Anual 2019

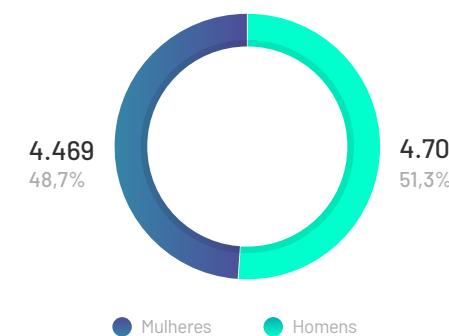
9.176 associados

Top management

61%
Tecnologia
57%
Até 30 anos
de idade

53%
Até 35 anos
de idade
51%
Mais de oito anos
de CIA

Diversidade de gênero no time



Associados por gênero e contrato de trabalho



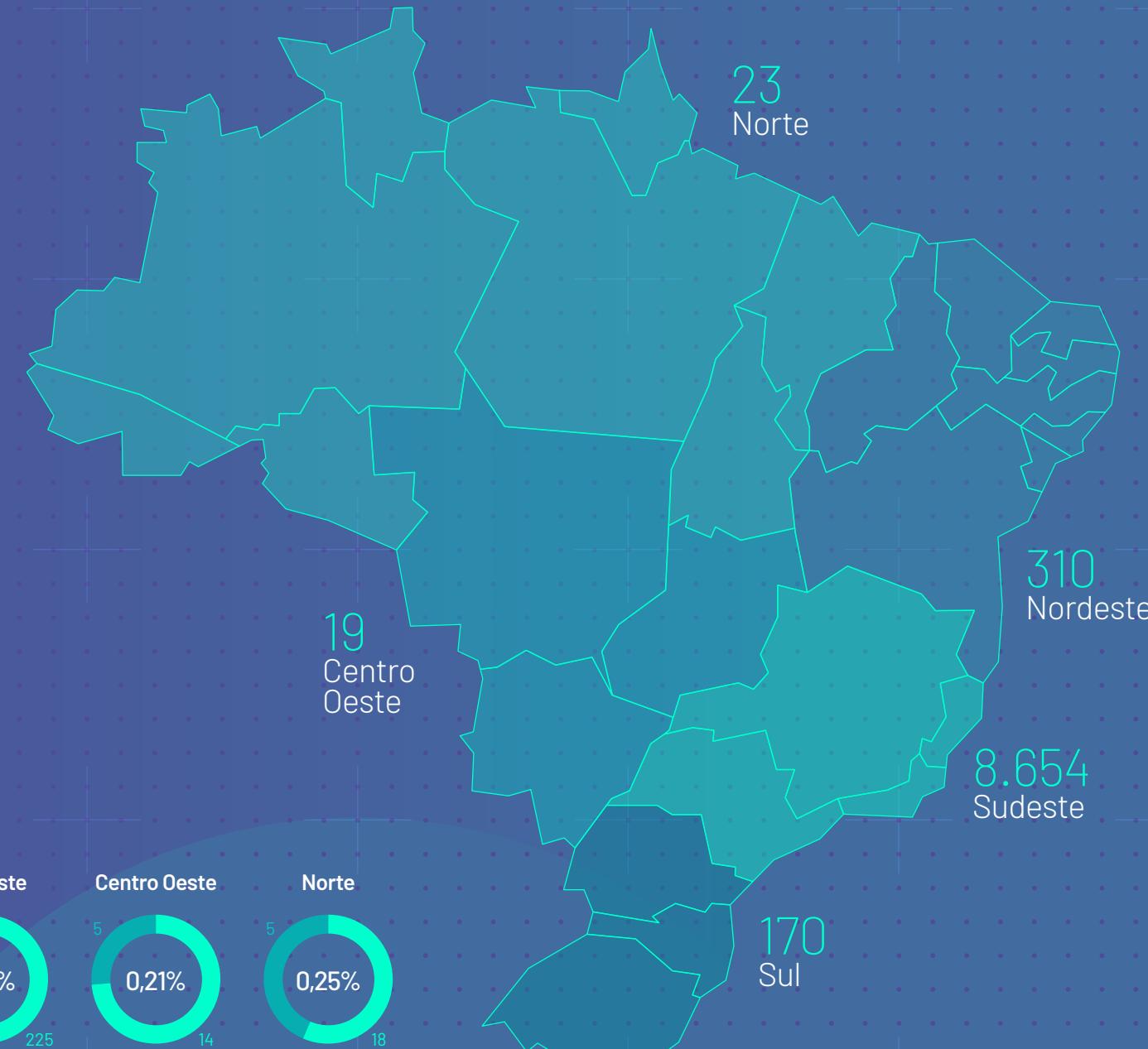
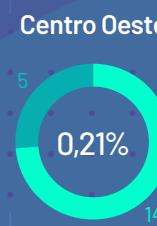
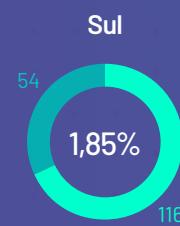
Diversidade B2W

NÍVEL	Homem	Mulher
Diretoria	8	1
Gerência	195	111
Chefia/Coord	244	188
Técnica/Supervisão	1.271	1.033
Administrativo	275	439
Operacional	2.626	2.511
Aprendiz	44	148
Estagiário	44	38
Total por gênero	4.707	4.469

Associados por região

Talentos

Capítulo



● Mulheres ● Homens

DIVERSIDADE

Acreditamos que um espaço diverso, que acolha e valorize diferentes públicos, é crucial para um negócio inovador, conectado com o futuro e feito para milhões de clientes. Cada experiência, cada vivência, cada interesse de nosso associado é representativo e rico para entendermos a diversidade do mundo, as expectativas dos nossos clientes e da sociedade.

Segundo nossa pesquisa de engajamento mais recente, a Great Place to Work, aplicada em janeiro de 2020 e relativa a 2019, a grande maioria dos nossos associados acreditam que estamos em um ambiente onde todos são bem tratados independente de raça, gênero ou idade.

Inclusive, essas são questões que estão entre as mais bem votadas na pesquisa. Além disso, a maioria vê nosso ambiente sem favoritismos por parte dos gestores.

Outro ponto relevante é que quando olhamos na ótica dos nossos públicos (orientação sexual, idade, gênero, raça, entre outros) temos avaliações muito parecidas, sem grandes discrepâncias entre elas, o que mostra, na prática, que levamos a igualdade muito a sério.

Somado a isso, está o nosso compromisso de abrir portas à diversidade nos processos seletivos, para que todos os profissionais possam ter a oportunidade de trabalhar conosco e, também, que todos possam ser efetivamente incluídos no nosso ambiente, garantindo oportunidades iguais para desenvolverem uma carreira de sucesso.

Nessa linha, em 2019, realizamos diversas iniciativas motivadas pelo compromisso com a promoção da diversidade e da equidade. Em junho, junto da nossa controladora Americanas, assinamos três importantes pactos voluntários, que visam a ampliação da inclusão dentro das Companhias e nas suas cadeias de valor:



- **Coalizão Empresarial para Equidade Racial e de Gênero:** promovido pelo Instituto Ethos, o pacto tem como premissa a redução das desigualdades sociais brasileiras, com foco nas questões raciais e de gênero no mundo corporativo.
- **Carta Empresarial pelos Direitos Humanos e pela Promoção do Trabalho Decente:** esta carta do Instituto Ethos possui como premissa a promoção do trabalho decente, reforçando a equidade e a inclusão de pessoas com deficiência (PcD). Como signatários, nos comprometemos a combater os preconceitos e mitos relacionados a este público.
- **Princípios de Empoderamento das Mulheres, da ONU Mulheres:** estes princípios são um conjunto de considerações que ajudam a comunidade empresarial a incorporar em seus negócios valores e práticas que visem à equidade de gênero e o empoderamento de mulheres.

OPORTUNIDADES IGUAIS PARA AS MULHERES

Realizamos diversos eventos sobre equidade de gênero com o objetivo de apoiar cada vez mais uma distribuição igualitária de oportunidades. Hoje, temos orgulho em dizer que isso já é uma realidade no nosso quadro de associados e nos empenhamos continuamente em garantir a manutenção desse equilíbrio por meio da busca por uma participação igualitária de 50/50 de gênero nos nossos processos seletivos.

Também estamos comprometidos com a perpetuação do equilíbrio de gênero no desenvolvimento de carreira e no acesso aos cargos de liderança e alta liderança.

05 Em 2019, 1.405 associados foram promovidos e assumiram novos cargos. Destes, 52,60% são mulheres.



Anualmente, organizamos campanhas comemorativas para o Dia Internacional da Mulher. Em março de 2019, mês da mulher, lançamos uma campanha em reconhecimento às responsáveis que fazem nosso dia a dia acontecer. Convidamos todos os associados das sedes administrativas e Centros de Distribuição a participarem, no Dia Internacional da Mulher, de uma campanha de engajamento no *Workplace** com o tema “Mulheres admiráveis que contribuem para a gente fazer história”, e postarem fotos com as mulheres de sua equipe. Nos CDs, divulgamos nas TVs e murais depoimentos de associadas sobre “o que é ser mulher”.

Além disso, divulgamos internamente o total de homens e mulheres associados, conscientizando a todos sobre Igualdade de Gênero. Promovemos um *talk* sobre “Trajetória de carreira e desafios do gênero”, com a participação de líderes femininas.

*Workplace é uma rede social do Facebook voltada para comunicação interna de empresas.

OPORTUNIDADES PARA AS PESSOAS COM DEFICIÊNCIA

Em 2019, além da busca contínua pela inclusão de PcDs nos processos seletivos e em nosso quadro de associados, também nos atentamos para promover um ambiente efetivamente inclusivo que permita seu pleno desenvolvimento e bem-estar.

