

B2W 2020

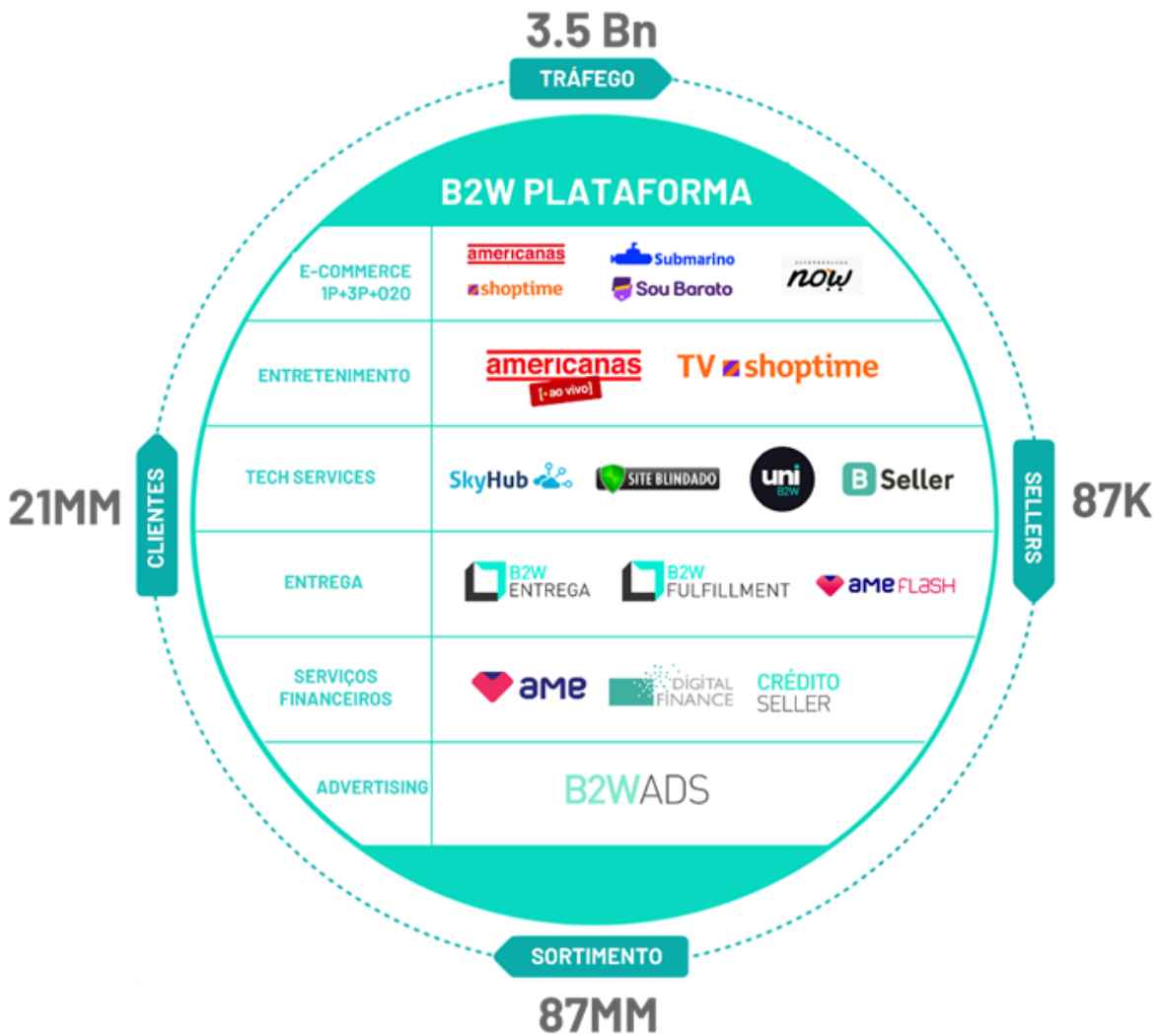
Relatório da Administração





RELATÓRIO DA ADMINISTRAÇÃO 2020

Plataforma digital com o propósito de CONECTAR
PESSOAS, NEGÓCIOS, PRODUTOS E SERVIÇOS.





PERFIL ORGANIZACIONAL

A B2W é uma plataforma completa que conecta Clientes e parceiros estratégicos como Sellers e Fornecedores. Atuamos em eCommerce e Marketplace por meio das marcas Americanas.com, Submarino, Shoptime, além de oferecer diversas soluções digitais.

A Americanas é a acionista controladora da B2W DIGITAL, com participação de 62,48%. A Companhia está sediada no Rio de Janeiro e suas ações são negociadas por meio do código BTOW3 na B3, no segmento Novo Mercado, que possui o mais alto índice de Governança Corporativa do Brasil.

VISÃO

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

VALORES

- 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**
- **Respirar inovação** o tempo todo

AS MAIORES E MAIS QUERIDAS MARCAS DA INTERNET

A B2W Digital possui o mais completo portfólio de marcas do e-commerce, que apresentam perfis de clientes complementares, com baixa sobreposição (85% de nossos clientes compram em apenas uma marca). A operação multimarcas da B2W Digital é uma vantagem competitiva que permite: i) atrair mais clientes, ii) otimizar o tráfego direto e SEO, iii) aumentar a relevância e presença das marcas, e iv) aumentar o sortimento disponível através da conexão de diferentes marcas e Sellers.

Americanas.com

A maior loja. Os menores preços

A Americanas é a maior loja online brasileira, com milhões de produtos disponíveis, em mais de 40 categorias, sendo conhecida por ter tudo, desde produtos internacionais à produtos de mercado. Eleita pelos clientes como a nº 1 em atendimento e a loja mais querida da internet, a Americanas oferece a melhor experiência de compra e diversas opções de entrega aos clientes.

A marca é democrática, inclusiva e presente no dia a dia dos brasileiros. Os clientes podem comprar pelo site, app ou em quiosques instalados nas lojas e receber seus produtos em casa, ou nos mais de 11.mil pontos de retirada conectados ao nosso ecossistema (lojas da Americanas, lojas de sellers parceiros e lockers), em mais de 5,3 mil municípios do Brasil, espalhadas por todo o país.

Submarino

Os produtos que você curte e o melhor serviço da internet

O Submarino é uma marca digital, referência em livros, games, tecnologia e entretenimento. O objetivo da marca é levar a melhor experiência aos clientes, através dos principais assuntos que rolam na internet e os maiores lançamentos a todo momento, sempre com um conteúdo de qualidade e curadorias feitas por quem entende do assunto! Além disso, nosso site e app contam com uma navegação ágil para potencializar nossa experiência de compra e a busca por novos produtos.

Shoptime

Produtos exclusivos e demonstração ao vivo

O Shoptime é o maior canal de home shopping da América Latina. Especializada na demonstração de produtos ao vivo, está no ar 24 horas todos os dias, levando aos clientes conteúdo e entretenimento. O Shoptime oferece itens exclusivos e soluções práticas para o dia a dia com suas marcas próprias Casa & Conforto (cama, mesa e banho), Fun Kitchen (eletroportáteis), La Cuisine (utilidades domésticas) e Life Zone (esporte e lazer).

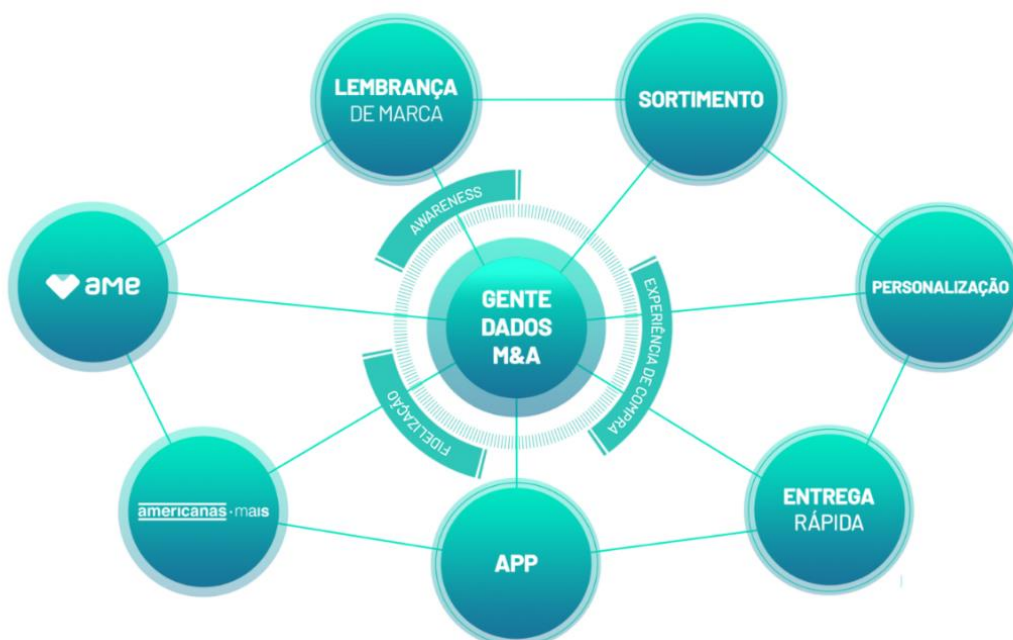
Sou Barato

O outlet da Americanas.com

O Sou Barato, outlet da Americanas.com, oferece produtos reembalados (que foram devolvidos por outro cliente e/ou tiveram a embalagem original danificada durante o processo de distribuição), produtos usados (que são testados, reconfigurados e higienizados para que estejam em perfeito funcionamento) e novos. Todos os produtos vendidos possuem garantia. São mais de 22 mil produtos, divididos entre 20 departamentos, com descontos que chegam a 60%. Além dos produtos reembalados e usados, também oferece um sortimento de mais de 10 milhões de itens de produtos internacionais, com frete grátis.

Algoritmo de Crescimento

Em linha com a nova rota de crescimento para 2021, otimizamos o nosso algoritmo de crescimento com foco em maximizar a experiência do cliente por meio de 3 elementos: Awareness, Experiência de Compra e Fidelização. Com esse objetivo, definimos 7 variáveis que vão conduzir nossas ações: Sortimento, Personalização, Entrega Rápida, APP, Americanas Mais, Ame e Lembrança de Marca. Seguiremos investindo de forma intensiva em gente, cultura de dados e eventuais aquisições estratégicas, como forma de suportar o funcionamento do algoritmo. A expressiva aceleração do crescimento em jan/21 (+83%) e fev/21 (+90%), já demonstra o resultado das diversas iniciativas em curso na Companhia.





