

UNIVERSO AMERICANAS APRESENTA CRESCIMENTO DE 17,5% NO GMV DO 1T20 COM FORTE CRESCIMENTO NA BASE DE CLIENTES, SELLERS E MERCHANTS

Rio de Janeiro, 7 de maio de 2020 – Lojas Americanas S.A. [B3: LAME3 (ordinárias) e LAME4 (preferenciais)], Companhia que adota uma abordagem integrada e única no varejo brasileiro, unindo plataformas física, digital e *mobile* de negócios, anuncia os resultados do 1º trimestre de 2020 (1T20). As informações contábeis que servem de base para os comentários abaixo estão apresentadas de acordo com os padrões internacionais de relatório financeiro (IFRS), com as normas expedidas pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM) e em Reais (R\$). As comparações referem-se ao 1º trimestre de 2019 (1T19).

DESTAQUES DO CONSOLIDADO (R\$ MM)	1 T20	1 T19	Δ
GMV	7.302,7	6.217,6	17,5%
Receita Líquida	4.057,2	3.552,3	14,2%
Lucro Bruto	1.367,6	1.227,2	11,4%
<i>Margem Bruta (%RL)</i>	<i>33,7%</i>	<i>34,5%</i>	<i>-0,8 p.p.</i>
EBITDA Ajustado	587,8	560,8	4,8%
<i>Margem EBITDA Ajustada (%RL)</i>	<i>14,5%</i>	<i>15,8%</i>	<i>-1,3 p.p.</i>
Resultado Líquido	(49,2)	(53,5)	-8,0%
<i>Margem Líquida (%RL)</i>	<i>-1,2%</i>	<i>-1,5%</i>	<i>+0,3 p.p.</i>

▪ GMV Total +17,5%

Diante de um cenário desafiador, o GMV segue em crescimento acelerado, puxado pelo avanço das vendas diretas (1P) na plataforma digital, expansão do marketplace (3P) e um resiliente desempenho na plataforma física.

▪ Fortalecimento do Universo Americanas

A base de clientes consolidada alcançou 40,2 milhões de clientes ativos, um aumento de 3 milhões de clientes. Além disso, 8,6 mil novos sellers foram conectados ao B2W marketplace, chegando a um total de 55,4 mil sellers na plataforma e 31,7 milhões de itens oferecidos, um crescimento de 248% no número de itens.

▪ Consistente melhora no capital de giro

O capital de giro consolidado fechou o trimestre em 13 dias (vs 44 dias no 1T19). A expressiva melhora foi resultado de operações mais eficientes tanto na plataforma física (-22 dias) como na digital (-43 dias).

▪ Sólida posição de caixa

Encerramos o 1T20 com R\$ 12,8 bilhões de caixa e equivalentes de caixa, enquanto a dívida líquida reduziu R\$ 1,2 bilhão em relação ao 1T19 (-0,5x EBITDA). A sólida posição de liquidez, resultado da política conservadora de gestão de caixa e da forte geração de caixa operacional, garante a Companhia a flexibilidade necessária para atravessar o atual momento.

▪ GMV O2O (Online-to-Offline)

As diferentes iniciativas O2O seguem ganhando tração e mudando a forma com que os clientes se relacionam com nossas marcas. No 1T20, essas iniciativas combinadas registraram um GMV de R\$ 530 milhões (vs R\$ 286 milhões no 1T19), um crescimento de 85%.

▪ Ame Digital

Ame segue em rápido desenvolvimento e revolucionando a forma com que as pessoas lidam com dinheiro. No 1T20, alcançou as marcas de 7,5 milhões de downloads e 1,7 milhão de estabelecimentos conectados.

▪ Ame Digital e BR Distribuidora

Ame anunciou a parceria com a BR Distribuidora para utilização do app como meio de pagamento em aproximadamente 8.000 postos e 3.000 lojas de conveniência BR Mania e LUBRAX Mais. Essa parceria permitirá que todos os pagamentos sejam feitos de forma rápida, segura e sem contato físico, via QR Code.

▪ Impacto social

Diante de um cenário delicado e sem precedentes provocado pela pandemia do novo coronavírus, o Universo Americanas adotou uma série de medidas de impacto social, mobilizando mais de R\$ 45 milhões em doações para diversas causas humanitárias, conforme descrito em comunicado ao mercado do dia 14 de abril de 2020.

LAME4
R\$ 18,00/ação
NÚMERO DE AÇÕES
1.075.694.696

LAME3
R\$ 14,45/ação
NÚMERO DE AÇÕES
545.154.656

MARKET CAP
R\$ 27,2 BI
FECHAMENTO
31 de março de 2020

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

O ano de 2020 marca o início do novo ciclo de três anos (2020-2022) que tem como objetivo tornar o Universo Americanas cada vez mais relevante no dia a dia dos clientes. O lema “Tudo. A toda hora. Em qualquer lugar.” foi criado para nortear as decisões do time e transformar a experiência de compra, aumentando a frequência dos clientes atuais e atraindo novos clientes para as plataformas.

Os dois primeiros meses do ano foram promissores, registrando crescimento acelerado nas plataformas que compõem o Universo Americanas (Americanas, B2W Digital, LET's, IF - Inovação e Futuro e Ame Digital). A confirmação do primeiro caso de COVID-19 no Brasil em 26 de fevereiro e a declaração de pandemia feita pela Organização Mundial de Saúde (OMS) em 11 de março foram a confirmação de que enfrentaríamos desafios em escala global. A pandemia forçou o mundo a mudar os hábitos de forma dramática e repentina. O que parecia um problema distante, em apenas 40 dias, se tornou um problema do nosso vizinho de bairro, amigos e familiares.

Nesse cenário, o Universo Americanas tem um desafio extraordinário. Criamos o comitê de crise para promover ações rápidas e priorizar as medidas necessárias para preservar a saúde de associados, clientes e sociedade. O comitê viabilizou mais de R\$ 45 milhões em doações para causas sociais, em conjunto com parceiros, como a construção de um hospital de campanha no Rio de Janeiro com 200 leitos, parcerias com o setor público para oferta gratuita de serviços de logística, importação de Equipamentos de Proteção Individual (EPI) para prevenção de contágio para o Governo Federal, criação da rede “Juntos Somos Mais Solidários”, por meio da qual associados, fornecedores e parceiros voluntariamente contribuem para suporte a mais de 1.100 lares de idosos em todo o Brasil, doações de milhares de usuários por meio do app da Ame Digital para mais de 70 ONGs conectadas, entre diversas outras ações de forte impacto social.

No trimestre, a base de clientes consolidada alcançou 40,2 milhões de clientes ativos, um aumento de 3 milhões de clientes, e foram emitidos mais de 320 milhões de cupons nos últimos 12 meses. Foram conectados 8,6 mil novos sellers ao B2W marketplace, chegando a um total de 55,4 mil sellers na plataforma e 31,7 milhões de itens oferecidos, um crescimento de 248% no número de itens. A Ame segue em rápido desenvolvimento e revolucionando a forma com que as pessoas lidam com dinheiro. No 1T20, alcançou as marcas de 7,5 milhões de downloads e 1,7 milhão de estabelecimentos conectados.

