

## UNIVERSO AMERICANAS APRESENTA CRESCIMENTO DE 24,8% DO GMV NO 2T20

Rio de Janeiro, 13 de Agosto de 2020 – Lojas Americanas S.A. [B3: LAME3 (ordinária) e LAME4 (preferencial)], Companhia que oferece uma abordagem integrada e única no mercado de varejo brasileiro, unindo plataformas física, digital e mobile de negócios, anuncia os resultados do 2º trimestre de 2020 (2T20) e do primeiro semestre de 2020 (1S20). As informações contábeis que servem de base aos comentários abaixo são apresentadas de acordo com as Normas Internacionais de Relatório Financeiro (IFRS), com os padrões emitidos pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM) e em Reais (R\$). As comparações referem-se ao 2º trimestre de 2019 (2T19) e ao primeiro semestre de 2019 (1S19).

### DESTAQUES DO UNIVERSO AMERICANAS

DESTAQUES CONSOLIDADO (R\$ MM)	2T20	2T19	Δ	1S20	1S19	Δ
GMV	9.041,3	7.242,9	24,8%	16.279,0	13.443,1	21,1%
<b>Receita Líquida</b>	<b>4.672,6</b>	<b>4.411,6</b>	<b>5,9%</b>	<b>8.729,8</b>	<b>7.963,9</b>	<b>9,6%</b>
Lucro Bruto	1.541,1	1.557,5	-1,1%	2.908,7	2.784,7	4,5%
<i>Margem Bruta (%RL)</i>	<i>33,0%</i>	<i>35,3%</i>	<i>-2,3 p.p.</i>	<i>33,3%</i>	<i>35,0%</i>	<i>-1,7 p.p.</i>
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>741,9</b>	<b>832,0</b>	<b>-10,8%</b>	<b>1.329,8</b>	<b>1.392,8</b>	<b>-4,5%</b>
<i>Margem EBITDA Ajustada (%RL)</i>	<i>15,9%</i>	<i>18,9%</i>	<i>-3,0 p.p.</i>	<i>15,2%</i>	<i>17,5%</i>	<i>-2,3 p.p.</i>
<b>Resultado Líquido</b>	<b>(7,1)</b>	<b>112,7</b>	<b>-</b>	<b>(56,3)</b>	<b>59,2</b>	<b>-</b>
<i>Margem Líquida (%RL)</i>	<i>-0,2%</i>	<i>2,6%</i>	<i>-2,8 p.p.</i>	<i>-0,6%</i>	<i>0,7%</i>	<i>-1,3 p.p.</i>

#### ▪ Fortes Métricas de Crescimento no 2T20

- GMV Total +24,8%
- GMV do Digital +72,2%
- 43 milhões de Clientes Ativos (+5 milhões vs 4T19)

#### ▪ Transformação Rápida dos Negócios no 2T20

- GMV O2O R\$ 920 milhões (+126,8% vs 2T19)
- Ame Digital + 10.1 milhões de downloads acumulados
- Rápida mudança no gerenciamento do sortimento para priorizar itens essenciais

#### ▪ Posição de Caixa Robusta em 30/06/2020

- 1,0x Dívida líquida/EBITDA (-0,7x vs 2T19)
- R\$ 14,5 bilhões em caixa e equivalentes de caixa (+R\$ 2,4 bilhões vs 2T19)
- *Follow-on* concluído com sucesso em julho (aumento de capital de R\$ 7,9 bilhões)

#### ▪ Forte Responsabilidade Social

- Criação do Instituto “Juntos Somos Mais Solidários”
- Mais de R\$ 62 milhões em doações, junto com parceiros, e R\$ 4,5 milhões em doações facilitadas pela Ame
- +14,4 mil sellers conectados e suportados pelo nosso marketplace