- **Sortimento**

- **Ofertas:** O número de itens ofertados nos sites totalizou 87,2 milhões ao final do 4T20, crescimento de 196% vs o 4T19, impulsionado pelo Marketplace.
- **Itens vendidos:** O total de itens vendidos no 4T20 apresentou crescimento de 68% vs o 4T19, impulsionado pelo Marketplace e pelas categorias de cauda longa.
- **Americanas Mercado:** A categoria apresentou crescimento de 8,8x no 4T20 e se consolidou como a maior da B2W em itens vendidos e uma das 10 maiores em GMV. Segue em rápida expansão geográfica através de parcerias como Carrefour e Grupo Big, disponível em 61 cidades nos estados de SP, RJ, ES, MG, RS e BA. Ao longo do ano, a categoria apresentou um crescimento de 503% no número de clientes cadastrados, atingindo uma base de 1,9 MM em dez/20.
- **Cross Border:** Operação de Cross Border que possibilita que os clientes comprem produtos de todos os lugares do mundo (incluindo EUA e China), criando uma nova frente de crescimento para o B2W Marketplace. Lançada em mar/19, a operação segue em rápido desenvolvimento.
 - Americanas Mundo apresentou crescimento de GMV Total de 170% em 2020.
 - A Americanas Mundo teve o item mais vendido da Black Friday de 2020. Durante o pico da operação no evento, a Americanas Mundo alcançou 50% de participação nas vendas da Americanas.com.
- **Americanas Empresas (vendas corporativas):** A plataforma de vendas B2B, voltada exclusivamente a atender clientes com CNPJ, tem o objetivo de levar mais facilidades para empresas, oferecendo todos os benefícios do Universo Americanas.
 - Ao longo do ano, a operação apresentou forte crescimento na venda de itens para home office. Em nov/20, a marca registrou crescimento de 171% nas vendas, em relação ao mesmo mês do ano passado. Parte do crescimento veio pela maior procura de notebooks e telefonia.
 - Além disso, a Americanas Empresas ofereceu maior facilidade a milhares de empresas para atender a demanda de brindes e cestas de Natal. Para isso, lançamos a campanha "Presenteie quem faz a sua empresa acontecer" na qual uma das novidades foi a opção de entrega de uma mesma compra de presentes para múltiplos endereços.

- **Personalização e UX:**

- **Recomendação:** Implementamos nova configuração de hotspots para recomendação de produtos de forma personalizada, permitindo ações para retenção de clientes.
- **Search Engine:** Uso intensivo de tecnologia para desenhar uma nova solução para os títulos e descrições das páginas, tornando a informação mais clara para os clientes e gerando uma melhor experiência nos mecanismos de busca.
- **Novo Selo e Filtro de Frete Rápido na busca:** Com o novo filtro nos sites e Apps, os clientes podem selecionar na busca os produtos que possuem prazos mais rápidos de entrega, melhorando a experiência de compra e a conversão.
- **Novas páginas de produto no Submarino e Shoptime:** Com um novo layout para a página de produto no Submarino e Shoptime, oferecemos uma experiência mais simples e com informações mais integradas.
- **Integração FAQ com chat:** Para facilitar os fluxos de autoatendimento, ativamos a FAQ integrada com chat, trazendo conteúdos que ajudam o cliente a sanar dúvidas sobre o fluxo de compra de maneira rápida, direta e personalizada.
- **Recomendação de itens O2O:** Nossas recomendações passaram a considerar a região dos usuários para recomendar produtos de forma ainda mais assertiva e otimizar o cálculo do frete. Além disso, sinalizamos os produtos disponíveis com entrega no mesmo dia. O2O Submarino e Shoptime: O sortimento das lojas da Americanas foi habilitado no Submarino e no Shoptime,



permitindo que os clientes possam receber seus produtos em até 3 horas ou pegar na loja no mesmo dia.

- Checkout: Reestruturamos as páginas de pagamento das marcas com otimização técnica. Houve um ganho de performance de 67% e aumento de 1.6% na taxa de conversão.

- **Entrega Rápida**

As entregas da B2W são operadas pela LET'S, plataforma de gestão compartilhada dos ativos de logística e distribuição do Universo Americanas. LET'S otimiza as operações das plataformas física e digital por meio de um modelo flexível, desde o recebimento do pedido até a entrega, gerando eficiências operacionais, importantes sinergias e otimizando a experiência do cliente.

- Prazo de Entrega consolidado: No 4T20, realizamos 1,9 MM de entregas em até 3h (11,5% do total). As entregas em até 24h (Same Day), representaram 40% do total.
- Fulfillment Centers: A LET's opera 22 FCs em 12 estados (BA, CE, MG, PA, PE, PR, RJ, RS, SC, SP, DF, ES).
- B2W Entrega: Atingiu mais de 85 mil Sellers ao final do 4T20, representando 97,5% da base total de Sellers e participando em mais de 80% dos pedidos realizados no Marketplace.
 - B2W Fulfillment: Conta com mais de 3 mil Sellers conectados e com estoques operados pela plataforma, incluindo nomes como Polishop, Estrela 10 e Americanas, garantindo menor prazo de entrega e valores de frete mais competitivos. Por meio do B2W Fulfillment, o cliente obtém a melhor experiência de compra, com todo o processo logístico (estoques, transporte e atendimento) operado pela B2W. Expandimos a oferta de área para armazenagem e passamos a operar Sellers em PE, RJ, RS e SP.
 - B2W Delivery: Novo serviço de frete para Sellers internacionais, já responsável por 92% das entregas do Cross Border no 4T20. O serviço permite maior controle da operação, com redução de 50% do prazo de entrega e um melhor nível de serviço.

- **Apps: Plataformas Mobile**

- Apps: 124 milhões de downloads dos apps das marcas desde os seus lançamentos. Em 2020, nossos apps totalizaram 62 MM de downloads e o App da Americanas foi o mais baixado na categoria de shopping (Fonte: App Annie).
- Tráfego: Ao longo do 4T20, o tráfego por dispositivos móveis representou 83% do total de visitas, um crescimento de 1,5 p.p. comparado com o 4T19.
- #LevelUp: A melhoria do App da Americanas, somado ao esforço do time de SEO em otimizar as lojas de aplicativos para o usuário, o app da Americanas foi o mais baixado do Brasil da categoria shopping na Black Friday 2020, segundo dados do App Annie.
- MAU: No 4T20, os apps das marcas totalizaram 39,7 milhões de usuários ativos (Monthly Active Users – Fonte: App Annie).

- **Americanas Mais**

O programa de fidelidade da Americanas (frete grátis e outros benefícios), iniciou uma nova etapa de expansão e passou a ser gratuito para toda a base de clientes. Com a mudança, todos os clientes da marca podem usufruir de frete grátis em milhões de produtos (identificados pelo selo “Amais”), além de entrega rápida em até 24 horas para diferentes localidades. O programa também passou a abranger todo o território nacional - até então, estava focado nas regiões Sudeste e Sul do país. Além do frete grátis e de entrega rápida, o Americanas Mais irá oferecer mais benefícios de forma gamificada (streaming, conteúdo e muito mais), estimulando a frequência de compras e a fidelização.

- **Ame Digital**

A Ame é uma das primeiras iniciativas da IF – Inovação e Futuro, Motor de Inovação do Universo Americanas e responsável por construir negócios disruptivos e potencializar diversas iniciativas dentro da Americanas e da B2W. As principais verticais de atuação da IF são: Acelerar iniciativas já existentes,



incubar novos negócios, investir em startups (venture capital), desenvolver tecnologias para varejo e prospectar novas oportunidades, incluindo operações de M&A.

A Ame, fintech e plataforma mobile de negócios, continua em rápido desenvolvimento, atingindo 17 milhões de downloads e 3 milhões de estabelecimentos conectados (off-us).

- O TPV do 4T20 atingiu R\$ 5,9 bilhões, +202% vs. 4T19.
- Ame possui mais de 70 funcionalidades com o objetivo de simplificar ainda mais a vida dos clientes. No 4T20, entregamos novas funcionalidades, como: (i) seguros, incluindo residencial e saúde; (ii) cartão de crédito Ame em parceria com o Banco do Brasil; (iii) integração com a Getnet e (iv) boleto Ame.
- Ame já nasceu *Pix native* e vem desenvolvendo tecnologias para implementação deste novo meio de pagamento nos mundos físico e digital. Dessa forma, em dez/20, a Americanas.com foi pioneira na utilização do Pix no e-commerce.
- Aceleramos a expansão do off-us em estabelecimentos de alta recorrência como postos de gasolina, supermercados e farmácia, firmando parceria com grandes redes e com estabelecimentos próximos as lojas da Americanas, ampliando a nossa capilaridade e fazendo da loja um hub de aceitação e uso de cashback.
- Avançamos na parceria com a BR Distribuidora, o que contribuiu para o crescimento do TPV off-us, frequência de utilização e base de clientes novos, gerando vendas adicionais para o Universo Americanas e reforçando o awareness da marca Ame em todo o país.
- Em out/20, foi lançado o cartão de crédito Ame emitido pelo Banco do Brasil. O produto traz benefícios únicos, pode ser isento de anuidade e tem aprovação automática. O cartão de crédito é digital-first e poderá ser emitido, em até 9 minutos, pelo app Ame e nas lojas da Americanas.
- Em dez/20, a Ame adquiriu a BIT Capital (Fintech especializada em soluções Core Banking) e Parati (BaaS & RegTech), importantes aquisições que contribuirão para desenvolver novas frentes de negócio e de monetização da plataforma.
- A Ame lançou o seu primeiro programa de trainee (“Traineeenja”), com o objetivo de atrair novos talentos com habilidades de UX, dados, tecnologia e inovação.
- Ame Flash, plataforma de crowdshipping que conecta entregadores independentes (motos, bicicletas e outros modais), encerrou o 4T20 com presença em mais de 700 cidades e mais de 25 mil entregadores conectados (vs 800 em dez/19).

• Lembrança da Marca

- Americanas segue como a marca mais lembrada pelos consumidores online no país. Na pesquisa Iluméo em dez/20, a Americanas registrou 94% de conhecimento de marca entre usuários de e-commerce de todo o Brasil.
- Americanas no BBB 21: Com o objetivo de fomentar a lembrança da marca em categorias de alta recorrência, estamos patrocinando o BBB 2021, incluindo o Americanas Mercado, demonstrando os atributos da operação, como compra 100% online e entrega no mesmo dia.
- SEO: Fomos premiados no estudo "Os domínios mais presentes no top 10 Brasil", feito pela empresa Conversion, especialista em SEO, com a primeira posição para a marca Americanas e no Top 5 com Submarino e Shoptime.



MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

Em 2020, iniciamos o plano estratégico integrado do Universo Americanas para os próximos 3 anos (2020-2022), que tem como objetivo ser mais relevante no dia a dia dos clientes, oferecendo: Tudo. A Toda Hora. Em Qualquer Lugar. Ao longo do ano, nos deparamos com um cenário desafiador, em função da pandemia da COVID-19, que trouxe enormes aprendizados e nos motivou a ser ainda mais ágeis, buscando soluções inovadoras para melhor atender o cliente.

Com isso, evoluímos para oferecer uma experiência mais conveniente e integrada para o cliente, entrando em novas categorias e entregando cada vez mais rápido. Ao longo de 2020, nossa base de clientes ativos atingiu 21,4 MM, conquistando 5,4 MM de novos clientes (5 anos em 1). Nosso GMV totalizou R\$ 27,7 Bi no ano e geramos R\$ 306 MM de caixa (+61% vs 2019).