O Universo Americanas, por intermédio da plataforma física, é um importante canal de abastecimento da população, dado o seu sortimento e capilaridade. Ajustamos o modelo de negócios para priorizar e ampliar o sortimento de itens essenciais como itens de higiene pessoal, álcool em gel, materiais de limpeza, cuidados com bebês, alimentos, bebidas, entre outros. Reforçamos rapidamente os estoques junto aos fornecedores e passamos a comercializar novas linhas de produtos para atender as necessidades mais básicas dos clientes. Ajustamos a operação das lojas para garantir a maior segurança possível aos associados e clientes. Distribuímos álcool em gel e máscaras para todas as unidades, controlamos o fluxo de clientes de acordo com a capacidade das lojas e criamos uma rede interna de comunicação médica, para promover medidas de prevenção e monitorar eventuais casos. Priorizamos novos serviços de venda à distância como a venda por WhatsApp “Na Sua Casa” e o “Americanas Drive Thru” que, em complemento às iniciativas O2O (*Online-to-Offline*) já implementadas (Pegue na Loja, Pegue na Loja Hoje e *Ship from Store*) oferecem aos clientes formas ágeis, práticas e seguras de atendimento.

A pandemia vem transformando os hábitos de consumo e gerando uma rápida migração de novos consumidores para o mundo online. Com o crescente isolamento social em todo o Brasil, a plataforma digital vem se destacando como a mais conveniente opção de compra, acelerando a participação das vendas online em novas categorias de produtos. O modelo híbrido (1P, 3P e Soluções Digitais) permitiu uma rápida adaptação para atender as necessidades dos clientes de forma imediata. A campanha #OQueVocêPrecisaAgora ampliou a oferta de itens essenciais e a flexibilidade da plataforma permitiu a aceleração das iniciativas O2O, habilitando a entrega na casa do cliente em poucas horas a partir de 100% das lojas da Americanas e disponibilizando o serviço para lojas físicas dos Sellers do B2W Marketplace. Criamos o programa de apoio ao comércio local para dar mais suporte aos micro e pequenos sellers, aumentando a exposição e a venda de seus produtos, além de intensificar a concessão de crédito por meio do Crédito Seller. Implementamos a iniciativa “Venda com a gente” para acelerar a conexão de novos sellers de produtos essenciais e daqueles que estão com suas lojas físicas fechadas.

O Universo Americanas é único, flexível e resiliente e, apesar dos desafios, seguimos confiantes com nossa estratégia de longo prazo, orgulhosos de nosso papel na sociedade e perseguindo o sonho de nos tornarmos cada vez mais relevantes na vida dos clientes, parceiros e associados. A quantidade de ações executadas em tão pouco tempo, diante de circunstâncias tão adversas, só foi possível devido a um time altamente qualificado e comprometido com o nosso propósito de “realizar os sonhos e atender as necessidades de consumo das pessoas, poupando tempo e dinheiro e superando as suas expectativas”. Gostaria de registrar um profundo agradecimento a todos associados, em especial os nossos “super-heróis” da linha de frente de lojas e centros de distribuição, que são essenciais na estrutura que compõe o Universo Americanas.

Apesar do cenário repleto de incertezas e preocupações, temos a convicção que os efeitos da pandemia vão passar. Estamos otimistas e acreditamos que juntos, como sociedade, sairemos mais fortes dessa crise. Por fim, desejamos que todos se mantenham saudáveis.

Atenciosamente,

Miguel Gutierrez

CEO, Universo Americanas

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

DESTAQUES OPERACIONAIS

PLATAFORMA FÍSICA

AMERICANAS

RESUMO OPERACIONAL

DESTAQUES CONTROLADORA (R\$ MM)	1T20	1T19	Δ
Receita Bruta	2.777,4	2.671,5	4,0%
<i>Crescimento "Mesmas Lojas"(RB)</i>	<i>1,7%</i>	<i>5,8%</i>	<i>-</i>
Receita Líquida	2.400,4	2.300,9	4,3%
<i>Crescimento "Mesmas Lojas"(RL)</i>	<i>2,0%</i>	<i>4,9%</i>	<i>-</i>
Lucro Bruto	912,4	887,3	2,8%
<i>Margem Bruta (%RL)</i>	<i>38,0%</i>	<i>38,6%</i>	<i>-0,6p.p.</i>
EBITDA Ajustado	498,3	477,6	4,3%
<i>Margem EBITDA (%RL)</i>	<i>20,8%</i>	<i>20,8%</i>	<i>-</i>

* Números comparáveis, sem descasamento de páscoa

Impactos Covid-19: O desempenho de vendas observado no trimestre foi diretamente impactado pelos efeitos da pandemia causada pelo novo coronavírus. Com o início do distanciamento social a partir da segunda quinzena de março, a plataforma física foi impactada pelo fechamento de lojas seguindo determinações de autoridades de cada município. A suspensão de funcionamento atingiu principalmente as lojas instaladas em shopping centers (cerca de 30% do total) mas também impactou de forma pontual as lojas de rua.

Receita líquida "mesmas lojas": o crescimento da receita líquida no conceito "mesmas lojas" foi de 2,0% no trimestre. As lojas de rua registraram crescimento "mesmas lojas" de 6,5% no 1T20 e as lojas de shopping centers apresentaram uma queda de 4,2% no mesmo conceito. Na visão da Companhia o crescimento da lojas de rua reflete de forma mais adequada e comparável o desempenho operacional do trimestre.

Margem: A adequação do sortimento oferecido nas lojas em função da mudança de comportamento do consumidor resultou em uma pressão de margem bruta na ordem de 60bps. Na segunda quinzena de março, categorias como Vestuário, Utilidades Doméstica e Brinquedos registraram uma queda brusca de demanda, enquanto Higiene, Limpeza, Cuidados com Bebês, Alimentos e Bebidas avançaram fortemente. A pressão de margem bruta foi compensada por um rígido controle de despesas operacionais, o que resultou em estabilidade de margem EBITDA.

Adequações operacionais: Diante do cenário desafiador, foi colocado em prática um plano de contingência com diversas adequações operacionais que garantem o abastecimento de itens essenciais à população residente nos mais de 740 municípios com lojas Americanas, a preços justos e com segurança a colaboradores e clientes. Abaixo, destacamos algumas dessas medidas adotadas:

- **Reposicionamento do sortimento:** promovemos a adequação do sortimento, priorizando e ampliando o sortimento de itens básicos como álcool em gel, higiene pessoal, materiais de limpeza, cuidados com bebês, alimentos, bebidas, entre outros. Reforçamos rapidamente os estoques junto aos fornecedores e passamos a comercializar novas linhas de produtos de forma a ampliar ainda mais o nosso portfólio e atender as necessidades mais básicas dos clientes.
- **Aceleração das iniciativas O2O:** durante o mês de março saímos de uma base de 300 lojas oferecendo o serviço de entrega *Ship From Store* (LASA Entrega) para 100% das lojas da Companhia. As iniciativas Pegue na Loja Hoje e LASA Seller LASA seguem ganhando relevância nas vendas, já representam mais de 10% das vendas totais da plataforma física e seguem ganhando participação no mês de abril.
- **Lançamento do canal de vendas por WhatsApp "Na Sua Casa":** lançamos no final de março o canal de vendas "Na Sua Casa", que permite que o cliente entre em contato direto com a loja mais próxima ao seu CEP via WhatsApp, e receba seu pedido em casa no mesmo dia, com solução de pagamento integrada com o aplicativo da Ame. Em pouco mais de 30 dias de operação, mais de 400 mil pedidos foram realizados através da plataforma.
- **Criação do "Americanas Drive Thru":** seguindo as recomendações de distanciamento social, criamos em 1.330 lojas a operação de Drive Thru, permitindo que os clientes colem seus pedidos na porta da loja sem a necessidade de sair do carro.