Por isso, realizamos o Programa Somar, que prevê diversas ações com esse objetivo, como, por exemplo:

- Realizamos treinamento de Libras para os associados;
- No âmbito da captação de talentos, estivemos presentes em diversas feiras de emprego dedicadas ao público e convocamos mais de 1.800 profissionais para os nossos processos seletivos;
- Fizemos campanhas internas de sensibilização dos colaboradores e palestras com consultorias especializadas;
- Promovemos o Setembro Somar, evento realizado no mês em que se celebra a luta da PCD e que contou com painéis de discussão, workshops e apresentações de curtas-metragens sobre cada deficiência; e
- Estimulamos a implementação de intérpretes de Libras para promover a acessibilidade nas reuniões corporativas, promovendo treinamentos internos e contratando intérpretes para reuniões com grande público, ação que gerou grande reconhecimento da Companhia, após o feedback dos associados. Atualmente a iniciativa é difundida para as demais unidades por transmissão *online*, mas a meta para 2020 é expandir o projeto pelo Brasil, estendendo a sua presença às diversas unidades da B2W. Com isso, pretendemos ampliar a nossa capacidade de atuação junto ao público PCD e desenvolver as ações do projeto localmente.



O **Sumar** é um Programa de inclusão social lançado na B2W Digital em julho de 2014, que oferece oportunidades de trabalho e carreira para pessoas com deficiência física, auditiva, visual ou intelectual (PcDs). O Programa tem como objetivo promover a inclusão desses profissionais, oferecendo oportunidades, capacitação e desenvolvimento nas suas áreas de atuação.

Realizações



181

Contratações



1.800

Candidatos convidados para processo seletivo



232

Treinamentos em Libras

ATRAÇÃO

Temos uma atenção plena e dedicada a seguir atraindo os melhores talentos, mantendo nosso reconhecimento e capacitando o time digital frente aos desafios de crescimento da Companhia.

Para isso, estamos antenados com a inovação do mercado e, em 2019, fortalecemos a nossa relação com universidades por meio de programas de início de carreira, estágios de negócios e de tecnologia.

Somado a isso, a B2W também promoveu workshops, participou de feiras de recrutamento e atuou como patrocinadora de eventos na área de computação e matemática, dentre outros. Assim, seguimos oferecendo estímulos a novos projetos e favorecendo a troca de experiências entre os atores da área.

» **The Dev's Hunt:** com o propósito de oferecer ao candidato uma experiência diferenciada por meio de um processo seletivo dinâmico, a B2W Digital lançou o programa The Dev's Hunt. Os objetivos do programa são apresentar as principais vagas da Companhia e selecionar os melhores talentos, concluindo todas as etapas do processo seletivo em um único dia. Durante o ano foram realizadas duas edições do programa em São Paulo, resultando na contratação de oito associados.



Recepção da nova turma de estagiários da B2W no Estúdio Shoptime.

» **Summer Job:** o programa, que tem duração de seis a nove semanas, seleciona alunos das melhores universidades nacionais e internacionais para atuarem em projetos em conjunto com associados da Companhia. Na edição de janeiro, recebemos 12 alunos de diferentes áreas: comercial, financeiro, logística e tecnologia. Além do desenvolvimento de projetos, os estagiários participaram de encontros com a diretoria e de treinamentos técnicos e comportamentais com o time de Gente & Gestão.

» **Estágio B2W:** em 2019, retomamos o programa com a contratação de 70 estagiários, que participam de treinamentos técnicos, comportamentais e de imersão, além de aprenderem na prática vivenciando o dinamismo de uma empresa digital.

» **Estágio B2W Tech:** lançado em 2018, o antigo programa “Estágio Bit” tem foco na seleção de estagiários interessados em se tornarem desenvolvedores *front-end* e *back-end*. Durante seis meses, os estagiários participam de aulas ministradas pelos associados da B2W Digital e passam por uma escala de *job rotation*, na qual desenvolvem atividades em áreas diversas e criam um projeto com auxílio de um associado que atua como tutor. Em 2019, dez associados foram contratados para o Rio de Janeiro e São Paulo por meio do programa.

» **Estágio Mestrado:** lançado em 2019, o projeto é parceria com o Departamento de Computação da UFSCar e visa promover o incentivo à pesquisa e a troca de conhecimentos entre os ambientes acadêmico e corporativo. É o primeiro projeto de pesquisa focado na evolução da plataforma Apache Marvin e conta com a participação de professores e alunos de mestrado da instituição de ensino.

» **Programa Trainee:** em 2019, 14 trainees percorreram diversas áreas, em *job rotation*, e depois foram alocados nas suas áreas, onde desenvolveram projetos específicos.

» **Programa Novos Talentos:** capacita os profissionais recém-formados para serem futuros líderes, de maneira acelerada. Ao ingressarem na B2W Digital, os Novos Talentos são alocados diretamente em suas áreas de atuação para começarem a se desenvolver e participam de palestras na “Visão Geral Corporativa”, trocando experiências com gestores de diversas áreas, além de realizarem visitas técnicas a algumas unidades. Em 2019, 153 novos talentos foram contratados pelo Programa.

» **Programa Novos Talentos Mestrado:** programa com foco no recrutamento de jovens de alto potencial com mestrado ou doutorado das melhores universidades do país, que ingressam na Companhia como coordenadores. Em 2019, foram contratados 34 novos talentos mestrado.

OPORTUNIDADES PARA COMEÇAR UMA CARREIRA

O Começando Juntos é o programa de aprendizagem da B2W Digital. Alinhado com a missão, visão e valores da Companhia, ele foi elaborado internamente para captar e desenvolver Jovens Aprendizes. O programa é uma ação de responsabilidade social que promove a cidadania e oferece oportunidades para que os jovens desenvolvam o seu potencial. Os aprovados são direcionados para as áreas onde irão desenvolver atividades práticas de um conteúdo alinhado com a área de atuação.

Em 2019, além das contratações e efetivações de jovens no quadro da Companhia, o programa esteve presente no evento Casa Aberta, promovido pelo Senac, destinado à captação de novos talentos. O Começando Juntos ainda participou de projetos de desenvolvimentos de jovens profissionais, com treinamentos e-learning sobre Código de Ética e Conduta, administração do tempo e 5S, além de treinamentos presenciais para contribuir com o desenvolvimento profissional, possibilitando maior visibilidade ao programa.



APROXIMAÇÃO DAS UNIVERSIDADES

Nos últimos anos, reforçamos nosso time de atração de talentos e fizemos um projeto para definição do nosso EVP (*Employee Value Proposition – Proposta de Valor ao Associado*), reforçando a marca empregadora da B2W Digital nas universidades e no mercado, demonstrando todas as oportunidades de conhecimento, desenvolvimento e carreira que a Companhia pode oferecer.

Como resultado, reposicionamos a nossa Companhia como marca para o público e aumentamos em mais de 200% a quantidade de eventos em que participamos nas universidades. Conheça a seguir as principais iniciativas nesse sentido.

» **Maratonas de Programação:** em 2019, patrocinamos a XXIV Maratona de Programação da SBC (Sociedade Brasileira de Computação), que se destina a alunos de cursos de graduação e início de pós-graduação na área de Computação e afins.

A competição demanda diversas habilidades dos estudantes, tais como criatividade, capacidade de trabalho em equipe, resolução de problemas sob pressão e busca de novas soluções de software. Além do apoio à realização do evento, a Companhia também patrocinou quatro equipes na etapa nacional: USP (1º lugar), Unicamp (2º lugar), UFABC e UFSCar.

Também patrocinamos a Maratona de Programação da Unicamp, em formato de competição, que selecionou os alunos que representarão a Universidade nas competições oficiais ao longo do ano. Além de premiar as equipes vencedoras, realizamos uma palestra de abertura no evento compartilhando com os alunos o dia a dia de um desenvolvedor na B2W.

» **Brazil Conference Harvard e MIT:** apoiamos e participamos da 5ª edição do *Brazil Conference at Harvard and MIT*, que promove o encontro com líderes de diversos setores, buscando soluções inovadoras para o futuro do nosso país. Também apoiamos o HackBrazil, competição de inovação e tecnologia, que nomeou cinco finalistas para disputarem a final no início de abril de 2019, em Boston.

» **Working Day:** o programa tem como objetivo apresentar o dia a dia da Companhia e as oportunidades de carreira. Durante o encontro os convidados participam de palestras, tours pelo escritório e conversas sobre carreira com executivos da B2W. Em 2019, realizamos mais de 15 edições, que contaram com a parceria de algumas universidades nacionais e internacionais como o IFSP, USP, Unicamp, Mackenzie, UFRJ, UFF, Cefet, FGV, Illinois, dentre outras.

» **Olimpíada Internacional de Matemática:** a equipe do ITA (Instituto Tecnológico de Aeronáutica) contou com o patrocínio da B2W na Olimpíada Internacional de Matemática, evento que promove a solução de problemas das áreas de álgebra e análise combinatória. A equipe patrocinada teve cinco alunos premiados, que conquistaram três medalhas de prata e duas de bronze.

» **Feiras de Recrutamento:** honrando a missão de recrutar os melhores talentos do mercado, a B2W Digital participou das principais feiras de recrutamento realizadas em universidades de todo o país. Além do espaço para conhecer os candidatos, a Companhia também realizou outras diversas atividades como palestras e workshops nas principais instituições de ensino do País.



Participação do time de Gente & Gestão na feira da Conferência Na Prática da Fundação Estudar.

» **Semanas acadêmicas:** com o objetivo de promover a troca de conhecimento e aproximar profissionais e alunos, a B2W participou de diversas semanas acadêmicas ao longo de 2019. Dentre elas, destacamos a Semana de Administração e Engenharia PUC, Semana de Computação UFRJ e UFFRJ, Semana de Engenharia da UFF, Semana da Computação UFSCar, Semana da Engenharia de Produção da USP.

» **Hackathon USP:** em parceria com a USP, durante o ano de 2019 a B2W patrocinou a realização de dois Hackathons. O evento reúne programadores, designers e outros profissionais ligados ao desenvolvimento de software em maratonas de trabalho, com o objetivo de criar soluções específicas para vários desafios. O Inter Hack acontece de forma simultânea em diferentes campus da instituição de ensino, enquanto o She Hacks é totalmente dedicado ao público feminino e promove a participação de mulheres no ambiente de tecnologia.

» **REP Insper:** a B2W participou do Programa REP (Resolução Eficaz de Problemas), realizado pelo Insper. O projeto acadêmico, desenvolvido por alunos do curso de graduação, tem como foco o desenvolvimento de soluções estratégicas para a Companhia.

DESENVOLVIMENTO

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

O desenvolvimento da carreira dos associados B2W é uma questão primordial para a nossa Companhia, considerando nosso intenso ritmo de crescimento e a necessidade de profissionais preparados e multiplicadores de nossa cultura e excelência. Por isso, contamos com diversas iniciativas de treinamento e desenvolvimento de carreira para potencializar sua evolução.