O ano de 2020 também foi marcado pela nossa entrada na categoria de mercado, com a aquisição do Supermercado Now e a sua rápida integração na Americanas.com, já se tornando a maior categoria em unidades vendidas. Para 2021, seguiremos expandindo a categoria de mercado com a integração de novas lojas parceiras, como Carrefour, Grupo Big, entre outras.

Outro destaque foi o rápido crescimento do O2O, que já está presente em mais de 5 mil lojas da Americanas e de Sellers do Marketplace, gerando um GMV de R\$ 3,7 Bi em 2020 (+95% vs 2019). A integração com a Americanas permitiu realizar 6,9 MM (11% do total) de entregas em até 3h em 2020. Em 2021, a entrega em horas será uma das nossas prioridades.

Outra iniciativa para redução dos prazos de entrega foi a expansão da nossa malha logística com a abertura de 5 Fulfillment Centers (FCs), todos localizados em novos estados. Com isso, fechamos o ano com o total de 22 FCs em 12 estados, permitindo a entrega em até 24h para mais de mil cidades.

Reforçando nosso compromisso em oferecer a melhor experiência de compra da internet brasileira, trouxemos para o Brasil um novo modelo de venda com o Americanas ao Vivo (Live Commerce), que combina Compras e Entretenimento, incluindo a participação de diversos influenciadores digitais para demonstração ao vivo dos produtos.

Como resultado dessas iniciativas, o cliente segue reconhecendo as nossas marcas como as mais queridas da internet brasileira. Temos o maior NPS do eCommerce (8,8 – Fonte: Reclame Aqui), tanto na operação de 1P quanto no 3P e, recentemente, fomos o primeiro marketplace reconhecido com o selo RA 1000 do Reclame Aqui na marca Americanas.com.

O ano de 2020 também marcou o rápido crescimento da Ame, nossa plataforma mobile de negócios, que já atingiu 17 MM de downloads. Ao longo do ano, estabelecemos diversas parcerias estratégicas, acelerando a aceitação fora das nossas plataformas, totalizando aproximadamente 3 MM de estabelecimentos. Ame segue evoluindo na estratégia de construção da plataforma financeira com duas importantes aquisições: BIT Capital (Fintech especializada em soluções Core Banking) e Parati (Bank as a Service & RegTech).

Em 2021, iniciamos uma nova rota de crescimento, já apresentando uma expressiva aceleração em jan/21 (+83%) e fev/21 (+90%), impulsionada pela forte performance do Marketplace, e estamos extremamente motivados para antecipar o nosso plano estratégico de 3 anos (2020-2022). Nessa nova jornada, vamos desenvolver e expandir o nosso alcance, entrando com escala e velocidade em novas categorias, gerando crescimento, rentabilidade e um poderoso efeito de rede.

Nesse sentido, conforme divulgado em Fato Relevante (19/02/21), os Conselhos de Administração da Americanas e da B2W aprovaram que se estude uma potencial combinação operacional de seus negócios, com o objetivo de maximizar a experiência do cliente em uma nova jornada de criação de valor do Universo Americanas.

Seguimos firmes no nosso propósito de CONECTAR PESSOAS, NEGÓCIOS, PRODUTOS E SERVIÇOS e no cumprimento do nosso importante papel social no país, sobretudo, nesse momento de incertezas.

Aproveitamos a oportunidade para agradecer ao nosso time pelo engajamento e dedicação. Agradecemos também aos nossos fornecedores, aos Sellers do Marketplace, aos acionistas e, principalmente, aos Clientes.

Marcio Cruz
CEO, B2W Digital



ESTRATÉGIA E INVESTIMENTO

CENÁRIO ECONÔMICO

O ano de 2020 foi marcado pela maior crise sanitária da história moderna, a pandemia da COVID-19, e basicamente todo o noticiário girou em torno de suas consequências e das ações que foram tomadas para combatê-la. Hoje, com o início das vacinações em massa, e com o legislativo voltando a focar na agenda de reformas, estamos confiantes de que teremos tempos melhores pela frente. Mesmo com a desaceleração da economia gerada pelas paralizações impostas pela pandemia, em 2020, o CAGED registrou uma criação de 142.690 empregos formais. Com a redução da atividade econômica e as expectativas de inflação ancoradas, o Banco Central reduziu a taxa de juros para a sua mínima histórica, levando a SELIC a fechar o ano no patamar de 2%. A inflação medida pelo IPCA encerrou o ano a 4,52%, 0,31 p.p acima da de 2019. O comércio eletrônico teve um crescimento expressivo, sendo impulsionado pelos novos hábitos de consumo trazidos pela pandemia e, segundo dados do e-Bit/Nielsen, apresentou um crescimento de 41% em relação a 2019. 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 sobre o varejo total e de outras oportunidades de negócios.

ESTRATÉGIA

A peça central da estratégia da Companhia é o cliente, e garantir uma experiência de compra online de excelência é o foco dos nossos esforços.

Para garantirmos uma experiência superior, em meio a um ambiente com desafios estruturais e logísticos, foi necessário investir fortemente na criação de uma plataforma única, que permite atender e superar as expectativas dos nossos clientes.

Ao longo dos últimos anos, a Companhia investiu em tecnologia, logística, distribuição, pagamentos e atendimento, criando a melhor experiência de compra. Com os principais investimentos estruturais realizados, a B2W segue investindo em sua Plataforma Digital, com o propósito maior de conectar pessoas, negócios, produtos e serviços.

Para garantir o sucesso na execução dessa estratégia, a Companhia conta com sua cultura inovadora e o melhor time digital da América Latina, incluindo mais de mil engenheiros de internet/tecnologia.

INVESTIMENTOS

Como parte de sua estratégia, a Companhia segue investindo na plataforma digital construída, com o objetivo de viabilizar o crescimento e a melhoria de suas operações. Em 2020, foram investidos R\$ 698,3 milhões, principalmente em tecnologia e inovação, com foco no desenvolvimento do Marketplace e das plataformas de venda por dispositivos móveis.

PANORAMA DO RESULTADO

PRINCIPAIS INDICADORES	4T20	4T19	Delta	2020	2019	Delta
GMV Total (R\$ MM)	9.184	6.647	+38,2%	27.721	18.778	+47,6%
Marketplace (R\$ MM)	5.590	4.267	+31,0%	16.821	11.589	+45,1%
Marketplace (% do GMV Total)	60,9%	64,2%	-3,3 p.p.	60,7%	61,7%	-1,0 p.p.
Sortimento (Itens/MM)	87,2	29,5	+57,7	87,2	29,5	+57,7
# Sellers (Novos/Mil)	7,4	8,1	-0,8	40,4	24,9	+15,5
# Sellers (Base/Mil)	87,3	46,8	+40,5	87,3	46,8	+40,5
Mobile (% do Tráfego)	83,0%	80,1%	+2,9 p.p.	82,0%	76,7%	+5,3 p.p.

DESTAQUES

Potencial combinação operacional dos negócios: Americanas e B2W

Americanas e B2W anunciaram o início dos estudos sobre uma potencial combinação operacional de seus negócios com o objetivo de maximizar a experiência do cliente em uma nova jornada de criação de valor do Universo Americanas.

Emissão de *Bonds* de US\$ 500 MM

B2W Digital estreou com sucesso no mercado internacional com a emissão de *bonds* no valor de US\$ 500 MM e prazo de 10 anos, com o objetivo de otimizar a estrutura de capital.

Clientes Ativos: 21,4 MM

B2W Digital atingiu 21,4 MM de clientes ativos (pelo menos uma compra LTM) em 2020 (+5,4 MM vs 2019).

Americanas ao Vivo (Live Commerce)

B2W Digital realizou 30 lives no 4T20 com influenciadores e Sellers do Marketplace. Ao longo de 35 horas de conteúdo, atraímos 495 mil visitantes únicos e 70 mil pedidos.

Entrega Rápida

No 4T20, realizamos 1,9 MM de entregas em até 3h (11,5% do total). As entregas em até 24h (Same Day), representaram 40% do total.

5 novos Fulfillment Centers (FCs) em 2020

LET'S abriu 5 novos FCs, atingindo o total de 22 FCs em 12 estados, e acelerou o plano de automação, encerrando o ano com 7 FCs com sorters.

Expansão do Americanas Mais

O programa de fidelidade que oferece frete grátis e entrega rápida foi expandido para todo o Brasil e se tornou gratuito para todos os clientes da Americanas.com. Os clientes terão ainda outros benefícios de forma gamificada, como streaming e ofertas especiais, estimulando a frequência de compras e a fidelização.

Nova plataforma de Marketplace

Em jan/21, o B2W Marketplace anunciou o lançamento de uma nova plataforma para aumentar a competitividade dos Sellers e melhorar o nível de serviço. Já estão em vigor as novas regras de comissionamento, cancelamento de pedidos e política de frete grátis com benefícios para os Sellers de acordo com o nível de serviço.

B2WADS: +219% no 4T20

A receita do B2WADS cresceu 219% no 4T20 (vs 4T19) e apresentou importante evolução na rentabilidade. O B2WADS é uma plataforma completa de publicidade com foco em alavancar a venda de parceiros como Sellers e Fornecedores.

Ame: TPV de R\$ 5,9 Bi no 4T20

O TPV da Ame segue em rápido crescimento, atingindo R\$ 5,9 Bi no 4T20 (+202% vs o 4T19).

Ame: Aquisições Bit Capital e Parati

Com o objetivo de acelerar o seu desenvolvimento e maximizar suas frentes de negócios, a Ame anunciou as aquisições da Bit Capital (Fintech especializada em soluções Core Banking) e Parati (BaaS & RegTech).

DESTAQUES FINANCEIROS

As informações contábeis que servem de base para os comentários abaixo referem-se ao 4T20 e estão de acordo com os padrões internacionais de relatório financeiro (IFRS), com as normas expedidas pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM), bem como pelo regulamento de listagem do Novo Mercado e em reais (R\$). As definições para as métricas ajustadas se encontram no Anexo III e no Anexo V.