Evento Páscoa: Considerando o contexto em que vivemos, decidimos ajustar a quantidade de ovos de páscoa à demanda esperada para o evento, em parceria com nossos fornecedores. Apesar do evento páscoa ter sido diretamente impactado pela pandemia, a decisão de ajustar a oferta à demanda foi acertada. Durante o evento, ganhamos marketshare de forma relevante. Utilizando a flexibilidade do Universo Americanas reinventamos um evento que tradicionalmente leva um alto número de clientes para as lojas. Por meio das iniciativas O2O os clientes puderam receber seus ovos de páscoa no conforto e segurança do seu lar. Fizemos milhares de entregas por meio das iniciativas LASA Seller e *Ship from Store*. Criamos novos canais de venda à distância como a venda por WhatsApp “Na Sua Casa” e o Americanas Drive Thru e fizemos parcerias com os aplicativos Ame Digital, Supermercados Now e Uber eats para incrementar ainda mais as entregas porta a porta. A operação das lojas conciliou um rígido controle de acesso com a iniciativa Pegue na Loja Hoje, onde o cliente compra online e retira o item na loja mais próxima, sem frete, sem fila e sem aglomeração.

INVESTIMENTOS

Ao longo do 1T20, os investimentos da controladora totalizaram R\$ 220,1 milhões, distribuídos conforme tabela a seguir:

Investimentos	1T20	1T19	Δ %
Inaugurações / Obras de Melhoria	167,3	168,1	-0,5%
Tecnologia	49,7	39,1	27,1%
Operações e outros	3,1	0,5	516,0%
Total	220,1	207,7	6,0%

O aumento dos investimentos em tecnologia está associado à antecipação de investimentos para a ampliação das iniciativas O2O durante o trimestre e com o *roadmap* de desenvolvimento da Ame Digital.

EXPANSÃO

Ao longo do 1T20, inauguramos 8 novas lojas, atingindo 1.705 lojas em 744 municípios diferentes. Durante o trimestre, fechamos 3 lojas no formato express, em linha com o objetivo de otimizar o portfólio de lojas.

Em 31 de março de 2020, a Companhia tinha 26.663 associados e 1.705 lojas, sendo 934 tradicionais, 709 express, 53 no formato conveniência, 7 lojas digitais e 2 Ame Go, atingindo uma área de vendas de 1.212,4 mil metros quadrados (+7,6% vs 1T19). A base total de lojas está distribuída da seguinte forma: 50,4% no Sudeste, 22,5% no Nordeste, 10,4% no Sul, 9,1% no Centro-Oeste e 7,6% no Norte.

Região	Formato	Número de Lojas	Área de Vendas mil m ²	Média mil m ²
Em 31/12/2019		1.700	1.209,3	0,7
Sudeste	<i>Express/Digital</i>	2	0,4	0,2
Nordeste	<i>Tradicional</i>	1	1,2	1,2
	<i>Express/Digital</i>	1	0,2	0,2
Sul	<i>Express/Digital</i>	1	0,4	0,4
Norte	<i>Tradicional</i>	1	0,7	0,7
Centro-Oeste	<i>Tradicional</i>	1	0,5	0,5
	<i>Express/Digital</i>	1	0,3	0,3
TOTAL	<i>Tradicional</i>	3	2,4	0,8
	<i>Express/Digital</i>	5	1,4	0,3
Fechamento/Reforma		(3)	(0,7)	0,2
Em 31/03/2020		1.705	1.212,4	0,7



PLATAFORMA DIGITAL

RESUMO OPERACIONAL

DESTAQUES B2W DIGITAL (R\$ MM)	1T20	1T19	Δ
GMV Total	4.558,0	3.579,3	27,3%
<i>% Marketplace</i>	<i>59,8%</i>	<i>61,2%</i>	<i>-1.4 p.p.</i>
Receita Líquida	1.696,2	1.282,6	32,3%
Lucro Bruto	466,7	347,8	34,2%
<i>Margem Bruta (%RL)</i>	<i>27,5%</i>	<i>27,1%</i>	<i>+0.4 p.p.</i>
EBITDA Ajustado	127,6	83,2	53,3%
<i>Margem EBITDA (%RL)</i>	<i>7,5%</i>	<i>6,5%</i>	<i>+1.0 p.p.</i>

- **Crescimento GMV:** No 1T20, o GMV foi de R\$ 4.558,0 milhões, crescimento de 27,3% quando comparado aos R\$ 3.579,3 milhões registrados no 1T19.
- **Pedidos:** No 1T20, o número de pedidos registrou alta de 35% impulsionado pelo aumento na frequência de compra e novos clientes. Em abril, tivemos uma forte aceleração, com o número de pedidos crescendo 83%.
- **Tráfego:** O número de visitas aos nossos sites e apps atingiu 659 milhões no 1T20, crescimento de 45% vs. 1T19. Ao longo do trimestre, o tráfego por dispositivos móveis representou 81,6% do total de visitas, crescimento de 9,7p.p. comparado ao 1T19.
- **Marketplace:** Ao longo do trimestre, foi conectado o número recorde de 8,6 mil novos sellers na plataforma, saindo de uma base de 46,8 mil Sellers em dez/19 para mais de 55,4 mil Sellers em mar/20. Com a campanha "Venda com a gente", conectamos grandes Sellers do varejo físico de diferentes verticais e diversos Sellers locais que disponibilizam entregas rápidas em suas regiões. No trimestre, o marketplace representou 59,8% do GMV Total.
- **Base de Clientes:** O número de clientes ativos (últimos doze meses) atingiu 17 milhões ao final de mar/20, impulsionado pela adição de 2 milhões de novos clientes.
- **Sortimento:** B2W Digital atingiu 31,7 milhões de ofertas e lançou a campanha "O que você precisa agora?", promovendo o sortimento que os clientes mais precisam durante o período de isolamento social, com nível de serviço diferenciado e entrega rápida. O total de ofertas disponíveis aos clientes apresentou crescimento de 248% vs o 1T19, impulsionado pelos Sellers do Marketplace.
- **Americanas Mercado:** B2W Digital lançou a Americanas Mercado, com a integração do Supermercado Now como um mini app dentro da Americanas.com, permitindo que os clientes da marca possam comprar online todos os itens de Supermercado, incluindo alimentos frescos.
- **EBITDA Ajustado:** No 1T20, o EBITDA Ajustado atingiu R\$ 127,6 milhões, crescimento de 53,3% comparado com os R\$ 83,2 milhões registrados no 1T19. A margem EBITDA Ajustada saiu de 6,5% no 1T19 para 7,5% no 1T20, um aumento de 1,0 p.p.
- **Resultado Líquido:** No 1T20, o resultado líquido foi de R\$ -108,0 milhões vs R\$ -139,2 milhões no 1T19.
- Para mais informações sobre os resultados de B2W Digital acesse: ri.b2w.digital

MOTOR DE INOVAÇÃO



A IF – Inovação e Futuro, é o motor de inovação do Universo Americanas, responsável por construir negócios disruptivos e potencializar diversas iniciativas dentro de Americanas e B2W Digital. Diante do cenário desafiador provocado pelo avanço da pandemia, a IF atuou como gestora do comitê de crise do Universo Americanas, coordenando medidas de contingência e de impacto social e implementando iniciativas inovadoras.

