

## Código de Ética e Conduta

### Índice

1. Considerações Gerais.....	2
2. Carta da Administração.....	3
3. Cultura Corporativa.....	4
4. Código de Ética e Conduta.....	5
4.1. Clientes.....	5
4.2. Parceiros.....	6
4.3. Governo e Sociedade.....	10
5. Dúvidas e Violações ao Código de Ética e Conduta.....	10
6. Vigência.....	11

## 1. Considerações Gerais

A adoção de princípios éticos e comportamentais pela Companhia reflete o tipo de organização que ela é. Seu respeito pelas diferenças individuais e a preocupação crescente com a responsabilidade social, onde estão inseridas as questões socioambientais e de segurança e saúde no cotidiano da gestão empresarial, refletem suas relações com seus parceiros e com a sociedade.

Cada organização tem o seu próprio padrão de valores. Por isso, é fundamental que cada parceiro reflita, de modo a compatibilizar seus valores com os valores culturais da Companhia.

Todos devem agir de acordo com o Código de Ética e Conduta em seu relacionamento com clientes, fornecedores, governo e sociedade. É importante mencionar que esse Código não substitui a legislação vigente.

Sempre que estiver diante do que pensa ser uma decisão ética delicada, coloque a si mesmo as seguintes questões:

- **É legal?**
- **É ético?**
- **Está de acordo com a Cultura Corporativa?**
- **Refletirá bem para mim e para minha empresa?**

Se a resposta for “Não” para qualquer uma destas perguntas, não adote a conduta.

## 2. Carta da Administração

Prezado Parceiro,

A credibilidade em nossa Companhia é um ativo relevante e inegociável. Ela é baseada em nossa cultura, em princípios éticos e na relação entre a Companhia e os seus diversos públicos. Essa relação estabelece expectativas quanto ao nosso desempenho, qualidade e diversidade.

Também inclui nosso comprometimento de agir sempre com honestidade, integridade, responsabilidade e respeito. Por isso, também acreditamos ser este um ativo imprescindível para o crescimento dos nossos Parceiros junto à Americanas e a sociedade como um todo.

Este Código de Ética e Conduta está aqui para ajudar todos nós a seguirmos as regras que acreditamos serem primordiais, tanto dentro da Companhia, quanto fora dela. O Código apresenta valores e compromissos que devem ser compartilhados por todas as partes interessadas, ao longo da nossa cadeia de valor. É importante que você leia, entenda e consulte-o com frequência.

Contamos com o seu esforço para mantermos o mais alto padrão de qualidade e para garantir os melhores resultados.

A Administração.

### 3. Cultura Corporativa

A Cultura Corporativa da Americanas está presente em cada uma de nossas ações: é o nosso “jeito” de ser e de fazer as coisas. Entre as principais características da nossa Cultura estão a orientação para resultados, a meritocracia e a valorização do cliente. Nossa Cultura Corporativa é expressa através da Missão, da Visão e dos Valores e Princípios da Companhia, relacionados a seguir:

#### Missão

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

#### Visão

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

#### Nossos 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.

#### Nossos Princípios

##### PESSOAS

- Um sonho grande e desafiador faz todo mundo remar na mesma direção;
- Gente boa, trabalhando em equipe, crescendo na medida de seu talento e sendo recompensada por isso, é o maior ativo da empresa;
- Escolher pessoas melhores do que eles próprios, treiná-las, saciá-las e mantê-las é a principal tarefa dos administradores;
- A liderança por exemplo pessoal é vital, tanto nas atitudes heroicas quanto nos pequenos gestos do dia a dia.

## MÉTODO

- Foco é essencial. Não dá para ser ótimo em tudo, tem que se concentrar no essencial;
- Tudo tem que ter um dono com responsabilidade e autoridade. O debate é bom, mas no final alguém tem que decidir;
- Bom senso é tão bom quanto grandes conhecimentos. O simples é melhor que o complicado.

## RESULTADO

- Ser obsessivo com custos e despesas, que são as únicas variáveis sob o nosso controle, ajuda a manter a sobrevivência a longo prazo;
- Entender velocidade, urgência e complacência zero como fatores de vantagem competitiva duradouras;
- Ética, trabalho duro e consistência são a base para o crescimento da Companhia.

## 4. Código de Ética e Conduta

### 4.1. Clientes

#### 1. Comunicação

A Companhia disponibiliza canais de comunicação para que seus clientes manifestem suas opiniões. Além disso, há o compromisso de que todas as solicitações, reclamações e pedidos de informações sejam respondidos dentro de prazos preestabelecidos e com a devida qualidade.

##### **a) Direito à Informação**

A Companhia se compromete em fornecer informações claras e corretas sobre seus produtos e serviços e o mesmo compromisso deve ser assumido por seus parceiros.