- **GMV Total:** No 4T20, o GMV foi de R\$ 9.184,3 milhões, crescimento de 38,2% quando comparado aos R\$ 6.647,5 milhões registrados no 4T19. Em 2020, o GMV acumulado foi de R\$ 27.721,1 milhões, 47,6% superior aos 18.777,5 milhões em 2019.
- **Receita Bruta:** No 4T20, a receita bruta totalizou R\$ 4.161,7 milhões, crescimento de 48,3% quando comparado com os R\$ 2.806,7 milhões registrados no 4T19. Em 2020, o valor foi de R\$ 12.596,1 milhões, representando um crescimento de 50,7% comparado com a receita bruta de R\$ 8.357,4 milhões em 2019.
- **Receita Líquida:** No 4T20, a receita líquida totalizou R\$ 3.330,5 milhões, crescimento de 50,0% quando comparado com os R\$ 2.220,1 milhões registrados no 4T19. Em 2020, a receita líquida foi de R\$ 10.124,3 milhões vs R\$ 6.661,7 milhões em 2019, correspondendo a um aumento de 52,0%.
- **Lucro Bruto Ajustado:** No 4T20, o lucro bruto ajustado totalizou R\$ 1.095,6 milhões, crescimento de 50,4% vs os R\$ 728,4 milhões registrados no 4T19. A margem bruta ajustada foi de 32,9% no 4T20 vs 32,8% no 4T19. Em 2020, o lucro bruto foi de R\$ 3.220,2 milhões, representando um crescimento de 50,3% em relação ao valor de R\$ 2.142,9 milhões em 2019, com a margem bruta saindo de 32,2% em 2019 para 31,8% em 2020.
- **Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas (SG&A) Ajustadas:** No 4T20, as despesas com SG&A totalizam R\$ 709,9 milhões, o que representou 7,7% do GMV, um aumento de 0,6 p.p em relação aos 7,1% dos R\$ 474,1 milhões do SG&A do 4T19 sob o GMV do trimestre. Em 2020, as despesas somaram valor de R\$ 2.269,9 milhões, o que correspondeu a 8,2% do GMV, mesmo percentual dos R\$ 1.542,9 milhões de SG&A de 2019 em relação ao GMV do ano.
- **EBITDA Ajustado:** No 4T20, o EBITDA Ajustado atingiu R\$ 385,7 milhões, crescimento de 51,7% comparado com os R\$ 254,3 milhões registrados no 4T19. A margem EBITDA Ajustada saiu de 11,5% no 4T19 para 11,6% no 4T20, uma expansão de 0,1 p.p. Em 2020, o EBITDA ajustado foi de R\$ 950,2 milhões, representando um crescimento de 58,3% em relação ao valor de R\$ 600,1 milhões de 2019, com a margem EBITDA saindo de 9,0% em 2019 para 9,4% em 2020, um incremento de 0,4 p.p.
- **Outras receitas (despesas) operacionais:** No 4T20, as outras receitas (despesas) operacionais atingiram R\$ 16,9 milhões, vs. os R\$ 6,7 milhões registrados no 4T19. Em 2020, totalizou R\$ 75,6 milhões, comparado com os R\$ 46,6 milhões em 2019.

O crescimento da linha de outras receitas (despesas) operacionais está relacionado a despesas não recorrentes em função da COVID-19, incluindo testagem de funcionários, distribuição de EPIs, doações, dentre outros.

- **Resultado Financeiro Líquido:** No 4T20, o resultado financeiro líquido foi de R\$ -108,1 milhões vs R\$ -137,9 milhões no 4T19, evolução de 21,6%. Em 2020, o valor foi de R\$ -430,3 milhões, enquanto em 2019 foi R\$ -603,9 milhões, evolução de 28,7%.
- **Resultado Líquido:** No 4T20, o resultado líquido foi de R\$ 15,6 milhões vs R\$ -22,3 milhões no 4T19, o que representou uma melhora de 170,0%. A margem líquida apresentou uma evolução de 1,5 p.p., passando de -1,0% no 4T19 para 0,5% no 4T20. Em 2020, o resultado líquido foi de R\$ -203,8 milhões, representando uma melhora de 48,0% em relação ao valor de R\$ -391,6 milhões de 2019, com a margem líquida apresentando evolução de 3,9p.p., saindo de -5,9% em 2019 para -2,0% em 2020.



- **Gestão de Caixa:**

No 4T20, a geração de caixa foi de R\$ 718,3 MM e, no acumulado do ano de 2020, foi de R\$ 305,7 MM. A evolução na geração de caixa da companhia está associada à continuidade do forte crescimento do Marketplace e ao constante ganho de eficiência da operação de 1P, com foco na curadoria do sortimento para maximizar os resultados.

- Como forma de capturar todos os efeitos, a geração ou consumo de caixa é medida pela variação da dívida líquida em relação ao trimestre anterior, sempre desconsiderando eventuais recursos de operações de aumento de capital.
- Capital de Giro: -31 dias em dez/20. Esse resultado reflete o processo de curadoria e revisão do sortimento do 1P, a otimização no planejamento de compra de mercadoria, bem como o contínuo crescimento do 3P (Marketplace).

Importante lembrar 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 figura como intermediária e recebe uma comissão sobre as vendas realizadas).

- Investimentos: A B2W utiliza sua geração de caixa priorizando investimentos que apresentem os melhores retornos para os acionistas. Assim sendo, o total de investimentos incluindo CAPEX totalizou R\$ 184,7 MM no 4T20, representando 2,0% do GMV Total do trimestre. No acumulado do ano de 2020, o CAPEX foi de R\$ 698,3 milhões, correspondendo a 2,5% do GMV.

DEMONSTRATIVO DO RESULTADO

EXCLUINDO OS EFEITOS DA CONSOLIDAÇÃO DA TRANSPORTADORA DA B2W DIGITAL

B2W - Companhia Digital Demonstração de Resultados ¹	Consolidado Períodos findos em 31 de Dezembro			Consolidado Períodos findos em 31 de Dezembro		
	4T20	4T19	Variação	2020	2019	Variação
(em milhões de reais)						
Gross Merchandise Volume (GMV)	9.184,3	6.647,5	38,2%	27.721,1	18.777,5	47,6%
Receita Bruta de Vendas e Serviços	4.161,7	2.806,7	48,3%	12.596,1	8.357,4	50,7%
Impostos sobre vendas e serviços	(831,2)	(586,6)	41,7%	(2.471,8)	(1.695,7)	45,8%
Receita Líquida de Vendas e Serviços	3.330,5	2.220,1	50,0%	10.124,3	6.661,7	52,0%
Custo das mercadorias e serviços vendidos	(2.234,9)	(1.491,7)	49,8%	(6.904,2)	(4.518,7)	52,8%
Lucro Bruto	1.095,6	728,4	50,4%	3.220,1	2.142,9	50,3%
<i>Margem Bruta (% RL)</i>	32,9%	32,8%	0,1 p.p.	31,8%	32,2%	-0,4 p.p.
Receitas (Despesas) Operacionais	(863,9)	(609,5)	41,7%	(2.867,8)	(2.062,6)	39,0%
Com vendas	(647,0)	(426,2)	51,8%	(2.049,1)	(1.358,4)	50,8%
Gerais e administrativas	(62,8)	(47,9)	31,1%	(220,8)	(184,5)	19,7%
Depreciação e amortização	(154,0)	(135,4)	13,7%	(597,9)	(519,8)	15,0%
Resultado Operacional antes do Resultado Financeiro e da Equivalência Patrimonial	231,7	119,0	94,7%	352,3	80,3	338,7%
Resultado Financeiro Líquido	(108,1)	(137,9)	-21,6%	(430,3)	(603,9)	-28,7%
Receitas financeiras	84,5	130,8	-35,3%	348,6	496,9	-29,8%
Despesas financeiras	(192,6)	(268,6)	-28,3%	(778,8)	(1.100,8)	-29,2%
Equivalência patrimonial / Participação de acionista não controlador	(43,2)	(2,5)	1628,0%	(85,6)	(3,7)	2213,5%
Outras receitas (despesas) operacionais	(16,9)	(6,7)	152,2%	(75,6)	(46,6)	62,2%
Imposto de renda e contribuição social	(47,9)	5,9	911,9%	35,1	182,3	-80,7%
Resultado Líquido	15,6	(22,3)	170,0%	(203,8)	(391,6)	-48,0%
<i>Margem Líquida (% RL)</i>	0,5%	-1,0%	1,5 p.p.	-2,0%	-5,9%	3,9 p.p.
EBITDA Ajustado	385,7	254,3	51,7%	950,2	600,1	58,3%
<i>Margem EBITDA Ajustada (% RL)</i>	11,6%	11,5%	0,1 p.p.	9,4%	9,0%	0,4 p.p.

Efeitos da consolidação das transportadoras subsidiárias da B2W Digital.

SEM EXCLUIR OS EFEITOS DA CONSOLIDAÇÃO DA TRANSPORTADORA DA B2W DIGITAL

B2W - Companhia Digital Demonstração de Resultados ¹	Consolidado Períodos findos em 31 de Dezembro			Consolidado Períodos findos em 31 de Dezembro		
	4T20	4T19	Variação	2020	2019	Variação
(em milhões de reais)						
Gross Merchandise Volume (GMV)	9.184,3	6.647,5	38,2%	27.721,1	18.777,5	47,6%
Receita Bruta de Vendas e Serviços	4.161,7	2.806,7	48,3%	12.596,1	8.357,4	50,7%
Impostos sobre vendas e serviços	(831,2)	(586,6)	41,7%	(2.471,8)	(1.695,7)	45,8%
Receita Líquida de Vendas e Serviços	3.330,5	2.220,1	50,0%	10.124,3	6.661,7	52,0%
Custo das mercadorias e serviços vendidos	(2.338,1)	(1.556,6)	50,2%	(7.247,3)	(4.756,4)	52,4%
Lucro Bruto	992,4	663,5	49,6%	2.877,0	1.905,3	51,0%
<i>Margem Bruta (% RL)</i>	29,8%	29,9%	-0,1 p.p.	28,4%	28,6%	-0,2 p.p.
Receitas (Despesas) Operacionais	(760,7)	(544,6)	39,7%	(2.524,7)	(1.825,0)	38,3%
Com vendas	(543,9)	(361,3)	50,5%	(1.706,0)	(1.120,8)	52,2%
Gerais e administrativas	(62,8)	(47,9)	31,1%	(220,8)	(184,5)	19,7%
Depreciação e amortização	(154,0)	(135,4)	13,7%	(597,9)	(519,8)	15,0%
Resultado Operacional antes do Resultado Financeiro e da Equivalência Patrimonial	231,7	119,0	94,7%	352,3	80,3	338,7%
Resultado Financeiro Líquido	(108,1)	(137,9)	-21,6%	(430,3)	(603,9)	-28,7%
Receitas financeiras	84,5	130,8	-35,3%	348,6	496,9	-29,8%
Despesas financeiras	(192,6)	(268,6)	-28,3%	(778,8)	(1.100,8)	-29,2%
Equivalência patrimonial / Participação de acionista não controlador	(43,2)	(2,5)	1628,0%	(85,6)	(3,7)	2213,5%
Outras receitas (despesas) operacionais	(16,9)	(6,7)	152,2%	(75,6)	(46,6)	62,2%
Imposto de renda e contribuição social	(47,9)	5,9	911,9%	35,1	182,3	-80,7%
Resultado Líquido	15,6	(22,3)	170,0%	(203,8)	(391,6)	-48,0%
<i>Margem Líquida (% RL)</i>	0,5%	-1,0%	1,5 p.p.	-2,0%	-5,9%	3,9 p.p.
EBITDA Ajustado	385,7	254,3	51,7%	950,2	600,1	58,3%
<i>Margem EBITDA Ajustada (% RL)</i>	11,6%	11,5%	0,1 p.p.	9,4%	9,0%	0,4 p.p.