**LAME3**  
R\$ 32,18/ação  
**NÚMERO DE AÇÕES**  
1.078.406.137

**LAME4**  
R\$ 27,27/ação  
**NÚMERO DE AÇÕES**  
545.154.656

**MARKET CAP**  
R\$ 49,5 BI  
**FECHAMENTO**  
30 de junho de 2020

**MENSAGEM DO CEO****O Universo Americanas acelerou o crescimento de GMV e gerou resultados consistentes no 2T20**

No 2T20 aceleramos o crescimento de GMV por meio da alavancagem das competências, da amplitude e da escala do Universo Americanas. Tomamos a decisão de manter nossas plataformas em funcionamento para atender à população, reforçando a relevância social do Universo Americanas, apesar das dificuldades impostas pela pandemia da COVID-19 e dos fechamentos de lojas seguindo as determinações de cada município. Ampliamos os serviços online to offline (O2O) e priorizamos a oferta de itens essenciais, como materiais de limpeza, produtos de higiene pessoal, alimentos e bebidas, com o objetivo de atender as necessidades básicas dos clientes e fazer a nossa parte para ajudar a sociedade no difícil cenário que ainda vivemos.

Nossa base de clientes continuou crescendo e atingiu 43 milhões de clientes ativos (com compras nos últimos 12 meses) no 2T20, um crescimento de 13% em relação aos 38 milhões de clientes ativos no 4T19. Enquanto todas as plataformas do Universo Americanas (por meio dos canais físico, digital e mobile) apresentaram forte crescimento no número de clientes ativos, estamos particularmente animados pois o número de clientes com mais de um ponto de contato com nosso Universo atingiu 6 milhões no 2T20, um crescimento de 50% desde o 4T19. A nossa fintech e plataforma mobile de negócios, ajudou a impulsionar esse movimento. O app alcançou 10,1 milhões de downloads e 1,7 milhão de estabelecimentos conectados no 2T20. A nossa também nos permitiu ajudar comunidades em todo o Brasil, arrecadando mais de R\$ 4,5 milhões em doações de milhares de usuários para mais de 70 ONGs conectadas.

Nosso desempenho no 2T20 foi consistente em todo o Universo Americanas e acreditamos estar no caminho certo para alcançar os objetivos do nosso ciclo de três anos (2020-2022), que busca tornar o Universo Americanas ainda mais relevante no dia a dia dos clientes. Utilizamos o lema “Tudo. A Toda Hora. Em Qualquer Lugar.” para guiar nossa visão, nossas decisões e nossa jornada.

**Aceleração do O2O continua**

O online to offline se consolidou como um importante serviço para atender as necessidades dos clientes de forma rápida e eficiente. No 2T20, as iniciativas O2O atingiram um GMV de R\$ 920 milhões, ou 10,2% do GMV Total do Universo Americanas. As vendas das iniciativas O2O que utilizam o estoque das lojas alcançaram 17,2% das vendas da plataforma física no 2T20. Acreditamos que as iniciativas O2O estarão cada vez mais presentes na vida dos clientes e, portanto, estão totalmente alinhadas com nosso objetivo de ser ainda mais relevante no dia a dia dos clientes.

**Plataforma digital cada vez mais forte**

Ao longo do trimestre, nossa plataforma digital esteve 100% disponível para atender à população no país inteiro e teve um desempenho fantástico, apresentando crescimento de 72,2% no GMV total e aumento de 95,4% no número de pedidos. Para aumentar a oferta de itens e nosso apoio ao comércio local, 14,4 mil novos sellers foram conectados ao marketplace, atingindo um total de 68,9 mil sellers na plataforma e 39,8 milhões de itens ofertados, um crescimento de 226% no sortimento em relação ao mesmo período do ano anterior. A flexibilidade da nossa plataforma digital permitiu a aceleração das iniciativas O2O, possibilitando a entrega em poucas horas, dos itens oferecidos em mais de 2 mil lojas físicas de sellers e 1,7 mil lojas da Americanas. Como resultado, em junho, entregamos mais de 30% dos pedidos em menos de 24 horas.

**Plataforma física provou sua resiliência**

Na plataforma física, seguindo as determinações de cada município, 44% da área de vendas ficou fechada ao longo do trimestre. As lojas de rua permaneceram em sua maioria abertas e registraram crescimento de 5,8% no conceito “mesmas lojas”, apesar de diversas restrições relacionadas ao sortimento ou horário de funcionamento. O crescimento do ticket médio e a expansão das iniciativas O2O contribuíram diretamente para esse crescimento. Ajustamos a operação das lojas para manter todos ambientes seguros e garantir a segurança de nossos associados e clientes. Distribuímos álcool em gel e máscaras para todas as unidades, controlamos o fluxo de clientes de acordo com a capacidade de cada loja e criamos a rede interna de comunicação médica “Juntos Somos Mais Saúde”, que conta com mais de 100 profissionais dedicados, para promover medidas preventivas e monitorar individualmente possíveis casos.