##### **b) Marketing Responsável**

As ações de comunicação, marketing ou publicidade, desenvolvidas pela Companhia e por suas subsidiárias, baseiam-se em nossos valores e princípios e respeitam a legislação e códigos de autorregulamentação do setor, garantindo o alinhamento com preceitos éticos e de respeito ao consumidor, ao cidadão e ao meio ambiente, o que deve também ser rigorosamente observado pelos parceiros com os quais a Companhia mantenha relacionamento.

#### 2. Atendimento

O cliente deve obter respostas, ainda que negativas, às suas solicitações, de forma adequada e no prazo esperado. No atendimento ao cliente, deverão ser consideradas como premissas básicas:

- Tratar o cliente com respeito e linguagem apropriada;

- Ouvir com atenção as dúvidas dos clientes e saná-las adequadamente;
- Transmitir segurança e credibilidade ao cliente;
- Não utilizar termos informais, diminutivos ou palavras ofensivas;
- Não finalizar o contato com o cliente sem que as dúvidas sejam esclarecidas;
- Não utilizar, apagar, copiar ou repassar quaisquer dados confidenciais de clientes a que venha a ter acesso.

### 3. Qualidade dos produtos e serviços

A Companhia se compromete com a melhoria permanente da qualidade dos produtos e serviços que são comercializados por seu intermédio. Caso seja necessária a troca de algum produto, a Companhia compromete-se a efetuar a troca seguindo, além dos aspectos já contidos no Código de Defesa do Consumidor, procedimento interno estabelecido e previamente informado ao cliente, circunstância que deve ser observada por seus parceiros em relação aos produtos e serviços que comercializam no Marketplace da Americanas.

#### 4.2. Parceiros

##### 1. Igualdade

A honestidade frente aos parceiros é requisito essencial para relações saudáveis e duradouras. Por esta razão, a Companhia dá a todos os seus potenciais parceiros um tratamento justo e uniforme. Suas decisões se baseiam em critérios objetivos, tais como preço, qualidade, confiabilidade e honestidade do parceiro, promovendo, desta forma, uma seleção justa e igualitária.

##### 2. Cumprimento das Leis e Contratos Comerciais

É exigido de todo parceiro o cumprimento das leis vigentes no campo ambiental, fiscal/tributário e trabalhista e o respeito aos acordos firmados nos contratos comerciais. A Companhia reserva-se o direito de não contratar serviços, ou de interromper o relacionamento comercial com aqueles que não atendam a esses critérios.

Não serão tolerados negócios com parceiros de reputação duvidosa. É expressamente proibido a todos os associados efetuar qualquer pagamento impróprio, duvidoso ou ilegal, ou favorecer clientes, parceiros, fornecedores, prestadores de serviço ou concorrentes pela concessão de benefícios indevidos.

A Companhia ressalta que todos os contratos comerciais devem ser aprovados pelo Departamento Jurídico.

### 3. Qualidade dos produtos e serviços

A Companhia apoia e orienta seus parceiros para a constante melhoria de seus processos, produtos fornecidos e serviços prestados, sempre de acordo com o mais alto padrão de qualidade e de ética.

Parceiros do marketplace só podem explorar as atividades para as quais seu estabelecimento/empresa esteja legalmente autorizado por seu Contrato/Estatuto Social e inscrições cadastrais vigentes.

Não é permitido anunciar produtos expressamente proibidos pela legislação vigente, que não possuam a devida autorização específica de órgãos reguladores competentes, que violem direitos de terceiros, para os quais o Parceiro não esteja autorizado por seus cadastros fiscais, ou ainda, que estejam em desacordo com as Políticas da Americanas.

Desta forma, disponibilizamos abaixo uma lista com alguns produtos que não podem ser anunciados ou vendidos no Marketplace da Americanas:

Produtos ilegais/irregulares	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produtos que incentivem ou permitam atividades ilegais;</li> <li>• Produtos que violem leis aplicáveis;</li> <li>• Produtos que contenham vírus, cavalos de tróia, spyware ou códigos maliciosos;</li> <li>• Produtos roubados, contrafeitos ou falsificados;</li> <li>• Produtos que não sejam homologados ou certificados, quando o caso, pelos órgãos reguladores (ex. ANATEL, INMETRO, ANVISA);</li> <li>• Produtos que violem ou infringam qualquer direito de propriedade intelectual ou direito de terceiros.</li> </ul>
Produtos Ofensivos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produtos que apresentem nudez explícita ou linguagem vulgar;</li> <li>• Produtos que contenham material obsceno ou pornográfico;</li> <li>• Produtos que retratem, glorifiquem, promovam ou instiguem: <ul style="list-style-type: none"> <li>- O racismo; prática de nazismo;</li> <li>- Crueldade animal;</li> <li>- Atividade criminal ou ilegal;</li> <li>- Estereótipos depreciativos baseados em etnia, gênero, orientação sexual, religião, posicionamento político e ideológico ou nacionalidade;</li> <li>- Ódio;</li> <li>- Intolerância;</li> <li>- Violência;</li> </ul> </li> <li>• Produtos comercializados ou dirigidos às crianças ou adolescentes que são inapropriados ou proibidos para a idade, conforme legislação vigente.</li> </ul>
Produtos restritos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produtos que tenham restrição de idade por lei;</li> <li>• Produtos que a critério da Americanas não são apropriados para venda, incluindo, mas não limitado a: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Produtos para adultos (eróticos);</li> <li>- Jogos de azar e seus acessórios (inclusive loterias e rifas);</li> <li>- Produtos originalmente confeccionados e disponibilizados pelo Governo (ex. uniformes militares);</li> <li>- Itens policiais ou militares;</li> <li>- Produtos reconicionados que descumpram os critérios definidos pela Americanas;</li> <li>- Equipamentos e dispositivos de vigilância, decodificadores de serviços por assinatura (incluindo TV por assinatura), exceto se homologados pelos órgãos reguladores;</li> </ul> </li> <li>• Produtos que não possam ser vendidos no Brasil sob as leis aplicáveis.</li> </ul>

Caso seja constatado o anúncio destes produtos ou de quaisquer outros proibidos pela legislação vigente e/ou que sejam incompatíveis com as Políticas da Companhia, a

Americanas poderá, a seu exclusivo critério, suspender o Parceiro, encerrar a parceria sem notificação prévia e/ou remover todo o conteúdo inadequado, irregular ou ilegal, sem prejuízo das penalidades que poderão ser aplicadas em caso de descumprimento.

#### 4. Direito de Propriedade Intelectual

Os produtos desenvolvidos com exclusividade para a Companhia e subsidiárias, a partir de sua orientação e apoio, são propriedade da Companhia, estando vedada sua comercialização para terceiros, sem a devida e expressa autorização da Diretoria da Americanas.

Os parceiros somente estão autorizados a comercializar nos ambientes de marketplace da Americanas, produtos que tenham procedência legítima e respeitem o direito de propriedade intelectual de seu detentor, sendo vedada a comercialização de produtos que sejam falsificados, contrafeitos ou que, de qualquer forma, violem o direito de propriedade intelectual de terceiros.

#### 5. Segurança da Informação

Os dados confidenciais da Americanas S.A. deverão ser tratados pelos parceiros de forma responsável e respeitosa, assegurando-se seu uso exclusivo para o desenvolvimento dos produtos, das atividades desenvolvidas nos ambientes da Americanas e serviços prestados à Companhia.

#### 6. Privacidade

Apenas dados pessoais necessários ou legalmente exigidos para o desempenho eficaz da Companhia e cumprimento de obrigações legais são solicitados, tratados ou eventualmente divulgados, em atendimento à Lei Geral de Proteção de Dados e demais legislações aplicáveis. Os parceiros podem, conforme a legislação aplicável e a Política de Privacidade da Companhia, exercer seus direitos de titular de dados.

#### 7. Saúde e Segurança

A Companhia se compromete com os procedimentos e instruções que regulam e preservam a segurança e a saúde no trabalho, e cumpre rigorosamente as leis e normas relativas à Medicina e Segurança do Trabalho. Assim, a Companhia reserva-se o direito de não contratar serviços ou estabelecer relações comerciais com parceiros que coloquem em risco a saúde dos seus próprios empregados ou que tolerem tais práticas em suas cadeias de valor, incluindo:

- Formas de trabalho compulsório, contrários à dignidade humana ou que firam os direitos do trabalhador, previstos por lei;
- Uso de mão-de-obra infantil;
- Qualquer forma de abuso ou exploração sexual, conforme previsto por lei, incluindo de crianças e adolescentes;
- A prática de ações que configurem assédio moral.

## 8. Valorização da Diversidade

A Companhia não tolera práticas de discriminação por parte de seus parceiros, pois acreditamos que a diversidade contribui com diferentes visões de mundo e enriquece o trabalho.

## 9. Conflito de Interesses

O Conflito de Interesses ocorre quando um parceiro é capaz de influenciar uma decisão da Companhia ou de associados, que possa resultar em algum ganho pessoal, direto ou indireto, para si, membros da sua família ou amigos.