ENDIVIDAMENTO

Endividamento Consolidado - R\$ MM	Incluindo Efeitos do FIDC		Excluindo Efeitos do FIDC	
	31/12/2020	31/12/2019	31/12/2020	31/12/2019
Empréstimos e Financiamentos de Curto Prazo	429,1	1.321,0	158,5	872,0
Debêntures de Curto Prazo	1,9	0,2	1,9	0,2
Endividamento de Curto Prazo	431,0	1.321,2	160,4	872,2
Empréstimos e Financiamentos de Longo Prazo	6.941,9	4.912,2	6.941,9	4.912,2
Debêntures de Longo Prazo	389,1	200,0	389,1	200,0
Cash Flow Hedge Account ¹	(148,0)	-	(148,0)	-
Endividamento de Longo Prazo	7.183,0	5.112,2	7.183,0	5.112,2
Endividamento Bruto (1)	7.614,0	6.433,4	7.343,4	5.984,4
Disponibilidades	11.126,3	6.708,1	11.126,3	6.708,1
Contas a Receber de Cartão de Crédito Líquido de Antecipação	1.778,2	710,0	1.507,5	261,0
Disponibilidades Totais (2)	12.904,5	7.418,1	12.633,8	6.969,1
Caixa (Divida) Líquida (2) - (1)	5.290,5	984,7	5.290,5	984,7
Geração (Consumo) de Caixa²	718,4	479,3	718,4	479,3
Prazo Médio de Vencimento da Dívida (dias)	2.002	1.166	2.066	1.236

¹ A Companhia optou por adotar a metodologia Cash Flow Hedge Account na 5ª emissão de debenture (emissão dos bonds). Pelos princípios contábeis desta metodologia, o objeto do hedge é marcado a mercado no endividamento por custo amortizado, com contrapartida no Patrimônio Líquido. Para melhor comparabilidade entre os períodos, a dívida líquida ajustada deve ser considerada excluindo esse efeito.

²A geração ou consumo de caixa é medida pela variação da dívida líquida em relação ao trimestre anterior, desconsiderando eventuais operações de aumento de capital.

O contas a receber de clientes é composto, principalmente, por recebíveis de cartão de crédito, líquidos do valor descontado, que possuem liquidez imediata e podem ser considerados como caixa.

Em dez/18, o Conselho de Administração aprovou a estruturação do FIDC (Fundo de Antecipação de Recebíveis de Cartão de Crédito) com patrimônio líquido de R\$ 1,1 bilhão. O FIDC é uma ferramenta única no mercado, representando uma importante fonte de captação de recursos.

A COMPOSIÇÃO DO CONTAS A RECEBER DA B2W ESTÁ DEMONSTRADA NA TABELA A SEGUIR:

Conciliação Contas a Receber Consolidado - R\$ MM	Incluindo Efeitos do FIDC		Excluindo Efeitos do FIDC	
	31/12/2020	31/12/2019	31/12/2020	31/12/2019
Recebíveis de Cartões de Crédito Bruto	7.120,5	5.380,7	7.120,5	5.380,7
Desconto de Recebíveis	(5.342,4)	(4.670,7)	(5.613,0)	(5.119,7)
Contas a Receber de Cartão de Crédito Líquido de Antecipação	1.778,2	710,0	1.507,5	261,0
Ajuste a Valor Presente	(13,1)	(8,2)	(13,1)	(8,2)
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	(44,6)	(51,0)	(44,6)	(51,0)
Outras Contas a Receber	118,4	111,3	118,4	111,3
Contas a Receber Líquido Consolidado	1.838,9	762,1	1.568,3	313,2

SOBRE O DEMONSTRATIVO DE RESULTADO

EFEITOS NA CONSOLIDAÇÃO DA TRANSPORTADORA SUBSIDIÁRIA DA B2W DIGITAL

A BFF Logística e Distribuição Ltda., subsidiária da B2W Digital, presta serviços de distribuição de mercadorias para a Companhia, gerando um efeito de eliminação na receita bruta e nas despesas com vendas, gerais e administrativas (despesa de distribuição) consolidadas, conforme norma contábil vigente.

O lucro bruto consolidado é reduzido na proporção do efeito positivo observado nas despesas com vendas, gerais e administrativas, mas sem efeito no EBITDA Ajustado e na Margem EBITDA Ajustada.

EBITDA AJUSTADO

A Comissão de Valores Mobiliários (CVM) editou no dia 04/10/2012 a Instrução 527/12, que dispõe sobre a divulgação voluntária de informações de natureza não contábil, como o EBITDA. O objetivo da Instrução é o de uniformizar a divulgação desse dado a fim de melhorar o nível de compreensão dessas informações e torná-las comparáveis entre as companhias abertas.

Visando manter a consistência e a comparabilidade com os períodos anteriores, apresentamos a seguir a conciliação do EBITDA.

No 4T20, o EBITDA Ajustado foi de R\$ 385,7 milhões. Incluindo as outras receitas e despesas operacionais, não recorrentes e o resultado da equivalência patrimonial, o EBITDA, conforme instrução CVM 527/12 seria de R\$ 325,6 milhões no 4T20 (9,8% da RL). Em 2020, o EBITDA Ajustado foi de R\$ 950,2 MM. Conforme instrução CVM 527/12, seria de R\$ 778,4 MMM em 2020 (7,7% da RL).

Conciliação do EBITDA Consolidado - R\$ MM	4T20	Ajustes	4T20	2020 Ajustado	Ajustes	2020
EBITDA Ajustado	385,7	0,0	385,7	950,2	10,6	939,6
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(16,9)	-	(16,9)	(75,6)	-	(75,6)
Equivalência Patrimonial	(43,2)	-	(43,2)	(85,6)	-	(85,6)
EBITDA (CVM 527/12)	325,6	-	325,6	778,4	-	778,4
Imposto de renda e contribuição social	-47,9	-	(47,9)	35,1	(3,6)	38,8
Resultado Líquido	15,6	0,0	15,6	-203,8	7,0	-210,8

DEFINIÇÕES

- Capital de Giro**
 Calculado como a 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.
- Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas (SG&A) Ajustadas**
 SG&A excluindo os efeitos da consolidação das transportadoras subsidiárias da B2W Digital.
- Dívida (Caixa) Líquida**
 Calculada como a soma de endividamento de curto prazo e longo prazo, menos disponibilidades e contas a receber de cartão de crédito líquido de antecipação.
- Geração (Consumo) de Caixa**
 Como forma de capturar todos os efeitos, a geração ou consumo de caixa é medida pela variação da dívida líquida em relação ao trimestre anterior, sempre desconsiderando eventuais recursos de operações de aumento de capital.
- EBITDA Ajustado (LAJIDA)**
 Lucro operacional antes de juros, impostos, depreciação e amortização e excluindo outras receitas/despesas operacionais e equivalência patrimonial.



- **GMV (Gross Merchandise Volume)**
Vendas de mercadorias próprias, vendas realizadas no Marketplace e outras receitas (excluindo a comissão das vendas do Marketplace), após devoluções e incluindo impostos.
- **Lucro Bruto Ajustado**
Lucro bruto excluindo os efeitos da consolidação das transportadoras subsidiárias da B2W Digital.
- **Market Share**
Total de vendas nos sites da B2W, incluindo as vendas de Marketplace, dividido pelas vendas totais do mercado (fonte: e-Bit).
- **Participação Marketplace**
Vendas do Marketplace sobre o GMV consolidado total.

GOVERNANÇA CORPORATIVA

TRANSPARÊNCIA E COMPROMISSO COM STAKEHOLDERS

A B2W Digital foi constituída em 2006 sob as regras estabelecidas pela Bolsa de Valores de São Paulo (B3 S.A.) e pelo Novo Mercado, o que inclui uma base acionária composta exclusivamente por ações ordinárias e a eleição de membros independentes para o Conselho de Administração.

Estrutura acionária

As ações da B2W estão listadas na B3 S.A. e são negociadas sob o código BTOW3. Em 31 de dezembro de 2020, o bloco de controle da Americanas era composto por 62,48% das ações da Companhia.

Política de dividendos

O estatuto social da Companhia, em linha com os princípios da legislação vigente, fixa o valor mínimo para dividendos em 25% do lucro líquido do exercício, ajustado na forma da legislação em vigor. Em 2020, a B2W não distribuiu dividendos a seus acionistas.

Ações

As ações ordinárias da Companhia fazem parte do ITAG – Índice de Ações com Tag Along Diferenciado. Esse indicador é 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, como Ibovespa, IBRX 50, Icon, IGC, IVBX-2, ISE, MSCI, IBRA, IBXL, ICO2, IFNC, IGCT, IGCX, IGNM e MLCX e FTSE Russell.

Aderência à câmara de arbitragem

A B2W elegeu a mediação como meio de resolver conflitos de interesses entre sócios e administradores e entre estes e a Companhia. Na falta de um acordo, a empresa, seus acionistas e os administradores ficam obrigados a buscar, por meio de arbitragem, toda e qualquer disputa ou controvérsia que possa surgir entre eles. Essas controvérsias ou disputas poderão estar relacionadas com ou oriundas, em especial, de aplicação, validade, eficácia, interpretação, violação e seus efeitos das disposições contidas no estatuto social, nas disposições da Lei nº 6.404/76, nas normas editadas pelo Conselho Monetário Nacional, pelo Banco Central do Brasil e pela Comissão de Valores Mobiliários e nas demais normas aplicáveis ao funcionamento do mercado de valores mobiliários em geral, além daquelas constantes do Regulamento de Listagem do Novo Mercado, do Contrato de Participação do Novo Mercado, do Regulamento de Arbitragem da Câmara de Arbitragem do Mercado e, especialmente, do Termo de Voto e Assunção de Obrigações (“Termo de Voto”) celebrado em 13 de dezembro de 2006 e arquivado na sede da Companhia.

Estamos vinculados, também, à Câmara de Arbitragem do Mercado. Qualquer demanda pode ser conduzida por essa entidade, instituída pela B3 S.A., de acordo com o regulamento da referida Câmara, podendo as partes, nos termos do capítulo 12 do mesmo regulamento, eleger, de comum acordo, outra câmara ou centro de arbitragem para resolver seus litígios.



Audidores Independentes

Em conformidade com a Instrução CVM nº 381, a Companhia informa que os auditores independentes PricewaterhouseCoopers, prestou serviços de auditoria externa durante todo o período de 2020.

A política da Companhia na contratação de serviços, que não auditoria externa, de auditores independentes garante que não haja conflito de interesses e que os serviços contratados não comprometam a independência dos seus auditores. Assim, a companhia busca que seus auditores prestem serviço de forma objetiva e emitam uma opinião imparcial acerca das Demonstrações Financeiras da Companhia.

ESTRUTURA DE GOVERNANÇA

Conselho de Administração e Diretoria

A B2W conta com um Conselho de Administração formado por sete membros e adota uma série de iniciativas que vão além do que o Novo Mercado exige, como a participação de conselheiros independentes na composição do Conselho de Administração em número maior do que o mínimo exigido.