Associados da B2W Digital em reunião.

Com o crescimento acelerado no ano, tivemos mais de 1.405 promoções na carreira de associados em todos os níveis.

APRENDIZAGEM E TREINAMENTOS

Em 2019, oferecemos aos nossos associados mais de 70 temas de treinamento diferentes com foco no desenvolvimento técnico, comportamental e de liderança.

Também apoiamos sua formação acadêmica por meio do Programa B2W Fellows, a partir do qual arcamos com 80% do valor das mensalidades em cursos de pós-graduação, MBA e Mestrado, e por meio de parcerias com instituições educacionais que oferecem descontos a todos os associados.

Somado a essa iniciativa, oferecemos cursos *in company* com instituições de ponta no mercado, além do pagamento de cursos, eventos, congressos e conferências aos associados que se destacam na B2W.

DIÁLOGO E TROCA

05

O B-Talks é um evento inovador, que adota o formato de um *talk show* e tem como objetivo compartilhar conhecimento e promover debates, agindo também como forma de apresentar e integrar áreas e pessoas.

Essa ideia nasceu em 2019 e suas edições têm a configuração de um painel, no qual os associados são entrevistados e expõem projetos com a mediação de um gestor. O evento é transmitido ao vivo para todas as nossas unidades e conta com a interação dos associados, que podem enviar perguntas antes e durante a reunião.

Outra iniciativa de troca bastante consolidada é a 5^a às 5, em que toda quinta-feira às 17h associados se voluntariam a falar sobre temas de seu interesse, compartilhando conhecimento ou experiência, ou seja, a agenda é determinada pelos próprios associados, que se organizam para falar semanalmente.

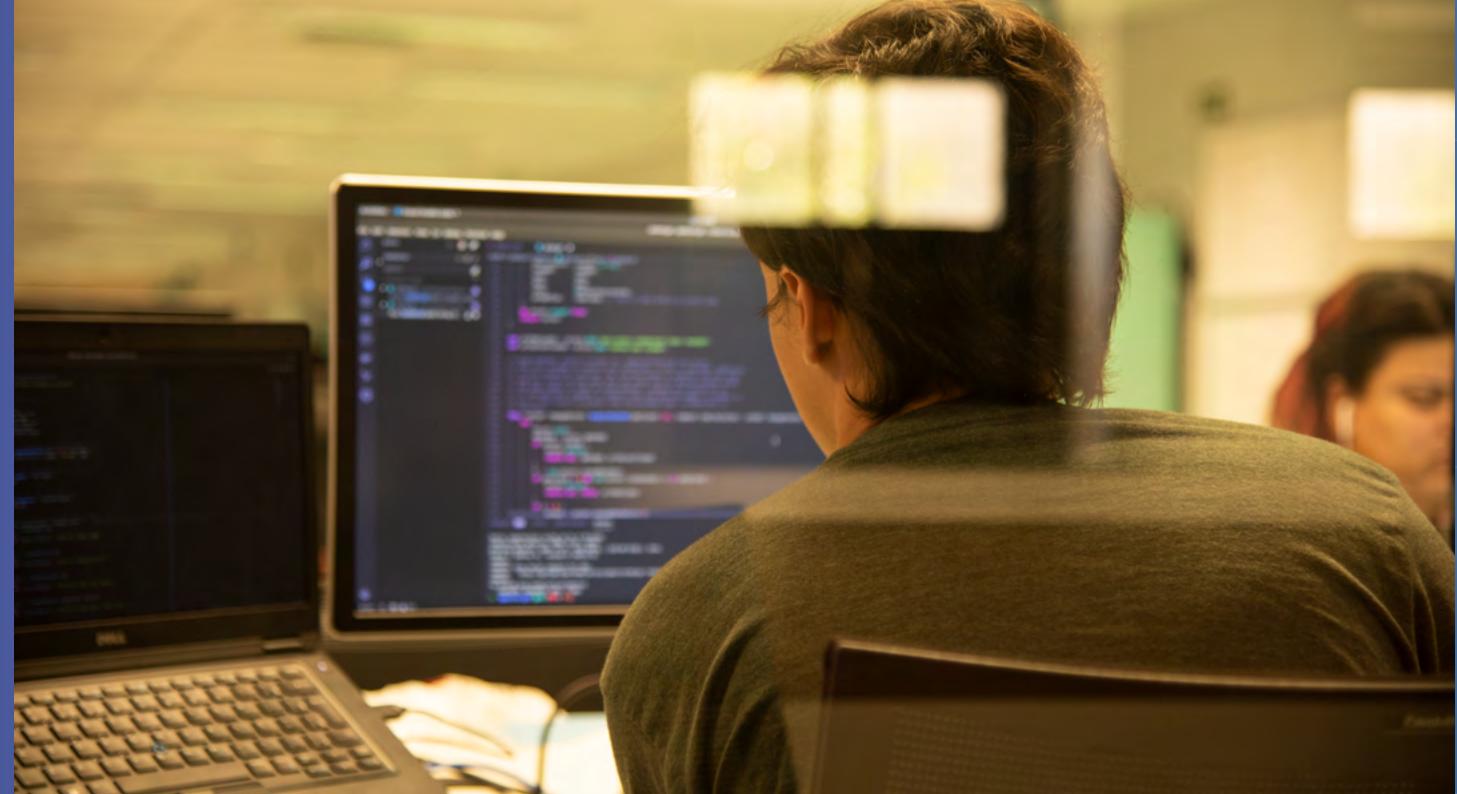
Na pauta dos encontros estão assuntos, como tecnologia, segurança, saúde, diversidade (questões de gênero, relacionamento abusivo, nova masculinidade), entre outros.



TECNOLOGIA, TECNOLOGIA E MAIS TECNOLOGIA

Em 2019, lançamos a BIT Tech Week, evento que tem como objetivo promover a troca de conhecimentos de tecnologia e inovação entre os associados e criar um espaço de desenvolvimento técnico. Durante uma semana, os participantes se dedicam a treinamentos, palestras, workshops, mini cursos e um Hackathon, todos eles voltados às equipes de tecnologia da Companhia.

Também demos continuidade às rodadas de *meetups* em 2019, que são destinadas às comunidades técnicas. Os encontros funcionam como momentos informais para troca de informações e experiências sobre temas específicos. O evento envolve pessoas de determinadas comunidades de tecnologia, bem como o público interno da Companhia, proporcionando um momento de *networking* entre os dois mundos. Só neste ano foram mais de 40 *meetups* realizados nos nossos escritórios do Rio de Janeiro e São Paulo.



Do ponto de vista externo, apoiamos a participação de mais de 100 associados na Conferência Internacional de Desenvolvimento de Software (Qcon) e de mais de 200 associados de diferentes localidades no TDC (The Developer's Conference). Também buscamos intensificar o treinamento e formação em método dos nossos associados, com o Lean Six Sigma e as Metodologias Ágeis, e pretendemos reforçar cada vez mais o programa, já consolidado na Companhia, para obter sempre os melhores resultados a partir da capacitação e desenvolvimento interno.

Em 2019, foram quase 400 associados formados nas metodologias “Belts” (Yellow, Green, Black e Master Black Belt), totalizando 10.516 horas de treinamento.

DESENVOLVIMENTO DE LIDERANÇAS

Este ano continuamos aplicando o PDG, o Programa de Desenvolvimento de Gestores, que contou com a adesão de mais de mil gestores. A iniciativa prepara os líderes reforçando o entendimento sobre seu papel, o impacto das suas ações sobre os liderados e, consequentemente, sobre a organização.

O treinamento vem sendo aplicado em todos os níveis de gestão, contribuindo para a preparação de todo o time da Companhia.

Além disso, em 2019 demos continuidade ao Programa LBA (*Leadership and Business Academy*), em parceria com a HBS (*Harvard Business School*) para aperfeiçoamento das nossas lideranças.

Outro programa de grande relevância para o preparo de nossos futuros líderes B2W é o Radar de Talentos, que busca identificar os nossos talentos e direcionar as ações de treinamento e desenvolvimento conforme o perfil de cada associado. Desde o seu início, já foram mapeados mais de 500 gestores por grau de competência e prontidão para assumir novos desafios.

GESTÃO DE DESEMPENHO

Atualmente, estamos desenvolvendo uma proposta de um novo modelo para nossas avaliações de desempenho. A iniciativa contempla um estudo da periodicidade das avaliações, a metodologia a ser aplicada e os modelos de Plano de Desenvolvimento Individual.

No nível gerencial, aplicamos uma avaliação de desempenho anual, que também conta com o acompanhamento formal do time de Gente & Gestão para apoiar o desenvolvimento das suas equipes. Os gestores contam com o apoio de ferramentas de assessment, DISC, entre outras, que os auxiliam na missão de estimar o desempenho de seus quadros de associados e planejar seu desenvolvimento conforme objetivos e competências da área.

SAÚDE E SEGURANÇA

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

ENGAJAMENTO

A B2W Digital cumpre rigorosamente as leis e normas relativas à Segurança e à Medicina do Trabalho e possui uma política de Saúde, Segurança e Meio Ambiente que garante que todas as operações sejam realizadas com o menor impacto ambiental, para prevenir acidentes e assegurar a saúde ocupacional dos associados.

Também desenvolvemos ações para todas as áreas que visam proporcionar um ambiente de trabalho cada vez mais seguro e saudável, pois consideramos o tema como um pilar fundamental na construção de uma gestão humanizada e voltada para as pessoas.

05

Pensando na segurança dos associados, temos técnicos em todos os escritórios administrativos e operações. Também possuímos programas e campanhas voltadas para saúde e segurança em todos os Centros de Distribuição, onde os possíveis impactos são maiores.