AME DIGITAL

- Ame Digital, a fintech e plataforma mobile de negócios do Universo Americanas, segue em rápido desenvolvimento e alcançou no 1T20 as marcas de 7,5 milhões de downloads, 1,7 milhão de estabelecimentos conectados e já conta com mais de 40 funcionalidades. A Ame segue ganhando tração na Americanas e na B2W, otimizando a oferta de descontos para os clientes por meio de cashback, gerando maior recorrência de compra e aumentando o *spending* dos clientes.
- Ame lançou o Delivery de Ovos de Páscoa, através do mini-app de delivery, com entrega por meio da Ame Flash. Com a campanha “Ame traz a Páscoa pra mim!” foram vendidos e entregues milhares de ovos de Páscoa em todo Brasil.
- Ame lançou a campanha “#AmeFazerSuaParte”, um conjunto de iniciativas para mitigar os impactos da pandemia Covid-19. Usando a tecnologia de mini-apps, a Ame Digital potencializou o seu hub de doações adicionando 70 novas ONGs dentro da plataforma, como Médicos Sem Fronteiras, UNICEF, Cruz Vermelha, Ação da Cidadania e Amigos do Bem.
- Ame anunciou a parceria com a BR Distribuidora para utilização do app como meio de pagamento em aproximadamente 8.000 postos e 3.000 lojas de conveniência BR Mania e LUBRAX Mais. Essa parceria permitirá que todos os pagamentos sejam feitos de forma rápida, segura e sem contato físico, via QR Code.
- Ame lançou funcionalidade para depósito do Auxílio Emergencial do Governo Federal. Dessa forma, os beneficiários podem utilizar seu auxílio para fazer compras, pagar contas, recarregar celular pré-pago e muito mais. Além disso, os beneficiários que depositarem o auxílio na Ame Digital ganham um cupom de cashback para ser utilizado na Americanas ou nos sites da B2W Digital.
- Ame Flash, plataforma logística que conecta entregadores independentes (*crowdshipping*), superou a marca de 500 cidades atendidas e um total de 17.000 entregadores conectados (vs. 800 em dez/19).
- Pedala e Courri, especializadas em entregas rápidas e sustentáveis por bicicletas e patinetes, adquiridas para acelerar o Ame Flash, superaram 150 mil entregas em São Paulo, Brasília e Rio de Janeiro no 1T20 (vs. 370 mil pedidos em 2019). Neste período, deixamos de emitir 100 toneladas de CO2.

O2O (ONLINE TO OFFLINE)

- Diante do cenário de aumento do isolamento social e medidas restritivas à circulação de pessoas, as iniciativas O2O ganharam ainda mais relevância ao oferecer aos clientes alternativas fáceis, rápidas e seguras de compras. Por isso, a aceleração dessas diferentes iniciativas se consolidou como um dos principais focos do Universo Americanas para o ano de 2020. Ao final do 1T20, as diferentes modalidades de venda O2O registraram crescimento de 85% em relação ao mesmo período do ano anterior.
 - **LASA Seller:** No 1T20, o sortimento disponível expandiu em 15% e a venda cresceu 3,7x em relação ao período do ano anterior. Pela primeira vez, a Americanas foi o maior Seller do B2W Marketplace em número de itens vendidos e em volume de vendas.
 - **Pegue na Loja Hoje (Click and Collect Now):** Disponível em todas as 1.700 Americanas, permitindo que o cliente compre online o estoque da loja e retire o produto em até 1 hora sem frete. A modalidade segue em rápido desenvolvimento, atingindo no 1T20 a marca de mais de 170 mil pedidos.
 - **LASA Entrega (Ship from Store):** Compra online dos produtos da Americanas mais próxima e recebe em até 2 horas no endereço de preferência. Neste trimestre o serviço foi expandido para as 1.700 lojas físicas, em todos os Estados do Brasil. Além disso, também está disponível em 400 lojas de Sellers do B2W Marketplace.

- **Pegue na Loja (Click and Collect):** Cliente compra online e retira na loja física. Em 2019, nos tornamos a maior rede de pick-up points do Brasil, e no 1T20 atingimos 9.000 pontos conectados (Americanas, lojas de Sellers e pontos parceiros) em mais de 5 mil municípios do Brasil, oferecendo a 99% da população brasileira acesso ao serviço.
- **Prateleira Infinita:** operação de venda assistida da Americanas para os produtos oferecidos na plataforma digital (1P e 3P). No 1T20, a operação apresentou ticket médio aproximadamente 15x maior que o das lojas físicas e crescimento de venda de 32% em relação ao 1T19.

COMENTÁRIOS DO RESULTADO

DESPESAS COM VENDAS, GERAIS E ADMINISTRATIVAS

Despesas Operacionais (R\$ MM)	Controladora			Consolidado		
	1T20	1T19	Δ %	1T20	1T19	Δ %
Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas	(414,1)	(409,7)	1,1%	(779,8)	(666,4)	17,0%
Despesas com Vendas	(385,5)	(381,4)	1,1%	(696,1)	(591,7)	17,7%
% Receita Líquida	16,1%	16,6%	-0,5 p.p.	17,2%	16,7%	+0,5 p.p.
Despesas Gerais e Administrativas	(28,6)	(28,3)	0,9%	(83,7)	(74,7)	12,0%
% Receita Líquida	1,2%	1,2%	-	2,1%	2,1%	-

No 1T20, na controladora, as despesas com vendas reduziram em 0,5 p.p. em percentual da receita líquida, refletindo esforços de renegociação de contratos existentes, incluindo aluguéis, custos operacionais (ex: MDR) e suprimentos, além da revisão das despesas não essenciais. Já as despesas gerais e administrativas cresceram em 0,9% no período, como resultado de um controle de despesas mais rigoroso alinhado com a política de conservação de caixa.

Na visão consolidada, as despesas com vendas e gerais e administrativas avançaram 17,0% e no trimestre, refletindo maiores gastos com pessoal necessário para suportar os novos projetos de Ame e B2W Digital.

EBITDA AJUSTADO

No 1T20, o EBITDA da Controladora expandiu 4,3%, enquanto o Consolidado avançou 4,8%. A tabela abaixo apresenta a conciliação entre o EBITDA ajustado e o EBITDA CVM 527/12:

Conciliação do EBITDA - R\$ MM	Controladora			Consolidado		
	1T20	1T19	Δ %	1T20	1T19	Δ %
(=) EBITDA Ajustado	498,3	477,6	4,3%	587,8	560,8	4,8%
(+) Outras receitas (despesas) operacionais*	(32,1)	(9,4)	242,4%	(46,5)	(20,7)	124,2%
(+) Equivalência patrimonial	(78,7)	(82,6)	-4,7%	-	-	-
(+) Participação minoritária	-	-	-	41,7	53,6	-22,3%
(=) EBITDA (CVM 527/12)	387,4	385,6	0,5%	583,0	593,7	-1,8%

*Na antiga norma contábil, chamado de "resultado não operacional".