A avaliação dos conselheiros é feita a partir das metas financeiras e operacionais estabelecidas no ano anterior. Todo ano, o Conselho se reúne trimestralmente ou sempre que necessário por convocação de seu Presidente.

A Diretoria, enquanto órgão colegiado, exerce as atribuições que a lei, o Estatuto Social e o Conselho de Administração lhe conferirem para a prática dos atos necessários ao funcionamento regular da Companhia.

Membros independentes

Luiz Carlos Di Sessa Filippetti
Mauro Muratorio Not
Paulo Antunes Veras

Representantes da Controladora e membros do Conselho de Administração

Anna Christina Ramos Saicali
Celso Alves Ferreira Louro
Jorge Felipe Lemann
Miguel Gomes Pereira Sarmiento Gutierrez

Diretoria da B2W Digital

Marcio Cruz Meirelles – Diretor Presidente
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
Jean Pierre Lessa e Santos Ferreira – Diretor Operacional
Wellington de Almeida Souza – Diretor Operacional
Marcelo da Silva Nunes – Diretor Financeiro
Thiago Mendes Barreira – Diretor Comercial
Anna Christina da Silva Sotero – Diretora Comercial
José Mauro Rocha de Barros – Diretor Operacional

O PAPEL DOS COMITÊS

Comitê de Auditoria

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.

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

O 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 - Universo Americanas

Formalizado pelo Conselho de Administração em 2010, o Comitê de Sustentabilidade, conhecido como Companhia Verde, tem o compromisso de definir diretrizes de sustentabilidade corporativa com base nos pilares ambiental, social e governança (ESG). Atualmente, nossas frentes de atuação são voltadas para contribuir com o alcance da Agenda 2030 da ONU, que propõe 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) a serem incorporados nas estratégias de países e organizações. Composto por membros da Diretoria e executivos de diferentes áreas, além de contar com a participação de um membro do Conselho de Administração ao longo dos encontros, o Comitê traz uma visão multidisciplinar para a Companhia.

Em 2021, fomos selecionados pelo sétimo ano consecutivo para compor o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da B3. Também fomos selecionados para compor a carteira do Índice Carbono Eficiente (ICO2) da B3, da qual participamos anualmente desde seu início em 2010, afirmando nosso compromisso com a transparência das nossas emissões. Esse é o reconhecimento de um trabalho conjunto para a construção de uma Companhia socialmente justa, economicamente rentável e ambientalmente responsável.

POLÍTICAS E REGULAMENTOS

A B2W tem um conjunto de Políticas e Regulamentos elaborados com respeito aos valores da empresa e com o intuito de aprimorar ainda mais sua estrutura de governança corporativa, proporcionando um ambiente que visa garantir o cumprimento dos objetivos estratégicos da Companhia e mitigar os riscos de não realização deles, gerando valor a todos os seus stakeholders.

Buscando a realização de sua visão, missão e valores, em 2017, a B2W revisou e atualizou o Código de Ética da Companhia e também a Política de Compliance. Os dois documentos são públicos e estão disponíveis no site da Companhia Verde (www.companhiaverde.com.br). No momento da admissão, todos os associados recebem uma cópia do Código de Ética e Conduta, assinando um termo de ciência e acordo.

A B2W valoriza o comportamento íntegro, transparente e solidário e promove, desde 2014, os aspectos da Lei Anticorrupção (12.846/13), que trata a responsabilidade das empresas quanto às condutas lesivas contra a administração pública, nacional e estrangeira. O próprio Código de Conduta da Companhia, Política de Doações de Produtos e Apoio a Projetos e Política de Gerenciamento de Riscos tratam de temas que asseguram a conformidade com a Lei.

Em conformidade com a Instrução CVM 586 de junho de 2017, a Companhia divulgou em 31 de outubro de 2018 pela primeira vez, o Informe sobre o Código Brasileiro de Governança Corporativa, que versa sobre as práticas de governanças adotadas pela Companhia em relação a 5 esferas, são elas: Acionistas, Conselho de Administração, Diretoria, Órgãos de Fiscalização e Controle e Ética e Conflito de Interesses. E, em consonância com os princípios e práticas recomendadas no referido Informe (ICVM 586) foram formalizadas e/ou revisadas 8 Políticas e 5 Regulamentos, promovendo assim maior transparência e reduzindo a assimetria de informações aos seus stakeholders. Entre as Políticas/Regulamentos formalizados estão o Regimento Interno dos Comitês do Conselho de Administração, Política de Remuneração de Administradores, Política de Gerenciamento de Riscos, Regimento Interno da Diretoria e Política de Indicação de Administradores, dentre outros. Todos os documentos são públicos e estão disponíveis no site de Relação com Investidores da B2W (ri.b2w.digital).

Desde 2013 somos signatários do Pacto Global da Organização das Nações Unidas (ONU) e nossas estratégias e operações estão alinhadas aos Princípios Universais nas áreas de Direitos Humanos, Trabalho, Meio Ambiente e Anticorrupção, e à 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.

Em 2020 reformulamos nossa “Política de Sustentabilidade” com objetivo de reforçar a estratégia de ESG da companhia e seu compromisso com o desenvolvimento sustentável, buscando constantemente a redução de



impactos para o meio ambiente e o equilíbrio entre responsabilidade social e desenvolvimento econômico-financeiro.

Nesse sentido, promovemos e valorizamos a difusão de princípios de proteção e valorização dos direitos humanos, destacando esses termos nos contratos comerciais com o propósito de colaborar na erradicação do trabalho forçado 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. Apoiamos também diversas iniciativas dos setores público e privado, engajados na identificação dos riscos e potenciais impactos de violação dos direitos humanos associados às suas atividades.

DIGITAL LABS: B2W INOVAÇÃO E TECNOLOGIA (BIT)

O BIT – B2W Inovação e Tecnologia foi desenvolvido com o objetivo de criar um ambiente inspirador e colaborativo focado no desenvolvimento de novas tecnologias e soluções inovadoras. Em 2013, foi inaugurado o BIT RJ, formado pelas áreas de tecnologia e serviços digitais da B2W Digital. Neste local estão os responsáveis pelo desenvolvimento dos nossos sites, da plataforma Mobile e de Data Analytics. O escritório tem conceito open space, área para reuniões informais e uma arena para eventos diversos. O nosso escritório de São Paulo (BIT SP) foi inaugurado em 2014, para acomodar os times responsáveis pela plataforma do Marketplace e de um portfólio que compreende soluções como BSeller, SkyHub, entre outras. Em 2015, foi inaugurado o BIT Recife, que está localizado no Porto Digital, uma das referências em tecnologia e inovação do Brasil. No mesmo ano, abrimos o BIT Boston (US), estrategicamente posicionado entre o MIT e Harvard, universidades mundialmente conhecidas pela excelência em pesquisa, inovação, tecnologia e negócios.

Nossos BITs foram inspirados nos maiores e melhores centros mundiais de inovação e empreendedorismo e, atualmente, contam com mais de 1.500 engenheiros. Somos pioneiros no uso de Microservices, Cloud Computing, Kotlin, Clojure, Datomic, Go e React Native. Considerando a escala da B2W, quando não encontramos as ferramentas adequadas no mercado, desenvolvemos ferramentas in-house, e as disponibilizamos à comunidade como projetos Open Source. Esse é o caso da plataforma de MLOps Marvin, que hoje está incubada na Apache Foundation, do Asgard e do RestQL, que estão disponíveis no GitHub da B2W Digital. A Companhia ainda apoia a Comunidade de Open Data, tendo disponibilizado no GitHub da B2W Digital o B2W-Reviews01, o maior dataset de reviews de produtos disponível em português. Ainda na linha de apoiar as comunidades, a B2W disponibiliza artigos técnicos produzidos pelos profissionais da empresa no blog B2W Engineering.

Nos últimos anos, o BIT se tornou referência em iniciativas disruptivas, desenvolvendo projetos inovadores com as Universidades de Harvard e MIT, que resultaram em artigos publicados junto à comunidade científica. As frentes desenvolvidas foram: Otimização de Marketing (em parceria com o Laboratório de Inteligência Artificial da Universidade de Stanford, do professor Andrew Ng, fundador do Google Brains e co-fundador do Coursera), Last Mile (com o professor Matthias Winkenbach, diretor do MIT Megacity Logistics Lab) e Inteligência Artificial (criação do Marvin, plataforma open source de inteligência artificial atualmente incubada pela Apache Foundation).

Para atender as demandas específicas do negócio da B2W Digital, contamos com o Digital Labs, área que facilita as relações entre parceiros externos e diferentes grupos da companhia para resolver desafios de negócio através de projetos inovadores. Atualmente, o Digital Labs apoia diferentes projetos em parceria com a Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), com o MIT e com a startup BurnBright, atuando nas áreas de Aprendizado de Máquina, Arquitetura Escalável de Software, Processamento de Linguagem Natural e Gestão da Aprendizagem

MELHOR E MAIOR TIME DIGITAL DA AMÉRICA LATINA

TALENTOS PREPARADOS PARA CRESCER

A B2W Digital investe cada vez mais na atração, retenção e desenvolvimento de seus talentos, bem como no fortalecimento de sua cultura organizacional e identidade corporativa. Em um ano bastante desafiador, a



Companhia transformou os programas de recrutamento e seleção para o modelo 100% online, com muita gamificação e interação com os candidatos. Frente ao aumento crescente na demanda por profissionais qualificados para atuar no mercado digital, a B2W Digital intensificou o desenvolvimento de competência, buscando valorizar e capacitar sua equipe interna para alavancar cada vez mais os resultados. Atendendo às premissas de geração de empregos e da promoção do desenvolvimento local nas regiões em que atua, a B2W Digital tem a estratégia de priorizar a contratação de mão de obra local.

PERFIL PROFISSIONAL

Nosso quadro profissional fechou o exercício com um total de 11.521 associados (desses, 740 são sazonais), dos quais 5.789 mulheres (50,2%) e 5.732 homens (49,8%). Para promover a igualdade entre homens e mulheres, eliminando qualquer possibilidade de discriminação, apostamos na meritocracia como a única base para o desenvolvimento de carreira. Todos os associados cumprem a jornada legal de suas categorias profissionais, ingressando na Companhia com contratos de experiência de, no máximo, 90 dias. Após esse período, dependendo da avaliação, os profissionais têm seus contratos prorrogados por tempo indeterminado. Permanecemos adotando práticas de atuar em prol da diversidade e da igualdade de oportunidades. Todos os associados são selecionados única e exclusivamente por suas características e perfil profissional, não importando cor, sexo, orientações política, religiosa ou sexual, circunstâncias inscritas no Código de Ética da Cia e praticada em todos os níveis hierárquicos.

ATRAÇÃO DE TALENTOS

A B2W Digital desenvolveu um planejamento arrojado com o intuito de identificar os melhores talentos do mercado nas funções afins ao negócio, que tivessem perfil digital, empreendedor e alinhados aos valores e princípios da Companhia. Por meio das principais portas de entrada - Programas de Estágio, Trainee e Novos Talentos - recrutamos universitários e recém-formados que se identificam com o “Jeito de Ser B2W”.