Conheça alguns deles e os órgãos responsáveis:



Game de Segurança

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



Sempre Alerta

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



Black Seguro

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

Para saber mais sobre a Política de Saúde, Segurança e Meio Ambiente, acesse: <http://www.companhiaverde.com.br/b2w/politica-ambiental>

Também realizamos diversas campanhas de conscientização dos associados para estimulá-los a adotarem cuidados com a saúde e bem-estar:

- Abril Verde: teve o objetivo de engajamento na adoção do comportamento seguro;
- Maio Amarelo: trata sobre a sensibilização na prevenção de acidentes no trânsito;
- Outubro Rosa: busca alertar as mulheres sobre a importância da prevenção e do diagnóstico precoce do câncer de mama e de colo do útero;
- Novembro Azul: dirigida à conscientização a respeito de doenças masculinas, com ênfase na prevenção e no diagnóstico precoce do câncer de próstata;
- Programa de Ginástica Laboral;
- Campanha de Prevenção e Combate à Dengue;
- Campanha de Saúde da Mulher;
- Campanha de Prevenção de ISTs (Infecções Sexualmente Transmissíveis);
- Campanha de Saúde Mental;
- Semana Interna de Prevenção de Acidentes do Trabalho (SIPAT); e
- Dia Mundial da Saúde com atividades de meditação guiada, ginástica laboral e comunicações sobre assuntos como ansiedade, bem-estar no trabalho, saúde bucal, obesidade e doenças do coração.



PREVENÇÃO

A B2W Digital mantém em todas as suas unidades a CIPA (Comissão Interna de Prevenção de Acidentes), que auxilia nas questões de saúde e segurança do trabalho, e Brigadas de Incêndio. Promovemos também treinamentos sobre trabalho em altura, ergonomia, prevenção de acidentes de trabalho e procedimentos de segurança para os associados.

06

Impacto Positivo



ESTRATÉGIA DE SUSTENTABILIDADE

GRI 103-1

O compromisso com a sustentabilidade é algo que acompanha a B2W ao longo dos anos. Em 2007, criamos nosso Comitê de Sustentabilidade (Comitê Companhia Verde), buscando trazer um olhar atento e dedicado ao tema em todos os diversos aspectos da operação da Companhia. Assim, visamos tornar o negócio cada vez mais sustentável e gerador de valor a todos os nossos públicos de relacionamento.

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

Também reforçamos nosso compromisso por meio de um processo de diálogo e colaboração junto aos stakeholders e a associações voltadas a promover a sustentabilidade da Companhia.

DIÁLOGO COM STAKEHOLDERS

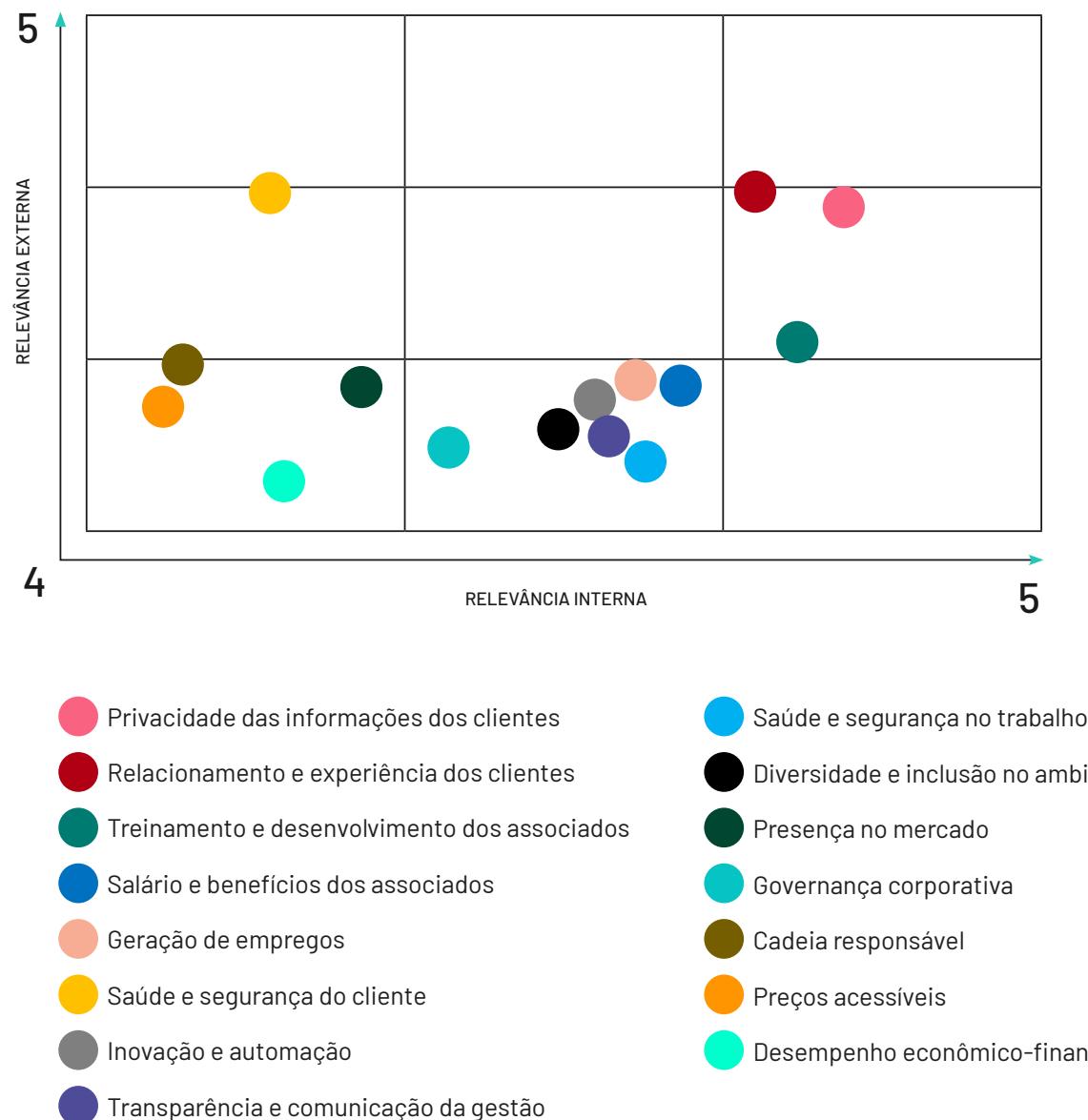
GRI 102-40 | 102-42 | 102-43 | 102-44 | 102-46 | 102-47

Contamos com um processo contínuo realizado periodicamente para conhecer os interesses de nossos públicos de relacionamento em relação à sustentabilidade e os principais aspectos do tema que têm maior potencial de gerar riscos ou oportunidades à realização da estratégia da Companhia.

Assim, definimos os temas materiais, que orientam nossa estratégia, iniciativas e comunicação nos próximos anos.

O processo, realizado a cada dois anos principalmente para a construção da matriz de materialidade, foi desenvolvido em 2019 e envolveu executivos e executivas da Companhia, associados, clientes, investidores, fornecedores, especialistas, entidades e associações, acadêmicos e comunidades.

Os temas materiais resultantes desse processo, apresentados ao lado, são abordados ao longo deste relatório e relacionados com a estratégia e o modelo de geração de valor, considerados como base para o desenvolvimento dos projetos e das ações da Companhia.



Geração de valor



PACTOS E COMPROMISSOS

GRI 102-12 | 102-13 | 103-1

- Desde 2013, somos signatários do Pacto Global da Organização das Nações Unidas (ONU), que propõe às empresas alinharem suas estratégias e operações a princípios universais nas áreas de Direitos Humanos, Trabalho, Meio Ambiente e Anticorrupção. Em 2019, mais uma vez, reafirmamos nosso compromisso com o Pacto Global e apresentamos, ao longo de todo este relatório, as iniciativas para avançar frente aos compromissos assumidos.
- Como signatários do Pacto Global, apoiamos a Agenda 2030 da ONU, que propõe 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) a serem buscados por países e organizações para enfrentamento dos principais desafios à sustentabilidade nos próximos anos.
- Desde 2018, somos associados ao Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, OSCIP (Organização da Sociedade Civil de Interesse Público) que atua para mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerirem seus negócios de forma socialmente responsável.

- Em 2019, passamos a fazer parte da Coalizão Empresarial para Equidade Racial e de Gênero, promovida pelo Instituto Ethos para estimular a redução das desigualdades sociais brasileiras, em especial as raciais e de gênero, no mundo corporativo.
- No ano, também aderimos aos Princípios de Empoderamento das Mulheres, da ONU Mulheres, que apoiam e ajudam a comunidade empresarial a incorporar em seus negócios valores e práticas que visem à equidade de gênero e o empoderamento de mulheres.
- Também em 2019, assinamos a Carta Empresarial pelos Direitos Humanos e pela Promoção do Trabalho Decente, do Instituto Ethos, que reforça a equidade e a inclusão de pessoas com deficiência e o combate aos preconceitos e mitos relacionados a este público.

RECONHECIMENTOS

ÍNDICE DE SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL (ISE)

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

RELEVÂNCIA SOCIAL

CADEIA RESPONSÁVEL

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

SELLERS

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

Atualmente, mais de 40% dos sellers são pequenos ou microempreendedores, que se beneficiam com as diversas soluções disponíveis, desde publicidade à logística, além do suporte do time interno da B2W Digital e os treinamentos, que fazem toda a diferença no início do negócio.

Somado a isso, o *marketplace* oferece a eles um tráfego de clientes altamente qualificado para alavancar suas vendas, um time comercial experiente e a conveniência do B2W Entrega, que faz o controle e operação da logística.

Também oferecemos aos nossos 46,8 mil sellers empréstimos de maneira rápida, segura, simples e 100% *online* por meio do Crédito Seller. Saiba mais na página 19.



Conexões

Formado em engenharia mecânica, Jhonatas Roque trabalhava no serviço público como agente de trânsito, até que teve um esgotamento psicológico e, por recomendação médica, começou a fazer trabalhos manuais.

O ano era 2015, e ele começou a fazer artigos de decoração para quartos de bebês. Como resultado, surgiu a Casa Roque, uma loja virtual de produtos para enxoval infantil que hoje representa a felicidade e a realização profissional do seu fundador.

O B2W Marketplace tem papel fundamental nesse processo de mudança de vida para o Jhonatas, que viu o seu faturamento dobrar após se tornar um seller na plataforma.