### **Robusta posição de caixa**

Após uma bem-sucedida oferta pública de ações, finalizada em julho, o Universo Americanas conta com uma estrutura de capital robusta, capaz de acelerar os investimentos necessários na plataforma e otimizar a estrutura de capital, nos permitindo perseguir novos patamares de resultado. Considerando os R\$ 7,9 bilhões da oferta, no 2T20 alcançaremos uma posição R\$ 4,0 bilhões de caixa líquido.

### **Forte responsabilidade social**

O comitê de crise do Universo Americanas, criado em fevereiro, tem como objetivo promover ações rápidas e priorizar medidas para preservar a saúde de associados, clientes e sociedade. Alinhado a esse objetivo, o comitê possibilitou mais de R\$ 62 milhões em doações para causas sociais, juntamente com parceiros, e liderou a criação do Instituto Juntos Somos Mais Solidários, que complementar as iniciativas sociais do Universo Americanas. Participar dessas iniciativas nos enche de orgulho e reforça o compromisso do Universo Americanas com a sociedade.

### **Estratégia de longo prazo permanece sólida**

O Universo Americanas é único, flexível e resiliente e, apesar do cenário cheio de incertezas, continuamos confiantes em nossa estratégia de longo prazo, orgulhosos do nosso papel social e buscando o sonho de ser ainda mais relevante no dia a dia dos clientes, parceiros e associados.

As ações realizadas em tão pouco tempo, diante de circunstâncias tão adversas, só foram possíveis devido à força e a determinação de nossos associados e por isso gostaríamos de agradecer os “super-heróis” do Universo Americanas.

Por fim, estamos otimistas e acreditamos que juntos, como sociedade, sairemos mais fortes dessa crise.

Atenciosamente,

**Miguel Gutierrez**

**CEO, Universo Americanas**

**“Tudo. A Toda Hora. Em Qualquer Lugar.”**

**DESTAQUES OPERACIONAIS**

**GMV Total:** Em um cenário desafiador, o crescimento do GMV do Universo Americanas acelerou sequencialmente. O GMV Total cresceu 24,8%, atingindo R\$ 9,0 bilhões no trimestre, sustentado pela alta penetração das vendas online. O GMV Online representou 74% do GMV total do Universo Americanas. Durante o trimestre, mais de 30% da base de lojas ficou fechada devido à evolução do COVID-19 no Brasil. Essas lojas representam 44% da nossa área de vendas.

**Base de Clientes:** O Universo Americanas totalizou 43 milhões de clientes ativos, com compras nos últimos doze meses. Isso representou um aumento de 5 milhões de clientes nos últimos seis meses. Além do crescimento relevante, a sobreposição entre a base de clientes das plataformas digital e física aumentou 50%, passando de 4 milhões em dez/19 para 6 milhões em junho. Ainda visualizamos uma enorme oportunidade de aumentar ainda mais a sobreposição da base de clientes e continuarmos a ser ainda mais relevantes no dia-a-dia dos clientes.

**Tráfego e Ticket:** O tráfego do Universo Americanas (visitas aos sites + lojas) cresceu 49%, atingindo mais de 1 bilhão de visitas no 2T20. O tráfego online aumentou 102% e os pedidos online cresceram 95%, impulsionados pelo aumento de frequência e novos clientes. Nas lojas, o tráfego diminuiu 52% devido ao aumento do isolamento social, parcialmente compensado por um aumento de 54% no ticket médio, impulsionado por cestas maiores relacionadas à extensão do sortimento de itens essenciais.

**Marketplace:** Mais de 14,4 mil novos sellers foram conectados em nossa plataforma de marketplace, atingindo um total de 69,8 mil sellers. As vendas do 3P cresceram 79,4%, representando 61,2% do GMV Online. Durante o trimestre, lançamos o "Marketplace Local", uma plataforma que conecta varejistas físicos ao O2O. A plataforma permite que os clientes selecionem as lojas mais próximas e recebam a entrega realizada pela Ame Flash em menos de 2 horas. Em menos de dois meses, mais de 4 mil lojas de sellers e da Americanas foram conectadas à nossa rede de *crowdshipping*.