No trimestre realizamos um movimento conservador de provisões para eventual desvalorização de estoques, o que fez com que a linha de "Outras despesas operacionais" registrasse aumento em relação ao 1T19.

RESULTADO FINANCEIRO LÍQUIDO

Resultado Financeiro Líquido	Controladora			Consolidado		
	1T20	1T19	Δ %	1T20	1T19	Δ %
Juros e variação monetária sobre títulos e valores mobiliários	31,3	68,2	-54,2%	95,6	139,5	-31,5%
Descontos financeiros obtidos e outras receitas financeiras	0,8	0,5	58,9%	0,8	1,4	-42,4%
Juros e variação monetária dos financiamentos e antecipação de recebíveis	(132,4)	(193,8)	-31,7%	(290,7)	(423,6)	-31,4%
Juros referentes aos contratos de arrendamento	(39,0)	(34,0)	14,7%	(44,5)	(39,5)	12,8%
Despesas bancárias, tributos sobre transações financeiras e outras despesas financeiras	(36,3)	(42,0)	-13,5%	(48,3)	(50,4)	-4,2%
Ajuste a valor presente de fornecedores e contas a receber e variação monetária do passivo fiscal	(39,4)	(32,1)	22,8%	(28,6)	(12,6)	127,3%
Resultado Financeiro Líquido	(215,1)	(233,1)	-7,7%	(315,6)	(385,1)	-18,0%

No 1T20, na visão consolidada, a queda de 18,0% do resultado financeiro líquido reflete a queda da taxa do CDI* observada ao longo do ano além dos efeitos do aumento de capital em B2W no 4T19.

Na visão controladora, o resultado financeiro foi positivamente impactado pela queda da taxa do CDI e negativamente impactado pela redução do nível de caixa e aplicações financeiras devido ao aporte no aumento de capital de B2W e um aumento nos descontos de recebíveis. Como resultado desses efeitos, o resultado financeiro sofreu queda de 7,7% no 1T20.

* CDI - Certificado de Depósito Interbancário: taxa média de captação através do mercado interbancário.

RESULTADO LÍQUIDO

A tabela a seguir apresenta as principais variações do EBITDA Ajustado para o lucro líquido:

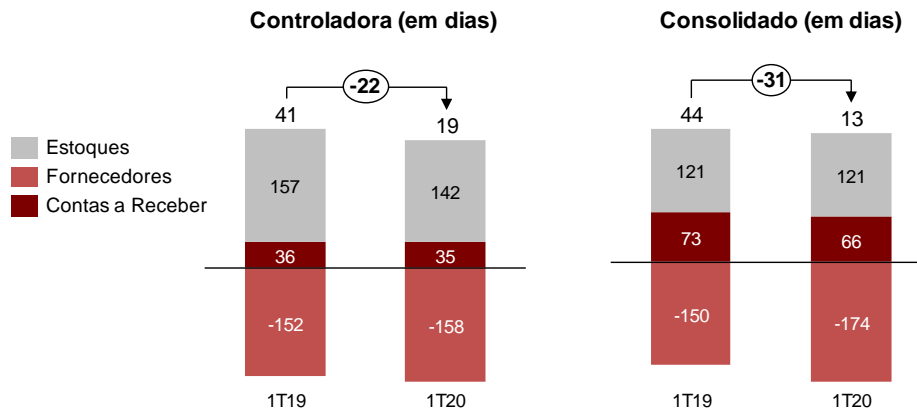
Conciliação do Resultado Líquido - R\$ MM	Controladora			Consolidado		
	1T20	1T19	Δ R\$	1T20	1T19	Δ R\$
EBITDA Ajustado	498,3	477,6	20,7	587,8	560,8	27,0
(+) Depreciação / Amortização	(202,8)	(186,7)	(16,0)	(355,7)	(313,2)	(42,5)
(+) Resultado Financeiro Líquido	(215,1)	(233,1)	18,0	(315,6)	(385,1)	69,5
(+) Equivalência	(78,7)	(82,6)	3,9	-	-	-
(+) Outras Receitas (Despesas) Operacionais*	(32,1)	(9,4)	(22,8)	(46,5)	(20,7)	(25,8)
(+) Participação Minoritária	-	-	-	41,7	53,6	(11,9)
(+) Imposto de Renda e Contribuição Social	(18,8)	(19,2)	0,5	39,1	51,1	(12,0)
(=) Resultado Líquido	(49,2)	(53,5)	4,3	(49,2)	(53,5)	4,3

* Na antiga norma contábil, chamado de "resultado não operacional".

CAPITAL DE GIRO

No 1T20, o capital de giro da controladora foi de 19 dias, representando uma expressiva melhoria de 22 dias em relação ao 1T19. O destaque da melhora foi a redução dos níveis de estoques, gerada por contínuas melhorias operacionais geradas pela LET'S, além de ganhos de eficiência na alocação dos estoques nas lojas, influenciado pelo uso intensivo de data analytics na tomada de decisão dos departamentos comerciais.

Na visão consolidada, o capital de giro foi de 13 dias no 1T20, apresentando uma importante melhora de 31 dias em relação ao mesmo período do ano anterior. Além das melhorias da plataforma física, esse resultado reflete o processo de curadoria e revisão do sortimento do 1P, a otimização no planejamento de compra de mercadoria, bem como o aumento de participação do 3P (Marketplace) nas vendas totais.



ENDIVIDAMENTO

R\$ milhões	Controladora		Consolidado	
	31/03/2020	31/03/2019	31/03/2020	31/03/2019
Endividamento				
Empréstimos e financiamentos de curto prazo	772,7	626,0	2.060,7	2.302,5
Debêntures de curto prazo	233,0	577,7	233,0	577,7
Endividamento de Curto Prazo	1.005,8	1.203,7	2.293,7	2.880,2
Empréstimos e financiamentos de longo prazo	3.557,2	3.185,3	8.951,0	10.601,5
Debêntures de longo prazo	5.106,0	5.230,8	5.106,0	5.230,8
Endividamento de Longo Prazo	8.663,2	8.416,1	14.057,0	15.832,3
Endividamento Bruto (1)	9.668,9	9.619,8	16.350,7	18.712,5
Caixa e equivalentes de caixa	3.346,8	3.980,5	7.031,5	7.725,4
Aplicações financeiras	1.152,2	1.400,3	4.477,2	4.657,5
Aplicações financeiras (BWU)*	266,5	250,9	-	-
Contas a receber de cartão de crédito / débito	929,4	1.278,8	1.331,1	1.641,5
Disponibilidades Totais (2)	5.695,0	6.910,5	12.839,8	14.024,4
Caixa (Dívida) Líquido (2) - (1)	(3.973,9)	(2.709,3)	(3.510,9)	(4.688,1)
Dívida Líquida / EBITDA Ajustado (últimos 12 meses)	1,4	1,1	1,0	1,5
Prazo Médio de Vencimento da Dívida (em dias)	1.160	1.316	1.131	1.236

*Aplicações financeiras da BWU [NE 13 (b)(i)]

EBITDA Ajustado - Lucro operacional antes de juros, impostos, depreciação e amortização, outras receitas/despesas operacionais, equivalência patrimonial, participação minoritária.