A história do Jhonatas e de outros sellers que mudaram suas vidas com o B2W Marketplace, são contadas no projeto Conexões. Conheça o projeto e essas histórias de transformação: <https://www.youtube.com/watch?v=X6gEaMHQqV8&list=PLt0fntw0eovMOC1R5Mjs0-pt2JQWmlbt8&index=6>

Em 2019, realizamos o B2W Marketplace Summit 2019, evento de dois dias com palestras sobre inovação, gestão, e-commerce, varejo e marketplace, levando aos sellers conteúdo relevante, aprendizado e networking para alavancar os resultados de seus negócios.

Um dos painéis do evento - "Negócios transformadores: o marketplace como ferramenta de impacto social" - contou com a presença de dois sellers que contaram como transformaram suas vidas por meio do B2W Marketplace.



B2W Marketplace Summit 2019.

FORNECEDORES

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

Para atender às necessidades de nossos clientes com um sortimento diversificado, contamos com mais de três mil fornecedores nacionais e internacionais.

A Companhia promove a difusão de princípios de proteção e valorização dos Direitos Humanos junto aos seus parceiros, destacando esses termos nos contratos comerciais com o propósito de colaborar com a erradicação do trabalho forçado e trabalho infantil, e no combate a qualquer prática que não respeite o Princípio da Dignidade Humana na cadeia produtiva de valor. Todos os nossos contratos impõem cláusulas específicas punitivas, como previsão de multas e descredenciamento imediato, no caso de irregularidades.

Os fornecedores devem adotar rigorosos padrões de qualidade e rotulagem, em concordância com o Código de Ética e Conduta (saiba mais na página 32) e a nossa Política de Fornecedores.

Todos devem estar de acordo com os requisitos apresentados no documento, como a devida certificação pelos órgãos competentes, como Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) e Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (Inmetro), assegurando que não ofereçam riscos à saúde ou segurança do consumidor final.

Além disso, todos os fornecedores também passam por um processo de análise de documentos antes da assinatura do contrato, quando são avaliadas questões relacionadas a regularidade do CNPJ, tributação, alvará, débitos tributários e trabalhistas, além de ações cíveis e criminais da empresa e seus sócios em âmbito estadual e federal. Nas marcas próprias, exigimos a adoção de normas e regulamentos que são boas práticas nos diferentes segmentos, apresentados a seguir:

Fornecedores Têxteis



Certificação ABVTEX (Associação Brasileira de Varejo Têxtil)

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

Fornecedores de Produtos Alimentícios



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

+ISO 22000

+IFS Global Markets Food (segurança alimentar)



Fornecedores de Produtos Não Alimentícios



Para saber mais sobre a Política de Fornecedores, acesse:
<http://www.companhiaverde.com.br/b2w/fornecedores>

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

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

Na categoria de têxteis, todo o processo de auditoria é feito pela ABVTEX. Para as demais indústrias, as auditorias são realizadas por uma empresa certificadora, que apresenta um relatório detalhado sobre o resultado de cada um.

Em 2019, realizamos o treinamento em “Certificação de Fornecedores Têxteis” com o apoio da ABVTEX (Associação Brasileira do Varejo Têxtil), parceira da B2W Digital.

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

ENGAJAMENTO DOS ASSOCIADOS

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

Acreditamos que engajar nossos associados nas causas de desenvolvimento sustentável é uma grande forma de potencializar o impacto positivo do negócio.



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

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

Conheça a seguir os principais projetos apoiados:

10 REDUÇÃO DAS DESIGUALDADES



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



Associada voluntária durante uma ação de roda de leitura para crianças no projeto Livro nas Praças.



Associada voluntária durante uma ação do projeto Grafitarte.



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



Sonhar Acordado - Nossos associados foram voluntários das festas do Dia do Sonho e Festa de Natal da Sonhar Acordado, ONG parceira que atua junto a instituições, orfanatos, casas de apoio e hospitais e que busca transformar a vida de crianças carentes por meio de uma relação de amizade com o jovem voluntário. As festas aconteceram no Rio de Janeiro e em São Paulo e acumularam mais de 200 horas de trabalho voluntário.



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



Apoio a campanha Natal Sem Fome - Desde 2017, a B2W apoia a campanha Natal Sem Fome, da ONG Ação da Cidadania, por meio da doação de dez toneladas de alimentos. Em 2019 foram doadas também 30 toneladas de alimentos por meio das plataformas física e digital. Uma parte desse montante foi fruto de doações feitas pelos clientes, que contribuíram com um prato de comida virtual (equivalente a R\$ 2), na ação natalina "Prato de Comida Virtual".

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

APOIO A PROJETOS SOCIAIS

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

Alinhados aos Princípios Universais do Pacto Global e aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas (ONU), em 2019 apoiamos diversos projetos sociais e realizamos doações e patrocínios para favorecer a construção de uma sociedade sustentável, equilibrando os pilares ambiental, social e econômico.



DOAÇÕES

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

No Natal realizamos a doação de alimentos para a campanha Natal Sem Fome, da ONG Ação Cidadania e na Páscoa, contribuímos com o envio de ovos para a comemoração da data da ONG Riso. Já na Campanha de Inverno, realizamos doações de cobertores para a Cruz Vermelha Brasileira, além da divulgação dos pontos de coleta da iniciativa na TV Shoptime. O objetivo era incentivar, além dos nossos associados, também a doação por parte dos telespectadores.

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



CIRCUITO TODO MUNDO VAI

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

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

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



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



PROJETO GRAEL

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



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

Ao longo de seis meses, os alunos recebem capacitação técnica em varejo aliada à prática da vela, valorizando aspectos socioambientais inerentes ao esporte como o respeito ao meio ambiente, liderança, relações humanas e cidadania.



EXPOSIÇÃO O DIA SEGUINTE

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

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



LIVROS NAS PRAÇAS

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

Contribuindo com o ODS 4, Educação de Qualidade, e ODS 10, Redução das Desigualdades, o projeto do ônibus-biblioteca concede empréstimos gratuitos de um acervo com cerca de dois mil exemplares, entre livros infantis, infanto-juvenis e adultos.

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

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

Em relação a 2018, o projeto apresentou um aumento de quase 65% de visitas, totalizando 100 mil visitantes ao Livro nas Praças ao longo dos anos.





GRAFITARTE

Pelo quarto ano consecutivo, o Submarino foi patrocinador exclusivo do projeto sociocultural de intervenção urbana, Grafitarte. A iniciativa, que possui como um de seus principais objetivos a promoção da interação artística em espaços da cidade, realiza oficinas de arte e desenho (grafite) para jovens da rede pública de ensino do Rio de Janeiro.

Na edição de 2019, as artistas Juliana Fervo e Priscila Rooxo foram as responsáveis por dividir seus conhecimentos com mais de 100 alunos de duas escolas cariocas, uma localizada na Tijuca e outra em Deodoro.

No total, mais de 500 jovens, de dez regiões diferentes, já foram impactados diretamente pelas oficinas. Além do legado para a cidade com as artes que são produzidas nos muros das escolas, o projeto também potencializa o sentimento de pertencimento dos estudantes e dos moradores, uma vez que tornam-se participantes ativos da revitalização desses espaços.



JIRAU DA AMAZÔNIA

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



A artesã da comunidade Tumbira no Rio Negro, Neide Garrido, é uma das produtoras locais que faz parte da parceria e acredita no impacto sociocultural do projeto: “Nós, artesãs, buscamos usar elementos naturais nas produções, como uma forma de valorizar o que a floresta nos oferece. As peças contribuem para gerar renda e empoderam as mulheres da floresta, por meio de toda a história que construímos, sem precisar sair da comunidade”.



Os artesanatos à venda no "Jirau" são produtos que respeitam o conceito de sustentabilidade por meio de materiais naturais que valorizam a floresta em pé, manejados de forma sustentável desde sementes, fibras, pedras e cipós, até madeiras da floresta. Desde o início do projeto, em junho de 2019, houve crescimento exponencial das vendas e o sortimento do hotsite do Jirau dobrou. Atualmente, são mais de 150 produtos da Amazônia disponíveis para a compra no site da Americanas.com.

O projeto contribui para alavancar o empreendedorismo comunitário, gerando renda às populações que vivem de artesanato em comunidades localizadas em Unidades de Conservação (UC) do Amazonas, além de ampliar o acesso de pessoas de todo o País a produtos artesanais feitos na Floresta Amazônica.

Esse modelo de negócio pratica o comércio justo e solidário, que respeita a capacidade de produção das comunidades e o cotidiano da região, promovendo impactos socioambientais positivos.

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

B2W Marketplace Summit 2019

No B2W Marketplace Summit 2019 (saiba mais na página 64), empreendedores do projeto Jirau da Amazônia, como um artesão da comunidade indígena Nova Esperança, contaram suas histórias no painel "Negócios transformadores: o marketplace como ferramenta de impacto social".

Conferência Brasileira de Mudança do Clima

O projeto Jirau da Amazônia também foi apresentado na Conferência Brasileira de Mudança do Clima. No painel, a B2W Digital e o artesão Joarlison falaram sobre como a iniciativa privada pode contribuir para a conservação da floresta por meio do impacto social positivo.

Visita ao Projeto Jirau

Um grupo multidisciplinar da Companhia foi até a Amazônia em uma expedição com o objetivo de capacitar e ajudar a potencializar as vendas dos artesãos empreendedores do Projeto (saiba mais na página 71). Os workshops abordaram dicas sobre como apresentar os produtos no site, a fim de aproximar os clientes dos processos de confecção dos produtos e do diferencial das matérias-primas utilizadas. Os empreendedores também contaram com oficinas de fotografia, que instruíram sobre como montar um protótipo de estúdio fotográfico com objetos simples. Ao todo, 30 empreendedores locais participaram dos treinamentos. Com isso, houve o desenvolvimento e produção de uma nova identidade visual para a marca do "Jirau da Amazônia".

Workshop realizado pelos associados da B2W com os jovens do projeto Repórteres da Floresta para compartilhar sobre a produção de conteúdo.



Exposição Jirau da Amazônia

Com o final da expedição do projeto, foram coletados materiais riquíssimos que se transformaram em uma exposição fotográfica e um documentário, ambos disponibilizados aos associados da Companhia. Os materiais mostram detalhes sobre a história das comunidades, sua cultura e trabalho com o artesanato que gera renda e transmite os valores que sustentam o legado.



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

GESTÃO AMBIENTAL

Nossa gestão ambiental busca mitigar os impactos da operação no meio ambiente, com foco na eficiência no consumo de recursos naturais, na gestão de resíduos e na redução, adaptação e mitigação das mudanças climáticas.