Programa de Estágio B2W

Em 2020, nosso Programa de Estágio, contratamos 68 estagiários, no Rio de Janeiro e em São Paulo. Além de participarem de diversos treinamentos técnicos, comportamentais e de imersão na Cia, eles terão oportunidade de aprender na prática o que estão estudando em seus cursos, vivenciando no dia-a-dia o dinamismo de uma empresa digital.

Programa de Estágio Tech B2W Digital

Lançado em 2018, o antigo programa “Estágio Bit” tem foco na seleção de jovens talentos interessados em se tornar desenvolvedores front-end (profissionais que desenvolvem a interface entre sistema e usuário) e back-end (profissionais que atuam na programação e no banco de dados). Em um período de seis meses, os estagiários participam de aulas teóricas e práticas ministradas pelos associados da B2W Digital, passam por mentorias, job rotation, oficinas de creative thinking, desenvolvendo atividades em áreas diversas, e criam um projeto com auxílio de um instrutor (associado). Ao final do programa possuem a oportunidade de tornarem Desenvolvedores Jr. na B2W Digital.

Programa de Estágio Mestrado

Lançado em 2019, o projeto de parceria com o Departamento de Computação da UFSCar tem como objetivo promover o incentivo a pesquisa e troca de conhecimentos entre o ambiente acadêmico e corporativo. O projeto foca na evolução da plataforma Apache Marvin e conta com a participação de professores e alunos de mestrado da instituição de ensino.

Programa Trainee B2W Digital

Finalizamos o processo seletivo do Programa Trainee 2021 com a aprovação de 18 candidatos em um processo 100% online, interativo e gamificado. Os novos trainees percorrerão diversas áreas da Companhia, seguindo um modelo de job rotation, e depois serão alocados nas suas áreas, onde desenvolverão projetos específicos.

Programa Summer Job Nacional B2W Digital

Finalizamos o processo seletivo do Programa Summer Nacional 2020 com a aprovação de 22 candidatos em um processo 100% online e para todo o Brasil. Os novos summers da companhia passaram por onboarding e treinamentos de soft e hardskills para atuarem em projetos de relevância na B2W em diversas frentes do nosso negócio pelo período de 4 a 8 semanas.



Programa Summer Job Internacional B2W Digital

Com o propósito de atrair estudantes brasileiros que estão cursando graduação ou pós em faculdades no exterior (Estados Unidos e Europa), a B2W possui o programa Summer Job Internacional. Em 2020, nove jovens talentos fizeram uma imersão no nosso negócio, de 6 a 9 semanas, em projetos no financeiro, comercial, marketing, O2O, logística, núcleo de digital e gente e gestão. O objetivo é promover soluções com olhar de inovação, tecnologia e promover a troca de conhecimento.

Programa Novos Talentos

Com o propósito de capacitar os profissionais recém-formados para serem futuros líderes, de maneira acelerada, a Companhia possui o Programa Novos Talentos. Ao ingressarem na B2W Digital, os Novos Talentos são alocados diretamente em suas áreas de atuação para começarem a se desenvolver on the job. Eles também participam de palestras na “Visão Geral Corporativa”, na qual trocam experiências com gestores de diversas áreas, além de realizarem visitas técnicas a algumas unidades.

Programa Começando Juntos – Menor Aprendiz

A B2W Digital possui o programa “Começando Juntos” que oferece a primeira experiência no mercado de trabalho para Jovens Aprendizes desenvolverem suas competências. O programa engloba a qualificação profissional e interpessoal desses jovens, que tem se desenvolvido permanentemente por meio da inclusão de treinamentos presenciais, online (e-learning), além de outras ferramentas. Para a Companhia, é um orgulho poder contribuir no processo de formação de cidadãos e não apenas das competências profissionais destes jovens.

Programa SOMAR – Inclusão de Pessoas com Deficiência (PcD)

Ser uma Companhia cada vez mais inclusiva faz parte dos nossos valores. Com esse propósito, a B2W Digital ampliou a divulgação das vagas existentes nos canais institucionais e nas parcerias com secretarias municipais e consultorias especializadas para estas oportunidades. Além disso, identificar talentos e promover a qualificação de pessoas com deficiência em nossas unidades de negócio tem sido um grande desafio, considerando o crescimento acelerado do setor.

Top of mind nas Universidades

Nos últimos anos, reforçamos nosso time de atração de talentos e fizemos um projeto para definição do nosso EVP – Employee Value Proposition. O objetivo do projeto é reforçar a marca empregadora da B2W Digital nas universidades do Brasil e exterior, demonstrando todas as oportunidades de inovação, conhecimento, desenvolvimento e carreira que a Companhia pode oferecer. Como resultado, estamos reposicionamos a nossa Companhia como marca para o público de estudantes e profissionais e aumentamos em mais de 100% a quantidade de eventos que participamos nas Universidades em relação ao ano de 2019.

Maratona de Programação (Sociedade Brasileira de Computação)

Em 2020, a B2W Digital foi patrocinadora da XXV Maratona de Programação da SBC - Sociedade Brasileira de Computação. Além da contribuição com a premiação das equipes de Sudeste e Nordeste, associados da companhia contribuíram com palestras sobre Clean Coding e Localização de Facilidades.

Desafio de Programação UFABC e Semana de Computação USP

Participamos também da 23ª edição da SEMCOMP, a Semana de Computação da USP São Carlos e do Desafio de Programação da UFABC. Os eventos têm como objetivo complementar a formação dos alunos do curso de Ciências da computação e afins e prepará-los para futuras competições de programação.

Brazil Conference

A B2W Digital apoiou e participou da sexta edição do Brazil Conference at Harvard and MIT, realizada pela comunidade brasileira de estudantes de Boston para promover o encontro com líderes de diversos setores e com a missão de encontrar soluções inovadoras para o futuro do nosso país. A edição de 2020 teve seu formato online em virtude da pandemia da Covid-19. Também apoiamos o HackBrazil, competição de inovação e tecnologia, que nomeou cinco finalistas que disputaram a final até de abril de 2020, na própria Conferência Online.

Meetups

Em 2020, a B2W Digital deu continuidade às rodadas de meetups, realizando mais de 36 encontros em formato online. Os encontros são momentos de troca de informações e experiências sobre um tema específico, envolvendo profissionais das comunidades de tecnologia e outros temas com o time da B2W. Nesse período, tivemos encontros sobre Machine Learning, Java, Node, Clean Code Cloud, UX, Big Data e Analytics, Power BI e Elastic Stack em parceria com Afropython, Perifacode, Data Bootcamp, Mulheres em



UX, Devs Java Girl e muitas outras comunidades parceiras. Ao todo já foram mais de 2.700 participantes em nossos encontros online.

Projetos Integrados B2W Digital

Com o propósito de reforçar a B2W Digital como marca empregadora no Brasil e Exterior formamos parcerias com as Universidades Top of Mind com o objetivo de trabalharmos frentes de inovação, tecnologia e negócio. Ao longo de 2020, fizemos parcerias com os alunos do MBA de Illinois de Business Administration, MBA do Ibmec de Projetos, Negócios e Marketing, Graduação da PUC-Rio, FGV-Rio e FIAP SP. Durante o período de três meses, nossos times e os grupos de alunos realizam uma imersão nos desafios propostos, nossa cultura e valores para gerarem insights e soluções aplicáveis para cases reais da Companhia. Hackathon “Americanas Mercado” (Puc-Rio)

Com o intuito de trazer soluções inovadoras e desafiar os alunos da Semana Integrada de Engenharia da PUC-Rio participamos pelo segundo ano como apoiadores da edição do Hackeng 2020. Nessa edição online com duração de quase 6 horas, os 5 times foram convidados a garantir que o desafio da nossa frente de Americanas Mercado ganhasse representatividade na venda total da Americanas.com. O grupo vencedor ganhou uma capacitação gamificada, cupom da americanas.com e a oportunidade de ganhar uma vaga no nosso programa Summer Job Nacional.

Feiras de Recrutamento e Semanas acadêmicas

Com o objetivo de atrair e recrutar os melhores talentos do mercado, a B2W Digital participou das principais feiras de recrutamento e semanas acadêmicas em universidades de todo o país. Além do espaço virtual para conhecer os candidatos, a companhia também realizou diversas atividades como palestras, lives, participação em disciplinas, workshops na COPPEAD-UFRJ, UFRJ, IBMEC-RJ, ESPM, CEFET-RJ, UFF, UFRRJ, PUC-RJ, FGV, INSPER, PUC Campinas, USP, Unicamp e UFSCar. Com parcerias em feiras de recrutamento da Fundação Estudar, BRASA, Data Academy, Hacking.Rio Talks, Brasil Júnior, Rio Júnior, Egalitê (com foco no público PCD) e AfroPresença promovido pelo ministério público do trabalho.

DESENVOLVIMENTO DE TALENTOS

A B2W Digital tem como valor: “Ter as melhores pessoas” e por isso temos diversas formas de desenvolver nossos talentos, tais como treinamentos internos, externos, iniciativas de compartilhamento de conhecimento e capacitação entre associados.

Em complemento aos treinamentos, oferecemos programas/ações de desenvolvimento das áreas com foco em identificar os perfis de associados da área, desenvolvê-los conforme necessidades de competências técnicas e comportamentais da área para impulsionar seus resultados e possível reestruturação e realocação de talentos na área, otimizando o uso de suas fortalezas.

Em 2020, as ações de treinamento somaram mais 65mil horas de desenvolvimento de nossos talentos.

Certificação “Great Place to Work 2020”

Como resultado do compromisso da B2W Digital com o desenvolvimento dos talentos da Companhia, recebemos a certificação em jan/20. Esse 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.

B2W Fellow (bolsas de estudo)

O programa tem como princípio incentivar a formação acadêmica de qualidade em instituições de ponta, uma forma de impulsionar a carreira dos associados. O associado é beneficiado pelo pagamento de 80% do valor da matrícula e mensalidade no curso em que participará.

Para a oferta da bolsa, seguimos algumas premissas: ter, no mínimo, dois anos de casa; e o tema do curso deve condizer com a área ou escopo de atuação do associado.

Lançamento Universidade Corporativa (B2W Move)

Um grande marco de 2020 foi o lançamento de nossa Universidade Corporativa, a B2W Move. Seu propósito é impulsionar um ecossistema que combina conhecimento, aprendizagem e desenvolvimento, fortalecendo a cultura organizacional com inovação, análise de dados, mindset digital, aprendizagem contínua e diversidade.



Baseada no princípio de que o indivíduo é protagonista de seu processo de desenvolvimento, oferecemos uma série de oportunidades baseadas nas principais metodologias de aprendizagem, tais como, treinamentos (e-learning, encontros online – antes da pandemia também eram ofertados em formato presencial), workshops, disponibilização de conteúdo, dentre outras.

As ações de aprendizagem (treinamentos) foram facilitadas pela adoção de uma plataforma de gestão de treinamentos (LMS). A partir de seu ingresso na Companhia, o associado tem acesso imediato à plataforma e já pode começar seu desenvolvimento.