Em 31 de março de 2020, o endividamento líquido consolidado reduziu R\$ 1.177,2 milhões em relação ao ano anterior, melhora de 0,5x EBITDA. A redução do endividamento líquido na visão consolidada reflete os impactos do aumento de capital da B2W Digital que contou com a adesão de 100% dos seus acionistas, além do fluxo de caixa gerados pelas plataformas física e digital. O prazo médio da dívida encerrou o trimestre acima de 37 meses.

Na controladora, o endividamento líquido aumentou em R\$ 1.264,6 milhões, uma variação de 0,3x EBITDA. Excluindo a participação da Americanas no aumento de capital da B2W, o endividamento líquido da controladora reduziria R\$ 299,8 MM, uma melhora de 0,3x na relação dívida líquida / EBITDA. O prazo médio da dívida encerrou o trimestre acima de 38 meses.

Dentre as medidas adotadas no trimestre, estão a intensificação do fluxo de antecipação de recebíveis de cartão de crédito e o adiamento da estratégia de pré-pagamento de dívidas e desalavancagem financeira.

O contas a receber considera os recebíveis de cartão de crédito e débito, líquidos do valor descontado, que possuem liquidez imediata e podem ser considerados como caixa. A composição do contas a receber da Americanas está demonstrada na tabela a seguir:

R\$ milhões	Controladora		Consolidado	
	31/03/2020	31/03/2019	31/03/2020	31/03/2019
Conciliação Contas a Receber				
Recebíveis de cartões de crédito bruto	1.382,9	1.249,6	6.173,2	5.658,9
Desconto de recebíveis	(1.025,7)	(4,0)	(5.774,4)	(4.156,4)
Recebíveis de débitos eletrônicos e cheques	5,3	29,2	5,3	29,9
Fundo de Investimento em direitos creditórios (FIDC)	566,8	4,0	927,0	109,1
Contas a Receber de Cartão de Crédito / Débito	929,4	1.278,8	1.331,1	1.641,5
Ajuste a valor presente	(4,1)	(12,8)	(10,2)	(19,5)
Provisão para créditos de liquidação duvidosa	(2,2)	(1,0)	(52,5)	(48,5)
Outras contas a receber	4,7	6,1	94,1	122,1
Contas a Receber Líquido	927,9	1.271,1	1.362,5	1.695,6

CONSIDERAÇÕES GERAIS**SOBRE A LOJAS AMERICANAS S.A.**

A Lojas Americanas desenvolveu, ao longo do tempo, diferentes frentes de negócio que se transformaram em poderosas plataformas, concebidas em uma abordagem única na forma de melhor atender os clientes. Combinadas, as plataformas física, digital e o motor de inovação, constituem o Universo Americanas.

A plataforma física conta com cinco modelos de loja: (i) Tradicional, com uma área de vendas média de 1.000 m², reposição automática de estoques e sortimento de até 60.000 itens; (ii) Express, com uma área de vendas média de 400 m², logística *just-in-time* e sortimento de até 15.000 itens; (iii) Conveniência (Local), com uma área de vendas média de 100 m², reposição diária de estoque e 80% do mix de produtos voltados para conveniência alimentar e sortimento de até 3.000 itens; (iv) Ame Go, com uma área de vendas média de 50 m² e sortimento voltado para conveniência, desenvolvida com tecnologia exclusiva que combina inteligência artificial e sensores possibilitando a compra de forma autônoma; e (v) Digital, com uma área de vendas média de 70 m², cerca de 70% do mix de produtos composto por eletroeletrônicos, com foco também na oferta de serviços e O2O. O sortimento da Americanas está em constante evolução, sempre com o objetivo de atender às necessidades do cliente, superando suas expectativas.

A plataforma digital foi constituída com a criação da B2W Digital, que é líder em e-commerce na América Latina e tem como propósito conectar pessoas, negócios, produtos e serviços. Possui as maiores e mais queridas marcas da internet, uma operação de marketplace em rápido crescimento, além de oferecer serviços de tecnologia, logística, distribuição, atendimento ao cliente e pagamentos. A Americanas é a acionista controladora da B2W Digital, com participação de 61,42% atualmente. As ações da Companhia são negociadas por meio do código BTOW3 na B3, no segmento Novo Mercado, que possui o mais alto índice de Governança Corporativa do Brasil.

O motor de inovação do Universo Americanas, IF – Inovação e Futuro, foi criado em 2018 diante do contexto de transformação acelerada dos mundos físico e digital, e com o objetivo de capturar as oportunidades geradas por esse novo ambiente de negócios, fora das operações da Americanas e B2W. A IF nasceu com a missão de construir negócios disruptivos e potencializar diversas iniciativas das Companhias. As principais verticais de atuação da IF são: incubar novos negócios, acelerar iniciativas já existentes, investir em startups (*venture capital*), liderar as frentes de O2O e prospectar novas oportunidades, incluindo operações de M&A.

A Ame, *fintech* e plataforma de negócios *mobile*, é uma das primeiras iniciativas da IF – Inovação e Futuro. Operando inicialmente nas lojas físicas da Americanas e nos sites da B2W (Americanas, Submarino, Shoptime e Sou Barato), a Ame vem ganhando tração também no ambiente off-us, e já conta com mais de 7,5 milhões de downloads. Ame possui uma funcionalidade chave (*cashback*) que faz com que os clientes comprem com mais frequência e tíquetes maiores, gerando maior *spending*. A estrutura societária da Ame é composta na proporção de 56,92% para Americanas e 43,08% para B2W.

A LET'S – Logística e Distribuição é uma plataforma de gestão compartilhada dos ativos de logística e distribuição da Americanas e da B2W, que tem o objetivo de otimizar as operações das companhias por meio de um modelo flexível de *fulfillment*.

GOVERNANÇA CORPORATIVA

Lojas Americanas S.A. está listada na Bolsa de Valores Brasileira (B3) desde 1940. A Companhia possui uma base acionária composta de ações ordinárias (LAME3) e ações preferenciais (LAME4). Além disso, desde agosto/17, a Companhia faz parte do Nível 1, um segmento especial da B3 de Governança Corporativa. Desde 2006, Lojas Americanas mantém em seu Estatuto Social o compromisso de conceder tag along integral (100%) às ações ordinárias e preferenciais da Companhia.

A Companhia conta com um Conselho de Administração formado por sete membros, sendo três conselheiros independentes. Para melhor desempenho de suas funções, o Conselho de Administração criou os seguintes comitês: Financeiro, Gente e Remuneração, Digital, Ame, Auditoria e Sustentabilidade. Os comitês criados são compostos por membros do Conselho de Administração e por especialistas externos contratados. O comitê de auditoria é composto exclusivamente por membros independentes. A Americanas também conta com um Conselho Fiscal formado por três membros, sendo um indicado pelos controladores e dois indicados pelos acionistas minoritários.