A área de Sustentabilidade tem a responsabilidade de mensurar os dados, reportar os indicadores e conscientizar os associados, atuando de forma multidisciplinar para promover o desenvolvimento sustentável da Companhia.

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



POLÍTICA DE SUSTENTABILIDADE

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

Para saber mais sobre a política, acesse:

<http://www.companhiaverde.com.br/b2w/politica-sustentabilidade>

MUDANÇAS CLIMÁTICAS

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

Temos o compromisso de aprimorar a eficiência no consumo de energia e combustíveis, promovendo o uso de fontes de energia renováveis, a fim de minimizar a intensidade de emissões de gases de efeito estufa do negócio.

Para a avaliação das emissões, mensalmente acompanhamos os indicadores compilados pela gerência de sustentabilidade utilizando a ferramenta brasileira GHG Protocol. Anualmente, comparamos as emissões, avaliando se as ações implementadas ao longo do período foram eficientes e elaboramos um plano de ação para o próximo ano.

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

Em 2019, modernizamos a iluminação dos CDs com a instalação de lâmpadas de LED, de sensores de presença, interruptores individuais por docas, automatização de sistemas de ar condicionado e automação dos compressores de esteiras.

EMISSÕES

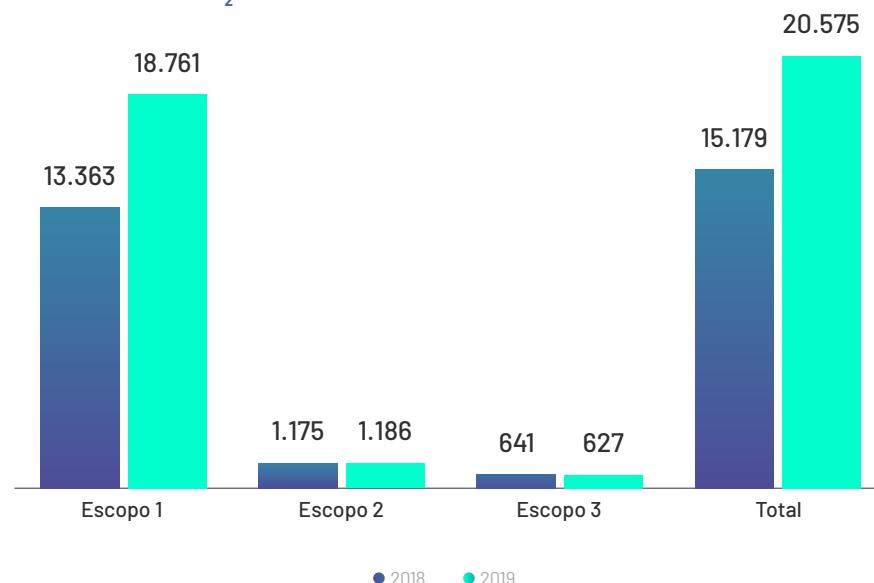
GRI 305-1 | 305-3 | 305-4 | 305-5

Em linha com nosso compromisso com o combate às mudanças climáticas, desde 2010, realizamos o inventário de emissões de gases de efeito estufa, seguindo as diretrizes do Programa brasileiro GHG Protocol.

Anualmente, após a realização do inventário, nós utilizamos a ferramenta de cálculo de emissões para avaliação do nosso desempenho, analisando os resultados, a efetividade das ações de mitigação implementadas, além da elaboração de um plano de ação de melhorias para o ano seguinte.

A seguir apresentamos os dados das emissões referentes ao inventário de 2019 em comparação com o último ano.

EMISSÕES TOTAIS (tCO₂e)



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

Em nossas emissões diretas (Escopo 1), que têm como principal fonte o consumo de gasolina e diesel referente à Frota Direct, responsável pelas entregas, tivemos um aumento de 40%, devido ao aumento de 141% na base de sellers atendida no B2W Entrega, representando o nosso compromisso com a eficiência e otimização dos processos logísticos.

Em 2019, tivemos a abertura de três novos Centros de Distribuição e um aumento de apenas 1% no consumo de energia, o que demonstra o nosso avanço com projetos de eficiência energética, mantendo estável nossas emissões indiretas do Escopo 2.

Em relação ao Escopo 3, onde calculamos as viagens realizadas por nossos associados, tivemos uma redução de 2% das emissões.

EFICIÊNCIA ENERGÉTICA

Além dos valores absolutos de Escopo 1, Escopo 2 e Escopo 3, monitoramos também o valor total de emissão de tCO₂e por receita líquida, finalizando o ano com um total de 3,09 tCO₂e / milhão de receita.

COMPENSAÇÃO

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

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

Ao todo, a compensação B2W e de nossa controladora Americanas contribuiu para evitar 1,4 milhões de tCO₂eq de emissões ao ano, além de apoiar a conservação de 1,1 milhões de hectares da Floresta Amazônica.



A compensação de gases de efeito estufa foi realizada em parceria com a Biofílica, empresa especializada na conservação de florestas, por meio da aquisição de créditos de carbono de projetos REDD+ (Redução de Emissões por Desmatamento e Degradação) localizados na Amazônia. Além de incluir a conservação de estoques de carbono florestal, os projetos também preveem o manejo sustentável de florestas.

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

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

Para saber mais sobre a compensação da B2W Digital, acesse: <https://bit.ly/3gQWBQW>

Fórum Clima

A B2W Digital participa do Fórum Clima, iniciativa do Instituto Ethos, composto por empresas que acreditam que o setor empresarial pode dar sua contribuição para que o mundo realize a necessária transição para uma economia de baixo carbono, aproveitando novas oportunidades de negócios e reduzindo significativamente os impactos negativos da mudança do clima. Nesse movimento, a Companhia aderiu à Carta Aberta ao Brasil sobre Mudança do Clima de 2015.

Participação na Conferência Brasileira de Mudança do Clima

Em 2019, participamos da Conferência Brasileira de Mudança do Clima, com representantes de nossa área de sustentabilidade em um painel sobre como a iniciativa privada pode contribuir para a conservação da floresta por meio do impacto social positivo. Apresentamos o projeto Jirau da Amazônia, que prevê a venda de produtos artesanais de comunidades na Amazônia para todo Brasil por meio do site da Americanas.com, com 100% da renda revertida aos projetos.

Logística

Com o desenvolvimento da iniciativa de Ame Flash para realizar entregas por meio de bicicletas nas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro, reforçamos o nosso compromisso com a mitigação de gases de efeito estufa e evitamos a emissão de mais de 47 toneladas de CO₂.

Saiba mais sobre a iniciativa na página 15.

ECOEFICIÊNCIA

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

Nossa gestão ambiental segue o compromisso com o desenvolvimento sustentável buscando a redução de impactos para o meio ambiente e o equilíbrio entre responsabilidade social e desenvolvimento econômico-financeiro.

Realizamos, internamente, o controle e acompanhamento de todos os indicadores ambientais, buscando diminuir o consumo e usar os recursos de forma cada vez mais eficiente, de acordo com a nossa Política de Sustentabilidade.

Conheça, a seguir, algumas iniciativas:

CONSTRUÇÕES

06

A B2W Digital foi a primeira Companhia de e-commerce brasileira a ser certificada o selo LEED - *Leadership in Energy and Environmental Design* (Liderança em Energia e Design Ambiental), na tradução em português, na categoria "Silver", concedido pelo United States Green Building Council (GBC).

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

Com os aprendizados da ecoeficiência em construções, nossa sede em São Paulo também passou por modernizações, como a instalação de sensores de CO₂ para controlar a qualidade do ar no interior da edificação e o uso de lâmpadas econômicas, que colaboram com a redução do impacto ambiental.

ENERGIA

Em 2019, modernizamos a iluminação dos Centros de Distribuição (CDs) com a instalação de lâmpadas de LED, sensores de presença, interruptores individuais por docas, automatização de sistemas de ar condicionado e automação dos compressores de esteiras. Com isso, reduzimos o consumo de energia, tornando a operação mais eficiente.

Semana do Meio Ambiente

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

RESÍDUOS

Nossos CDs e escritórios administrativos promovem a destinação final de resíduos ambientalmente adequada, sendo os maiores volumes provenientes de papelão, plástico, madeira, lâmpadas e óleo de máquinas, seguindo esta ordem de grandeza.

Também buscamos reduzir a geração de resíduos ou promover seu reaproveitamento em nossa própria operação. Nos CDs, parte das embalagens de papelão que seriam destinadas para reciclagem passam por uma máquina fragmentadora que gera papelão fragmentado, usado para preencher os pequenos espaços vazios das caixas de entrega. Essa atitude evita a utilização de plástico-bolha e outros materiais de maior impacto ambiental negativo, por serem derivados do petróleo, uma matéria-prima não renovável, ou celulose.

Temos ainda outras formas de reaproveitamento de materiais, como o reuso de pallets e sucatas em reformas e melhorias estruturais. Também trabalhamos com um plano de orientação permanente, conscientizando nossos associados para que promovam o descarte correto do lixo, favorecendo a coleta seletiva e a destinação correta para reciclagem.



ÁGUA

A natureza do nosso negócio não promove grande impacto direto neste recurso natural. Para racionalizar o consumo, adotamos em todas as nossas unidades de negócio o uso de caixas de descarga ecológicas, e torneiras com redutores de vazão e fechamento automático.

Em 2019, o Centro de Distribuição de Itapevi/SP também desenvolveu um projeto para o aproveitamento da água da chuva, destinando o que foi coletado para a limpeza de áreas comuns e jardinagem.

Internamente, trabalhamos um plano de orientação e conscientização permanente dos associados, por meio de ações e campanhas para adoção de práticas simples de redução de desperdícios.