Academia de Dados

Dados e “gente” estão no centro de nosso algoritmo de crescimento.

A capacitação dos associados é a principal diretriz dessa trajetória. A Academia oferece duas turmas em diferentes níveis de maturidade no uso de dados e promove uma formação completa que passa tanto por conceitos de estatística, ferramentas, codificação e data storytelling.

Replica B2W

Em 2020, lançamos o programa Replica B2W com objetivo de valorizar e promover a disseminação de conhecimento e experiências entre os nossos associados e, ao mesmo tempo, estimular o desenvolvimento de competências dos nossos Replicadores, que foram desenvolvidos no Train the Trainer (treinamento para facilitadores) e em oratória, sendo preparados para conduzir treinamentos junto aos associados.

Formação em Método – Lean Seis Sigma e Metodologias Ágeis

Em busca da melhoria contínua, são oferecidos os treinamentos Lean Six Sigma em seus diferentes níveis - White belt, Yellow belt, Green belt, Black belt e Master Black belt – associados a projetos que os participantes desenvolvem em suas respectivas áreas. Em 2020

Programa de Desenvolvimento de Lideranças

O programa visa acelerar o desenvolvimento de nossos líderes, fomentando reflexão e troca de conhecimento entre gestores, além de trabalhar os principais temas de liderança e apresentar ferramentas de apoio à gestão de pessoas, projetos e estratégica. Em 2020, o programa foi adaptado ao formato remoto e foram treinados cerca de 450 gestores, entre gerentes e coordenadores.

Programas de entrada

Para cada um dos programas de entrada – Trainee, Estágio Tech, Estágio Regular, Summer Job – é oferecido um programa completo de treinamento, desenvolvimento e acompanhamento dos participantes, ao longo da duração do programa. As ações combinam treinamentos técnicos e comportamentais, mentoria, desenvolvimento de projetos, conversas de acompanhamento com o time de Gente & Gestão, dentre outras.

Radar de Talentos

O Radar busca garantir a aderência das ações de desenvolvimento às necessidades identificadas para cada associado e instrumentalizar a companhia no mapeamento dos nossos talentos e potenciais sucessores. Desde o início do programa, já foram mapeados mais de 500 gestores por grau de competência e prontidão para assumir novos desafios. Aplicado, pela primeira vez ao time de tecnologia, foram mapeados mais de 600 associados, também em 2020.

B-Talks

Em 2020, o B-Talks, eventos em formato de painel onde associados são entrevistados e apresentam projetos da Companhia, geralmente interdisciplinares, explorou os grandes projetos de aceleração de nosso crescimento mais relevantes do ano – Supermercado Now, iniciativas online to off-line, negócios internacionais (cross border e marcas próprias) e o Americanas Mais.

Giro 360°

O Giro 360° é um espaço de compartilhamento das práticas e iniciativas das áreas que visa ampliar o conhecimento dos associados com relação à Companhia e visão empresarial. Acontece semanalmente e é transmitido ao vivo para todo o público interno.

Hackathon

São maratonas de programação com grupos interdisciplinares que idealizam e realizam um projeto em um tempo determinado. Em 2020, realizamos uma enorme competição Hackathon durante o B2W Summit (o Summit Hack), da qual participaram mais de 300 pessoas e reunião Americanas, Ame Digital e Supermercado Now com foco em resultados sustentáveis e inovadores para construir uma visão de futuro do mercado.



BIT Tech Week

Semana destinada à disseminação de conhecimento em tecnologia e inovações. Mais de 900 participantes de toda a companhia tiveram acesso a workshops, palestras e talks ministradas por nossos próprios associados para quem tivesse interesse em aprender mais sobre a tecnologia. Todos os eventos foram transmitidos ao vivo.

EVOLUÇÃO DE CARREIRA

Em função do acelerado crescimento da Companhia, a B2W Digital registrou mais de 1.700 promoções na carreira de seus associados em todos os níveis. Considerando as promoções foram 26% de movimentações para cargos de gestão. Como critérios na contratação e na promoção dos profissionais, a Companhia aposta no potencial de desenvolvimento das pessoas, independentemente de qualquer critério de etnia, idade, tempo de casa ou porta de entrada.

SUSTENTABILIDADE E ENGAJAMENTO SOCIAL

Sustentabilidade

Através do nosso propósito de conectar pessoas, negócios e serviços à promoção da sustentabilidade, gerando impacto positivo que contribua para o equilíbrio entre os pilares Ambiental, Econômico e Social. Em 2020, reafirmamos nosso compromisso com o Pacto Global e, como signatários, nos comprometemos com o alcance da Agenda 2030 da ONU, que propõe 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) a serem incorporados nas estratégias de países e organizações. Por meio de um estudo de materialidade para nossa estratégia ESG (Ambiental, Social e Governança), mapeamos os principais ODS que norteiam nossas ações. Pelo 7º ano consecutivo, fomos selecionados para compor a carteira do ISE (Índice de Sustentabilidade Empresarial) da B3 (Bolsa de Valores Oficial do Brasil), que avalia os compromissos das empresas com o desenvolvimento sustentável e reconhece as que promovem as melhores práticas. Além disso, fomos novamente selecionados para compor a carteira do ICO2 (Índice Carbono Eficiente) da B3, reafirmando nossa transparência com a gestão das emissões e compromisso com o tema de mudanças climáticas.

Combate à COVID-19

Buscamos atuar junto às comunidades por meio de projetos sociais e apoio a iniciativas externas em linha com a Agenda 2030 da ONU. Diante da pandemia do Covid 19, criamos o Comitê de Crise para promover ações rápidas e priorizar as medidas necessárias para preservar a saúde de associados, clientes e sociedade. Em 2020, firmamos parceria com governos, instituições e a rede de participação voluntária “Juntos somos mais solidários”, com o objetivo de suprir as necessidades específicas de cada região. Realizamos mais de R\$ 74 milhões em doações, auxiliando na saúde e logística de diversos estados do país. Investimos junto a parceiros, R\$ 45 milhões para a construção do hospital de campanha Lagoa-Barra, no Rio de Janeiro (RJ), para atender pacientes com Covid-19. Contribuímos com R\$ 5,7 milhões em transporte de EPIs para o Governo Federal em dois voos vindos da China. Realizamos a doação de 1 milhão de unidades de garrafas de água da nossa marca própria Leven para ONGs parceiras como Unicef, Ação da Cidadania e Visão Mundial. Em conjunto com uma coalizão de empresas e instituições, realizamos a doação de R\$ 1 milhão para a adequação da fábrica de vacinas para produção de vacina contra a Covid-19. A fábrica está sendo montada na Bio-Manguinhos, no Rio de Janeiro, e depois será doada à Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), vinculada ao Ministério da Saúde.

Em 2021, continuamos ativamente presentes na luta contra a Covid-19. Realizamos a doação de R\$ 5 milhões para a construção da fábrica de vacina do Instituto Butantan, que atuará com capacidade de produção de até 100 milhões de doses por ano, produzindo não só as doses da vacina contra a Covid-19, mas também poderá produzir outros imunizantes fabricados pelo Instituto Butantan. As obras foram iniciadas em novembro de 2020 e tem previsão de entrega no 2º semestre de 2021.

Para ajudar a combater a falta de oxigênio em Manaus, apoiamos a logística de ajuda a Cidade, envolvendo em parceria com a Fundação Amazônia Sustentável (FAS), a Rede Brasil do Pacto Global, a Unicef e artistas, com o objetivo de atender à população de Manaus, comunidades indígenas e ribeirinhas. Realizamos a doação e transporte de 36 mil unidades de máscaras TNT tripla, o transporte aéreo e terrestre de 190 concentradores de oxigênio, 1 mini usina, 590 cilindros de oxigênio, EPIs, máscaras e BPAPS.

Em conjunto com uma coalizão de empresas realizamos a doação de 6 usinas de oxigênio para Manaus por meio da iniciativa Juntos pelo Amazonas, que busca arrecadar fundos para a luta contra a pandemia. Para



apoiar a região do Xingu a combater a pandemia, doamos R\$ 100 mil em insumos e logística para a Associação de Moradores da Reserva do Rio Iriri (AMORERI).

Gestão Socioambiental

Desde junho de 2019, em parceria com a Fundação Amazonas Sustentável (FAS), o Jirau da Amazônia vem alavancando o empreendedorismo local, gerando renda para populações que vivem de artesanato em comunidades localizadas em Unidades de Conservação (UC) do Amazonas. Em 2020, o Jirau participou do Americanas ao Vivo, promovendo para todo o Brasil produtos artesanais feitos na floresta com descontos exclusivos, impulsionando as vendas, que tem 100% da renda revertida para o desenvolvimento do projeto. O Jirau conta hoje com 20 grupos de artesanato, em 25 comunidades, e 267 artesãos e famílias beneficiados pelo projeto.

Em parceria com a ONG HumaniTI e apoio do BNDES, por meio do Programa de Inovação Educação Conectada, lançado pelo MEC, demos continuidade aos investimentos, iniciados em 2014, para incluir a tecnologia e gerar oportunidades e autonomia para os 37.700 alunos e 1.700 profissionais de educação das 56 escolas rede municipal de Osasco (SP).

Desde 2010, publicamos nossas emissões de gases de efeito estufa (GEE) no Programa Brasileiro GHG Protocol e desde 2016, nosso inventário de emissões passa pelo processo de auditoria, garantindo o Selo Ouro no programa. Pelo 10º ano consecutivo, respondemos o questionário CDP, reforçando nosso compromisso com a transparência na gestão das emissões. Em linha com o ODS 13, Ação Contra a Mudança Global do Clima, vamos continuar compensando nossas emissões diretas e de energia elétrica, mantendo nossa operação Carbono Neutro. Investindo cada vez mais em práticas sustentáveis, compensamos todas as emissões históricas de CO2 referentes às entregas realizadas pela plataforma de crowdshipping Ame Flash, responsável pela entrega na qual os clientes compram online produtos das lojas físicas e recebem o pedido em até 3 horas, tornando-a carbono neutro.

Inclusão e Diversidade

Reforçando nosso compromisso com a “Coalizão Empresarial pela Equidade Racial e de Gênero”, participamos do evento Afropresença, voltado para empoderamento e inclusão, que promoveu diversas atividades para capacitar jovens negras e negros para o mercado de trabalho. Para dar andamento aos Princípios de Empoderamento Feminino da ONU Mulheres, promovemos uma live no Dia do Empoderamento Feminino em parceria com o B2W Marketplace, onde sellers convidadas compartilharam suas experiências e dicas para quem quer investir no próprio negócio. Além desses pactos, também fazemos parte da “Carta Empresarial pelos Direitos Humanos e pela Promoção do Trabalho Decente” do Pacto Empresarial pela Integridade e Anticorrupção, que tem o objetivo de promover um mercado mais íntegro e ético, ambos do Instituto Ethos. Buscando promover cada vez mais a diversidade na companhia, também retiramos a obrigatoriedade do inglês no processo seletivo para trainee, tornando uma das principais portas de entradas mais inclusiva.