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

ANEXO I - DEMONSTRAÇÕES DE RESULTADO

Lojas Americanas S.A. Demonstração do Resultado (em milhões de reais)	Controladora Trimestres findos em 31 de Março			Consolidado Trimestres findos em 31 de Março		
	<u>1T20</u>	<u>1T19</u>	<u>Variação</u>	<u>1T20</u>	<u>1T19</u>	<u>Variação</u>
	Gross Merchandise Volume (GMV)	-	-	-	7.302,7	6.217,6
Receita Bruta de Vendas e Serviços	2.777,4	2.671,5	4,0%	4.850,0	4.246,6	14,2%
Impostos sobre vendas e serviços	(377,0)	(370,6)	1,7%	(792,8)	(694,3)	14,2%
Receita Líquida de Vendas e Serviços	2.400,4	2.300,9	4,3%	4.057,2	3.552,3	14,2%
Custo das mercadorias vendidas e serviços prestados	(1.488,0)	(1.413,6)	5,3%	(2.689,6)	(2.325,1)	15,7%
Lucro Bruto	912,4	887,3	2,8%	1.367,6	1.227,2	11,4%
<i>Margem Bruta (% RL)</i>	38,0%	38,6%	-0,6 p.p.	33,7%	34,5%	-0,8 p.p.
Despesas Operacionais	(616,9)	(596,4)	3,4%	(1.135,5)	(979,5)	15,9%
Com vendas	(385,5)	(381,4)	1,1%	(696,1)	(591,7)	17,7%
Gerais e administrativas	(28,6)	(28,3)	0,9%	(83,7)	(74,7)	12,0%
Depreciação e amortização	(202,8)	(186,7)	8,6%	(355,7)	(313,2)	13,6%
Resultado Operacional antes do Resultado Financeiro	295,5	290,8	1,6%	232,2	247,6	-6,2%
Resultado Financeiro Líquido	(215,1)	(233,1)	-7,7%	(315,6)	(385,1)	-18,0%
Equivalência patrimonial	(78,7)	(82,6)	-4,7%	-	-	-
Outras receitas (despesas) operacionais*	(32,1)	(9,4)	242,4%	(46,5)	(20,7)	124,2%
Participação minoritária	-	-	-	41,7	53,6	-22,3%
Imposto de renda e contribuição social	(18,8)	(19,2)	-2,3%	39,1	51,1	-23,5%
Resultado Líquido	(49,2)	(53,5)	-8,0%	(49,2)	(53,5)	-8,0%
<i>Margem Líquida (% RL)</i>	-2,0%	-2,3%	+0,3 p.p.	-1,2%	-1,5%	+0,3 p.p.
EBITDA Ajustado	498,3	477,6	4,3%	587,8	560,8	4,8%
<i>Margem EBITDA Ajustada (% RL)</i>	20,8%	20,8%	-	14,5%	15,8%	-1,3 p.p.

* Na antiga norma contábil, chamado de "resultado não operacional".

EBITDA Ajustado - Lucro operacional antes de juros, impostos, depreciação e amortização, outras receitas/despesas operacionais, equivalência patrimonial, participação minoritária.

ANEXO II – BALANÇO PATRIMONIAL

Lojas Americanas S.A. Balço Patrimonial (Em Milhões de Reais)	Controladora		Consolidado	
	31/03/2020	31/12/2019	31/03/2020	31/12/2019
ATIVO				
CIRCULANTE				
Caixa e equivalentes de caixa	3.346,8	2.752,6	7.031,5	6.291,7
Títulos, valores mobiliários e outros ativos financeiros	1.096,9	836,5	4.416,6	4.314,8
Contas a receber de clientes	927,9	1.664,9	1.362,5	2.321,1
Estoques	2.967,8	2.607,1	4.161,8	3.558,5
Impostos a recuperar	681,8	552,4	1.402,2	1.243,8
Despesas antecipadas	34,4	11,2	73,1	46,6
Outros circulantes	541,0	589,6	1.039,0	1.132,2
Total do Ativo Circulante	9.596,4	9.014,3	19.486,8	18.908,7
NÃO CIRCULANTE				
Títulos, valores mobiliários e outros ativos financeiros	55,4	54,8	60,6	193,5
Contas a receber partes relacionadas	59,6	84,1	-	-
Contas a receber de acionistas - Plano de subscrição de ações	50,0	50,1	50,0	50,1
Imposto de renda e contribuição social diferidos	-	0,6	1.396,9	1.338,0
Depósitos judiciais	300,6	318,7	421,0	427,3
Impostos a recuperar	718,6	797,1	1.992,4	1.994,3
Outros não circulantes	-	-	69,0	69,0
Investimentos	4.377,0	4.412,1	-	-
Imobilizado	3.764,5	3.670,3	4.176,8	4.094,3
Intangível	525,4	520,3	4.049,4	3.972,7
Direito de uso de imóveis	1.959,0	1.969,0	2.221,0	2.221,1
Total do Ativo Não Circulante	11.810,1	11.877,1	14.437,2	14.360,3
TOTAL DO ATIVO	21.406,5	20.891,4	33.923,9	33.269,0
PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO				
CIRCULANTE				
Fornecedores	3.284,9	3.273,1	6.007,7	6.031,7
Arrendamentos a pagar	395,9	360,5	475,3	440,2
Empréstimos e financiamentos	772,7	566,3	2.060,7	2.113,4
Debêntures	233,0	199,7	233,0	199,7
Salários e encargos trabalhistas	100,6	108,7	169,8	172,2
Impostos, taxas e contribuições	72,8	163,7	135,6	271,0
Imposto de renda e contribuição social correntes	-	76,6	2,2	80,2
Dividendos e participações propostos	63,2	296,0	63,2	296,0
Provisão para processos judiciais e contingências	37,1	40,5	37,1	40,5
Contas a pagar - combinação de negócios	-	-	10,5	10,3
Outros circulantes	316,6	405,7	795,6	902,7
Total do Passivo Circulante	5.276,8	5.490,7	9.990,6	10.557,8
PASSIVO NÃO CIRCULANTE				
Exigível a longo prazo:				
Contas a pagar partes relacionadas	133,8	167,9	-	-
Arrendamentos a pagar	1.805,8	1.903,5	2.024,5	2.113,2
Empréstimos e financiamentos	3.557,2	2.944,8	8.951,0	7.857,0
Debêntures	5.106,0	5.105,0	5.106,0	5.105,0
Imposto de renda e contribuição social diferidos	18,2	-	18,2	-
Provisão para processos judiciais e contingências	92,9	96,5	243,7	246,8
Provisão para perda com investimento	21,2	15,4	-	-
Contas a pagar - combinação de negócios	-	-	19,4	5,5
Outros não circulantes	-	-	3,4	3,8
Total do Passivo Não Circulante	10.735,0	10.233,1	16.366,1	15.331,3
PATRIMÔNIO LÍQUIDO				
Capital social	4.238,9	4.010,0	4.238,9	4.010,0
Reservas de capital	194,3	147,1	194,3	147,1
Reservas de lucros	1.055,1	1.055,1	1.055,1	1.055,1
Ações em tesouraria	(44,5)	(44,5)	(44,5)	(44,5)
Lucro/prejuízo do período	(49,2)	-	(49,2)	-
Participação de acionistas não controladores	-	-	2.172,6	2.212,2
Total do Patrimônio Líquido	5.394,6	5.167,6	7.567,2	7.379,9
TOTAL DO PASSIVO E DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO	21.406,5	20.891,4	33.923,9	33.269,0

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações contábeis.