07

Anexos



ÍNDICE DE CONTEÚDO GRI

GRI102-55

CONTEÚDO GERAL		REFERÊNCIA (PÁG.) / RESPOSTA DIRETA
GRI 101: Foundation 2016 - Disclosures Gerais		
GRI Standards 2016: PERFIL ORGANIZACIONAL		
102-1	Nome da organização	Página 9
102-2	Principais atividades, marcas, produtos e/ou serviços	Página 9
102-3	Localização da sede	Rua Sacadura Cabral, 102 - Saúde. CEP: 20081-902. Rio de Janeiro - RJ.
102-4	Número de países em que a organização opera	Brasil
102-5	Tipo e natureza jurídica da propriedade	Página 30
102-6	Mercados atendidos	Página 9
102-7	Porte da organização	Páginas 4, 9, 38 e 42
102-8	Perfil de empregados e outros trabalhadores	Página 42
102-9	Descrição da cadeia de fornecedores da Companhia	Página 65
102-10	Principais mudanças na estrutura da Companhia e na cadeia de fornecedores durante o período coberto	Páginas 4, 9 e 13
102-11	Explicação de se e como a organização aplica o princípio de precaução	Não adota formalmente, porém conta com um sistema robusto de gestão de risco.
102-12	Cartas, princípios ou outras iniciativas desenvolvidas externamente de caráter econômico, ambiental e social, que a organização subscreve ou endossa	Página 62
102-13	Principais participações em associações e/ou organismos nacionais/internacionais de defesa	Página 62
GRI Standards 2016: ESTRATÉGIA		
102-14	Declaração do detentor do cargo com maior poder de decisão sobre a relevância da sustentabilidade para a organização	Página 4
102-15	Descrição dos principais impactos, riscos e oportunidades	Páginas 4, 32 e 56
GRI Standards 2016: ÉTICA E INTEGRIDADE		
102-16	Valores, princípios, padrões e normas de comportamento da organização, como códigos de conduta e de ética	Páginas 9, 10 e 32
102-17	Mecanismos internos e externos adotados pela organização para solicitar orientações sobre comportamentos éticos e em conformidade com a legislação, como canais de relacionamento (ex.: ouvidoria)	Página 33

GRI Standards 2016: GOVERNANÇA		
102-18	Estrutura de governança, incluindo comitês	Página 34
102-19	Processo de delegação de autoridade sob tópicos econômicos, ambientais e sociais pelo mais alto órgão de governança para executivos e empregados	Página 35
102-25	Processos utilizados pelo mais alto órgão de governança para prevenir e gerenciar conflitos de interesse	Página 32
102-29	Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança na identificação e gestão de tópicos e seus impactos, riscos e oportunidades derivados de questões econômicas, ambientais e sociais	Página 35
102-30	Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança na análise da eficácia dos processos de gestão de risco da organização para tópicos econômicos, ambientais e sociais	Página 35
GRI Standards 2016: ENGAJAMENTO DE STAKEHOLDER		
102-40	Lista de stakeholders engajados pela organização	Página 60
102-41	Percentual de empregados cobertos por negociação coletiva	100%
102-42	Base usada para identificação e seleção de stakeholders para engajamento	Página 60
102-43	Abordagem adotada pela Companhia para engajar stakeholders e frequência do engajamento	Página 60
102-44	Principais tópicos levantados durante o engajamento de stakeholders e medidas adotadas pela Companhia para abordá-los	Página 60
GRI Standards 2016: PRÁTICAS DE RELATÓRIO		
102-45	Lista de entidades incluídas nas demonstrações financeiras	https://static.b2wdigital.com/upload/dfp/00003345.pdf
102-46	Processo para definição do conteúdo e limite do relatório	Página 60
102-47	Lista de aspectos materiais identificados no processo de definição do conteúdo	Página 60
102-48	Alterações significativas em relação a relatórios anteriores com relação aos temas materiais e seus respectivos limites	Em 2019 não houve mudanças significativas.
102-49	Mudanças significativas em comparação com anos anteriores no que se refere à lista de tópicos materiais, limite dos tópicos abordados	Não houve em relação a 2018
102-50	Período coberto pelo relatório	Página 6
102-51	Data do relatório anterior mais recente	2018
102-52	Ciclo de emissão dos relatórios	Anual
102-53	Dados para contato sobre dúvidas em relação ao relatório	sustentabilidade@b2wdigital.com
102-54	Premissas de relato de acordo com os Standards GRI	Página 6

102-55	Sumário de Conteúdo GRI	Página 81
102-56	Verificação externa	Este ciclo de relato, com base nos modelos de Relato Integrado e GRI, conta com auditoria externa da SGS ICS Certificadora S.A. As informações financeiras contam com auditoria da KPMG Auditores Independentes e PricewaterhouseCoopers e as informações sobre Emissões Atmosféricas com verificação da SGS ICS Certificadora S.A.
GRI Standards 2016: ABORDAGEM DE GESTÃO		
103-1	Explicação dos temas materiais e seus limites	Páginas 23, 30, 42, 52, 56, 59, 62, 63, 65, 67, 69, 74 e 78
103-2	Gestão sobre o tema material	Páginas 23, 30, 42, 52, 56, 63, 65, 67, 69, 74 e 78
103-3	Evolução da gestão	Páginas 23, 30, 42, 52, 56, 63, 65, 67, 69, 74 e 78

CONTEÚDO ESPECÍFICO		REFERÊNCIA (PÁG.) / RESPOSTA DIRETA
Disclosures Econômicos		
GRI Standards 2016: DESEMPENHO ECONÔMICO		
201-1	Valor econômico direto gerado e distribuído	Página 38
201-2	Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades para as atividades da organização devido a mudanças climáticas	Página 74
GRI Standards 2016: COMBATE À CORRUPÇÃO		
205-1	Percentual e número total de operações submetidas a avaliações de riscos relacionados a corrupção e os riscos significativos identificados	Página 32
205-2	Comunicação e treinamento em políticas e procedimentos de combate à corrupção	Páginas 32 e 33
205-3	Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	Páginas 32 e 33
GRI Standards 2016: CONCORRÊNCIA DESLEAL		
206-1	Número total de ações judiciais por concorrência desleal, práticas de truste e monopólio e seus resultados	Páginas 32 e 33

Disclosures Ambientais

GRI Standards 2016: EMISSÕES

305-1	Emissões diretas de gases de efeito estufa(GEE)(Escopo 1)	Mais informações sobre nossas emissões podem ser encontradas no Registro Público de Emissões: https://www.registropublicodeemissoes.com.br/participantes/2023
305-2	Emissões Indiretas de gases de efeito estufa(GEE)(Escopo 2)	
305-3	Emissões indiretas de gases de efeito estufa(GEE)(Escopo 3)	
305-4	Intensidade das emissões de Gases do Efeito Estufa(GEE)	Página 75
305-5	Redução de emissões de gases de efeito estufa(GEE)	Mais informações sobre nossas emissões podem ser encontradas no Registro Público de Emissões: https://www.registropublicodeemissoes.com.br/participantes/2023

GRI Standards 2016: CONFORMIDADE AMBIENTAL

307-1	Valor monetário de multas significativas e número total de sanções não-monetárias resultantes da não conformidade com leis e/ou regulamentos ambientais	Foram registrados casos pontuais e devidamente corrigidos quando identificados.
-------	---	---

Disclosures Sociais

GRI Standards 2016: EMPREGO

401-1	Total e taxas de novas contratações de empregados e rotatividade por faixa etária, gênero e região	A Companhia divulga a taxa de rotatividade anualmente no seu Formulário de Referência: https://static.b2wdigital.com/upload/outrosarquivamentoscvm/00003430.pdf A taxa de rotatividade segmentada por gênero e por cargo é mensurada e tratada internamente.
401-2	Benefícios oferecidos a empregados de tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou em regime de meio período, discriminados pelas principais operações	Todos nossos associados são regidos pela CLT, tendo direito às práticas previstas por lei, além de um amplo conjunto de benefícios, quaisquer que sejam os cargos que ocupem na Companhia, com exceção dos temporários. Dentre os benefícios estão: vale-transporte, seguro de vida, plano de saúde, assistência odontológica, valorefeição ou alimentação em refeitórios, descontos em compras de produtos na Americanas e nos sites Americanas.com, Submarino e Shoptime e descontos em academias, escolas de idiomas e universidades.
401-3	Taxas de retorno ao trabalho e retenção após licença maternidade/paternidade, discriminadas por gênero	Todos os associados da Companhia são regidos pela CLT, tendo direito a licença-maternidade/paternidade. Os demais indicadores são tratados internamente.

GRI Standards 2016: RELAÇÕES TRABALHISTAS		
402-1	Prazo mínimo de notificação sobre mudanças operacionais e se elas são especificadas em acordos de negociação coletiva	A Companhia está de acordo com a CLT e segue as orientações dos sindicatos.
GRI Standards 2018: SAÚDE E SEGURANÇA NO TRABALHO		
403-1	Sistema de gestão de saúde e segurança ocupacionais implementado	Página 56
GRI Standards 2016: TREINAMENTO E EDUCAÇÃO		
404-1	Média de horas de treinamento por ano, por empregado, discriminado por gênero e categoria funcional	As Companhias divulgam apenas o número total de horas de treinamento e o número médio de horas de treinamento realizado por associados. O número médio de horas de treinamento realizada por associado separados por gênero e categoria funcional é tratado internamente.
404-2	Programas de gestão de competências e aprendizagem contínua que apoiam a continuidade da empregabilidade dos funcionários em preparação para a aposentadoria	Página 52
404-3	Percentual de empregados que recebem regularmente análises de desempenho e de desenvolvimento de carreira, discriminado por gênero e categoria funcional	O percentual não foi calculado em 2019, devido à reestruturação do modelo.
GRI Standards 2016: DIVERSIDADE E IGUALDADE DE OPORTUNIDADES		
405-1	Diversidade dos colaboradores e órgãos de governança, com porcentagens por gênero, faixa etária, grupos minorizados e outros indicadores	Não divulgamos dados segmentados por idade e categoria funcional. Esses dados são tratados internamente.
GRI Standards 2016: LIBERDADE DE ASSOCIAÇÃO E NEGOCIAÇÃO COLETIVA		
407-1	Operações identificadas em que o direito de exercer a liberdade de associação e a negociação coletiva pode estar correndo risco significativo e as medidas tomadas para apoiar esse direito	Não houve.
GRI Standards 2016: TRABALHO INFANTIL		
408-1	Operações próprias e de fornecedores em que foi identificado risco significativo de ocorrência de trabalho infantil e as medidas tomadas para contribuir para a abolição do trabalho infantil	Não há.
GRI Standards 2016: TRABALHO FORÇADO OU ANÁLOGO AO ESCRAVO		
409-1	Operações próprias e de fornecedores em que foi identificado risco significativo de ocorrência de trabalho forçado ou análogo ao escravo e as medidas tomadas para contribuir para a erradicação do trabalho forçado ou análogo ao escravo	Não há.