As transações de negócio devem ser conduzidas de acordo com os interesses exclusivos do parceiro e da Companhia, baseados no princípio da boa-fé, sem que daí decorram privilégios de quaisquer naturezas em razão de suas relações pessoais. Ninguém, quer seja pessoa física, ou pessoa jurídica, que mantenha relacionamento com algum associado, poderá obter qualquer benefício em razão da posição desse associado na Companhia.

O que não é permitido:

- Associado, mesmo que fora do horário de trabalho, ou familiar, ter relações comerciais com a Americanas na condição de sócio, empregado de parceiro, fornecedor e/ou prestador de serviço;
- Empresas com familiar de associados da Americanas em seus quadros societários não podem participar de concorrência, prestar serviços ou ser parceiro da Americanas, mesmo que a pessoa não esteja diretamente ligada à realização do trabalho;
- Utilizar informações comerciais, operacionais, estratégicas e/ou confidenciais da Americanas, divulgadas em razão da relação comercial existente, em palestras, cursos e/ou em qualquer material ou manifestação pública ou para qualquer outra finalidade que não a necessária para o desempenho das atividades decorrentes da relação mantida com a Companhia.

## 10. Presentes ou brindes

Nenhum associado pode aceitar presentes, favores, participar de eventos, receber empréstimos ou benefícios especiais de pessoas ou empresas, com as quais a Companhia tenha ou objetive ter relações comerciais. Por esta razão, os parceiros devem evitar o envio de brindes aos associados da Companhia e caso pretenda fazê-lo, enviá-los diretamente à Companhia a/c do Diretor Comercial ou do Diretor da área com a qual mantenha seu relacionamento.

### 4.3. Governo e Sociedade

#### 1. Responsabilidade Socioambiental

Muitas das atividades inerentes à comercialização de produtos e de serviços têm impactos no meio ambiente e nas comunidades onde a Companhia e seus parceiros atuam. É responsabilidade da Companhia e de todos com os quais mantenha relações comerciais reduzir esses impactos e contribuir para:

- Disseminar a consciência ambiental;
- Adotar iniciativas para a redução do consumo de energia, água e suprimentos e para o aumento da coleta seletiva do lixo gerado;
- Ter atitudes ecologicamente corretas, o que inclui ter os milhares de fornecedores, parceiros, prestadores de serviço e milhões de clientes como multiplicadores desta política ambiental;
- Preservar o meio ambiente e gerar melhor qualidade de vida para as próximas gerações.

#### 2. Poder Público e Legislação

A Companhia obedece a todas as leis que regulam suas atividades. A consulta ao seu departamento ou assessor Jurídico deve ser um hábito, sempre que houver dúvidas envolvendo a legislação. O departamento Jurídico da Companhia atua e interfere nas relações que a Companhia estabelece com os parceiros e recomendará, sempre que identificar situações de violação das leis que submetem as atividades de seus parceiros, o encerramento das relações comerciais existentes, em privilégio dos valores e cultura que defende.

#### 3. Combate à Corrupção

A corrupção é inaceitável na Companhia, seja praticada por nossos associados, parceiros, fornecedores e prestadores de serviços, seja por qualquer participante da nossa cadeia de valor.

Este comportamento não se adequa à Cultura Corporativa, não beneficia as comunidades e representa um ônus para a Companhia. O suborno é uma forma de corrupção e é ilegal.

Suborno é o ato de dar dinheiro, bens materiais ou outros benefícios a terceiros para obter coisa ou vantagem ilícita ou imoral.

A corrupção será punida aos associados, parceiros, fornecedores e prestadores de serviço, sempre que comprovada, com a rescisão do contrato de trabalho, de parceria, de fornecimento ou prestação de serviços, conforme o caso.

### 5. Dúvidas e Violações ao Código de Ética e Conduta

Havendo dúvida sobre como se comportar ou o que fazer em determinada situação, o parceiro do marketplace deve pedir orientação através do Portal Parceiro.

Ao se deparar com uma conduta incorreta, o parceiro, pode denunciá-la pelo Canal de Denúncias, por telefone 0800 282 25 50, 24 horas por dia, 7 dias por semana, ou online através de site específico.

Todos as denúncias serão criteriosamente investigadas e as comunicações serão mantidas no mais absoluto sigilo, sendo inaceitáveis quaisquer formas de coação ou represálias.

A participação de todos os parceiros é essencial à construção da reputação da Companhia e da reputação de suas próprias operações. Assim, seu comprometimento com os valores, princípios e normas de conduta, expressos nesse Código, são indispensáveis.

Violações ao Código de Ética e Conduta resultarão em penalidades para quem as cometer, podendo ensejar, inclusive, rescisão contratual.

## 6. Vigência

Esse Código de Ética será revisado anualmente, sendo atualizado sempre que houver alterações de legislação ou quando a Companhia entender necessário para manter o bom funcionamento e credibilidade das relações com seus parceiros.