ANEXO III – FLUXO DE CAIXA

Lojas Americanas S.A. DEMONSTRAÇÃO DOS FLUXOS DE CAIXA - MÉTODO INDIRETO (Em Milhões de Reais)	Controladora		Consolidado	
	31/03/2020	31/03/2019	31/03/2020	31/03/2019
Prejuízo líquido do período	(49,2)	(53,5)	(90,8)	(107,1)
Ajustes ao lucro líquido:				
Depreciação e amortização	116,5	114,0	248,4	223,7
Depreciação direito de uso imóveis	86,3	72,7	108,3	90,2
Valor residual do ativo imobilizado baixado	4,3	5,2	6,3	5,3
Participações em controladas	78,7	82,6	-	-
Imposto de renda e contribuição social correntes	-	-	1,6	4,4
Imposto de renda e contribuição social diferidos	18,8	19,2	(40,7)	(55,6)
Juros sobre demais créditos e débitos	1,6	1,7	1,6	1,7
Juros e variações sobre financiamentos	156,2	206,4	233,2	343,1
Constituição de provisão para processos judiciais e contingências	-	-	3,1	3,2
Reversão de provisão para processos judiciais e contingências	(3,1)	(3,1)	(5,7)	(9,5)
Pagamento baseado em ações	9,5	9,1	14,7	14,6
Provisão para perdas de créditos estimadas - cartões de crédito	0,5	0,1	(0,2)	2,6
Provisão para perdas nos estoques	(14,7)	(12,9)	(13,1)	(19,5)
Outros	20,7	26,2	28,1	15,1
Lucro líquido ajustado	426,1	467,9	494,6	512,3
Redução (aumento) nos ativos operacionais:				
Contas a receber de clientes	742,8	449,1	939,9	174,0
Estoques	(292,2)	(265,3)	(539,5)	(289,9)
Impostos a recuperar	(50,9)	22,6	(156,6)	3,7
Despesas antecipadas	(28,7)	(34,2)	(13,8)	(19,8)
Depósitos judiciais	18,2	(1,5)	6,3	(9,5)
Demais contas a receber	48,6	109,8	93,2	141,9
	437,8	280,6	329,4	0,5
Aumento (redução) nos passivos operacionais:				
Fornecedores	(63,4)	(175,4)	(94,2)	(269,2)
Salários e encargos trabalhistas	(8,1)	(4,4)	(2,4)	(6,5)
Impostos, taxas e contribuições	(91,1)	(16,2)	(138,0)	(28,2)
Imposto de renda e contribuição social correntes	(76,6)	(127,1)	(79,6)	(144,6)
Pagamento de contingências	(5,9)	(7,2)	(5,9)	(7,2)
Operações com partes relacionadas	(9,6)	(27,0)	-	-
Liquidação de juros sobre empréstimos e debêntures	(57,7)	(90,9)	(160,0)	(220,3)
Juros sobre arrendamento direito de uso imóveis	(39,0)	(33,9)	(44,5)	(39,5)
Demais contas a pagar	(89,1)	7,8	(89,1)	(18,5)
	(440,3)	(474,4)	(613,8)	(734,2)
Caixa líquido gerado nas atividades operacionais	423,5	274,1	210,2	(221,4)
Fluxo de caixa das atividades de investimentos				
Títulos e valores mobiliários	(260,9)	(189,8)	31,1	(1.375,8)
Imobilizado	(195,3)	(173,4)	(202,0)	(176,1)
Intangível	(24,8)	(34,3)	(174,4)	(142,1)
Caixa líquido gerado (aplicado) nas atividades de investimentos	(481,1)	(397,5)	(345,3)	(1.694,0)
Fluxo de caixa das atividades de financiamento				
Empréstimos e financiamentos (circulante e não circulante):				
Captações	853,6	4,6	1.135,4	2.738,4
Pagamento de principal	(60,1)	(482,4)	(95,5)	(784,3)
	793,5	(477,8)	1.039,9	1.954,1
Debêntures (circulante e não circulante):				
Captações	-	1.000,0	-	1.000,0
Pagamento de principal	-	-	-	-
	-	1.000,0	-	1.000,0
Arrendamento direito de uso imóveis	(138,5)	(111,5)	(161,7)	(127,3)
Contas a receber plano de ações	0,6	0,1	0,6	0,1
Aumento de capital	228,9	-	228,9	-
Dividendos e participações pagos	(232,8)	-	(232,8)	-
Caixa líquido gerado (aplicado) nas atividades de financiamento	651,7	410,7	875,0	2.826,9
Aumento de caixa e equivalentes de caixa	594,2	287,4	739,8	911,5
Caixa e equivalentes de caixa no início do trimestre	2.752,6	3.693,2	6.291,7	6.813,8
Caixa e equivalentes de caixa no final do trimestre	3.346,8	3.980,5	7.031,5	7.725,4
Aumento de caixa e equivalentes de caixa	594,2	287,4	739,8	911,5

TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS



**Agenda de Divulgação
Earnings Schedule**

1T20 Eventos

Divulgação de Resultados

7 de maio de 2020
(quinta-feira)
(Após o fechamento da B3)

**Teleconferência com Webcast
(Em Português - tradução
simultânea para Inglês)**

8 de maio de 2020
(sexta-feira)
14h30 (Horário de Brasília)

Acesso: +55 (11) 3181-8565 ou
+55 (11) 4210-1803

Código: LASA

Link para Webcast:
<https://ri.lasa.com.br/webcast1T20>

Replay: Até 14 de maio de 2020

Acesso: +55 (11) 3193-1012 ou
+55 (11) 2820-4012
Código: 4751064#

**Equipe de Relações
com Investidores**

investidores@lasa.com.br
+55 (21) 2206-6708
<http://ri.lasa.com.br/>

1Q20 Events

Earnings Release

May 7, 2020
(Thursday)
(After B3's trading hours)

**Conference Call and Webcast
(In Portuguese - simultaneous
translation into English)**

May 8, 2020
(Friday)
1:30 p.m. (US EST)

Access: +1 412 717-9627

Code: LASA

Webcast Connection:
<https://ri.lasa.com.br/webcast1Q20>

Replay: Until May 14, 2020

Access: +55 (11) 3193-1012 or
+55 (11) 2820-4012
Code: 7545718#

Investor Relations Team

investidores@lasa.com.br
+55 (21) 2206-6708
<http://ri.lasa.com.br/en>

Considerações referentes às perspectivas do negócio, estimativas de resultados operacionais e financeiros, e às perspectivas de crescimento da Lojas Americanas, eventualmente expressas neste relatório, se constituem apenas em projeções e, como tal, baseiam-se exclusivamente nas expectativas da administração da Lojas Americanas em relação ao futuro do negócio e seu contínuo acesso a capitais para financiar o plano de negócios da Companhia. Tais considerações dependem, substancialmente, de mudanças nas condições de mercado, regras governamentais, pressões da concorrência, do desempenho do setor e da economia brasileira, entre outros fatores e estão, portanto, sujeitas a mudanças sem aviso prévio.

Logomarca MSCI:

O uso de marcas registradas e índices da Morgan Stanley Capital International Inc. ("MSCI") não constituem patrocínio, endosso ou promoção por parte da MSCI, de suas filiadas, de seus fornecedores de informação ou de outros terceiros envolvidos ou relacionados em compilar, computar ou criar qualquer índice da MSCI. Os índices MSCI são marcas registradas da MSCI, ou de suas filiadas, e Lojas Americanas S.A. teve concedida licença para uso dessas marcas para determinados fins.