GRI Standards 2016: AVALIAÇÃO SOCIAL DE FORNECEDORES		
414-1	Percentual de novos fornecedores selecionados com base em critérios relativos a direitos humanos	Página 65
GRI Standards 2016: POLÍTICAS PÚBLICAS		
415-1	Valor total de contribuições financeiras para partidos políticos e políticos discriminadas por país e destinatário/beneficiário	Não foram feitas contribuições.
GRI Standards 2016: MARKETING E ROTULAGEM		
417-1	Tipo de informação sobre produtos e serviços exigida por procedimentos de rotulagem, e o percentual de produtos e serviços sujeitos a tais exigências	Página 65
417-2	Número total de casos de não conformidades com regulamentos e/ou códigos voluntários relacionados a informações e rotulagem de produtos e serviços, discriminados por tipo de resultado	Houve casos pontuais no marketplace, sem impactos financeiros ou ao consumidor.
417-3	Número total de casos de não-conformidade com regulamentos e/ou códigos voluntários relativos a comunicações de marketing, incluindo publicidade, promoção e patrocínio, discriminados por tipo de resultado	Não houve.
GRI Standards 2016: PRIVACIDADE DO CLIENTE		
418-1	Número total de reclamações comprovadas relativas à violação de privacidade e à perda de dados de clientes	Não houve registro de reclamações.
GRI Standards 2016: CONFORMIDADE SOCIOECONÔMICA		
419-1	Multas ou sanções não monetárias significativas por não conformidade com leis e regulamentos relativos às áreas social e econômica	Não foi identificado nada significativo e eventuais casos foram identificados e resolvidos de acordo com os quesitos legais e valores da Companhia.

Mapa de Capitais



Natural

Página 58



Financeiro

Página 29
Página 37



Manufaturado

Página 08



Humano

Página 41



**Social e de
Relacionamento**

Página 08
Página 29
Página 41
Página 58



Intelectual

Página 08
Página 29
Página 41

CARTA DE ASSEGURAÇÃO

DECLARAÇÃO DA SGS ICS CERTIFICADORA LTDA. (SGS) SOBRE AS ATIVIDADES DE SUSTENTABILIDADE NO "RELATÓRIO ANUAL 2019" DA B2W DIGITAL S.A.

NATUREZA E ESCOPO DA ASSEGURAÇÃO

A SGS foi contratada pela B2W DIGITAL S.A. para realizar a asseguração independente de seu Relatório de Sustentabilidade 2019. O escopo de asseguração, baseado na metodologia para assegurações de relatórios de Sustentabilidade da SGS, incluiu a verificação dos disclosures segundo GRI Standards relativos no ano de 2019.

As informações do "RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2019" e sua apresentação são de exclusiva responsabilidade das estruturas de gestão da B2W DIGITAL S.A. A SGS não fez parte da preparação de nenhum material incluído no referido relatório tais como análises de riscos, testes de materialidade e outras questões críticas que podem vir afetar negativamente os negócios da B2W DIGITAL S.A. Nossa responsabilidade foi a de expressar uma opinião sobre o texto, dados, gráficos e declarações dentro do escopo de asseguração, detalhado a seguir com a intenção de informar as partes interessadas da B2W DIGITAL S.A.

O Grupo SGS desenvolveu um conjunto de protocolos de Asseguração de Comunicados de Sustentabilidade baseando-se nas melhores práticas apresentadas no guia *GRI Sustainability Reporting Standards* e o padrão de asseguração ISAE3000. Estes protocolos dão diferentes opções de nível de Asseguração, dependendo do contexto e da capacidade da Organização Declarante, neste caso, a B2W DIGITAL S.A.

Este relatório foi assegurado utilizando nossos protocolos para avaliação da veracidade do conteúdo e seu alinhamento com os tópicos de requirements do *GRI Sustainability Reporting Standards*, (Universal Standards 101, 102 e 103) e também com os requirements dos Topic-specific Standards (GRI 200, GRI 300 e GRI 400) de acordo com os temas materiais identificados pela a B2W DIGITAL S.A. através do processo descrito neste relatório. Com base nesse contexto, o "RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2019" adota as diretrizes apontadas pela Global Report Initiative (GRI), opção de adesão Essencial.

O processo de asseguração compreendeu (i) a revisão dos disclosures, informações e dados presentes em versão preliminar sem diagramação do relatório de sustentabilidade; (ii) entrevistas com colaboradores estratégicos, tanto para compreensão dos dados do relatório, quanto para entendimento dos processos de gestão envolvidos com os temas materiais; e (iii) revisão de documentação complementar encaminhada pela a B2W DIGITAL S.A. à SGS. As informações contábeis da B2W DIGITAL S.A contidas e/ou referenciadas e o índice remissivo do "RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2019", não foram avaliadas como parte deste processo de asseguração.

A equipe da SGS e da B2W DIGITAL S.A, seguindo as recomendações da Organização Mundial de Saúde e respeitando o período de quarentena devido a pandemia da Covid-19, conduziu o processo de asseguração remotamente.

DECLARAÇÃO DE INDEPENDÊNCIA E COMPETÊNCIA

O Grupo de empresas da SGS é líder mundial em inspeções, análises e verificações, com operações em mais de 140 países e prestando serviços que incluem a certificação de sistemas de gestão, auditorias e capacitação nas áreas de qualidade, ambiental, social e ética, asseguração de relatórios de sustentabilidade e verificação de gases de efeito estufa. A SGS afirma sua independência com relação à B2W DIGITAL S.A, estando livre de conflito de interesse com a organização, suas subsidiárias e partes interessadas.

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

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

PARECER DE ASSEGURAÇÃO

Foi solicitada uma asseguração limitada e o trabalho realizado foi suficiente e adequado para essa asseguração. Com relação à verificação realizada na metodologia, processos e os dados apresentados pela B2W DIGITAL S.A., atestamos que as informações e dados contidos nos disclosures do "RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2019" são confiáveis e uma representação equilibrada das atividades de sustentabilidade desenvolvidas pela B2W DIGITAL S.A no ano-base 2019. A equipe de asseguração dá o parecer de que os disclosures do relatório podem ser utilizados pelas partes interessadas da empresa como parte de seus processos de avaliação da companhia. A organização escolheu o nível de asseguração baseada nos requirements do *GRI Sustainability Reporting Standards*, opção Essencial, de acordo com suas necessidades.

Em nossa opinião, com base na amostragem do que foi verificado nos materiais apresentados pela B2W DIGITAL S.A, o conteúdo do relatório atende as diretrizes do GRI Standards.

RECOMENDAÇÕES, CONSTATAÇÕES E CONCLUSÕES DA ASSEGURAÇÃO

Os disclosures do Relatório da B2W DIGITAL S.A., "RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2019", estão alinhados com os *GRI Sustainability Reporting Standards* (Universal Standards 101, 102 e 103) e também com os requirements dos *Topic-specific standards* (GRI 200, GRI 300 e GRI 400) porém não são reportados integralmente todos os disclosures obrigatórios para opção Essencial. Mencione-se também que os aspectos materiais foram apropriadamente definidos de acordo com os Princípios de Relato e indicados ao longo do relatório e/ou no índice remissivo.

Reconhecemos o empenho e esforço dedicado pela B2W DIGITAL S. A., em realizar a divulgação do Relatório de Sustentabilidade baseado no *GRI Sustainability Reporting Standards*, (Universal Standards 101, 102 e 103) e também com os requirements dos *Topic-specific Standards* (GRI 200, GRI 300 e GRI 400), e tem como oportunidade de melhoria um maior detalhamento sobre a forma de gestão de cada tópico material em próximo relatório de sustentabilidade (Universal Standards 103). Para os disclosures 401-1, 401-3, 404-1, 405-1, a organização optou pelo relato parcial, conforme justificativas inseridas no sumário.

É válido mencionar que para os seguintes disclosures 205-3, 206-1, 307-1, 417-2, 417-3 e 419-1 não foi possível verificar as evidências das declarações realizadas no "RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2019" junto aos responsáveis das áreas tendo em vista que a auditoria foi realizada remotamente devido à pandemia do COVID-19, sendo assim, algumas áreas e processos não conseguiram atender ao processo de asseguração.

Em termos de contribuição à melhoria no desenvolvimento de futuros relatórios de sustentabilidade e a uma maior eficiência no processo de asseguração, sugere-se que a B2W DIGITAL S.A:

1. Divulgue os objetivos e as metas de todos os tópicos materiais. O relatório pode assumir o papel de grande fonte de informações sobre sustentabilidade atendendo todos os stakeholders e apoiando-os em suas tomadas de decisões e levantamento de novas preocupações.
2. Promova uma melhor divulgação e aproveitamento interno dos aprendizados extraídos do novo processo de materialidade, visando amadurecer os pontos de contato com as áreas respondentes aos disclosures. Essa prática permitirá um relato cada vez mais completo, preciso e transparente.
3. No contexto do relatório, continuar buscando um relato enxuto, sem perder conteúdo. Destacar os ganhos importantes na área de sustentabilidade que se solidificaram a cada ano na gestão e na estratégia da empresa.

4. Considerar a divulgação de outros disclosures não reportados, mas que organização possuí formas de gestão (Saúde e Segurança, Ecoeficiência, entre outros).

Finalmente, a SGS parabeniza a B2W DIGITAL S.A. pela iniciativa de conduzir uma asseguração de seu relatório, e pelo compromisso histórico com a sustentabilidade e faz votos de que se mantenham os avanços significativos no tema que a empresa tem obtido nos últimos anos.

29 de Maio de 2020

Assinado por e em nome da SGS



Fabian Peres Gonçalves

Gerente de Negócios – Sustentabilidade



Marina Steck M. Cruz

**Auditor Líder de Relatório de
Sustentabilidade**

CRÉDITOS

COORDENAÇÃO

Diretoria de Comunicação e Sustentabilidade
Diretoria de Relações com Investidores

REDAÇÃO, CONSULTORIA GRI, PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO

Ricca Sustentabilidade

CONTATO

sustentabilidade@b2wdigital.com