**Sortimento:** Oferta de 39,8 milhões de itens, crescimento de 226% em relação ao 2T19. Durante o trimestre, produtos essenciais e categorias de cauda longa (limpeza, higiene, alimentos, bebidas e equipamentos esportivos) ganharam relevância, impulsionados pela mudança nos hábitos de consumo dos clientes.

**Vendas "Mesmas Lojas" (%RB):** As vendas "mesmas lojas" das lojas de rua alcançou +5,8% e das lojas de shopping centers foi de -68,4%. Durante o trimestre, a dinâmica de vendas evoluiu de forma consistente, com uma tendência positiva contínua desde o fraco desempenho no início de abril. Devido ao grande número de lojas fechadas, no trimestre as vendas mesmas lojas (SSS) caíram 26,5%.

**Produtividade das Lojas:** Considerando a área útil de vendas<sup>1</sup>, as vendas por metro quadrado aumentaram 26,3%. O crescimento robusto da produtividade foi impulsionado por uma estratégia comercial voltada para itens básicos e pelo rápido crescimento das iniciativas O2O. Combinando os canais Click&Collect Now, Ship From Store e WhatsApp Delivery, as vendas de O2O representaram 17,2% das vendas da plataforma física no trimestre.

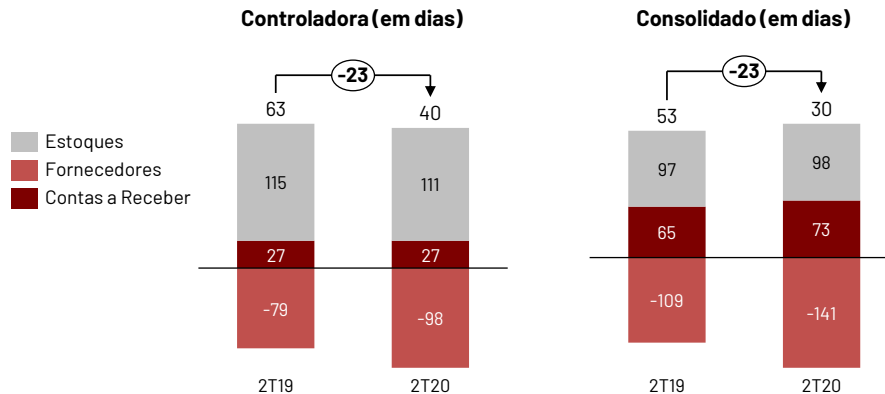
**Gerentes Digitais:** Em junho, iniciamos o piloto do projeto "Gerentes Digitais", no qual algumas lojas Express e Local criaram sua própria página no Facebook. Essas páginas personalizadas permitem que as lojas criem conteúdo com foco nas ofertas mais relevantes para o público próximo à loja. Esse tipo de mídia tem como objetivo aproximar os consumidores da loja, transformando funcionários em influenciadores digitais. Em dois meses, alcançamos 1 milhão de impressões das postagens e 250 mil visualizações de vídeos produzidos pelas lojas.

**Americanas Mercado:** No 2T20, o marketplace de supermercados, desenvolvido pelo Supermercado Now, foi integrado ao aplicativo Americanas, resultando no lançamento do Americanas Mercado. O recurso permite que os clientes comprem alimentos frescos online e recebam no mesmo dia, alinhado com o objetivo de oferecer "Tudo. A toda hora. Em qualquer lugar".

**Níveis de Serviço:** Apesar das mudanças significativas nas operações das plataformas física e digital devido à pandemia do COVID-19, o Universo Americanas melhorou seus níveis de serviço em todas as frentes. No trimestre, 30% de todos os pedidos na plataforma digital foram entregues em menos de 24 horas, com grande contribuição da capilaridade de lojas físicas e expansão dos serviços O2O. A pontuação média do Reclame Aqui da B2W foi de 8,6, contra uma média de 7,2 dos pares diretos, enquanto a pontuação da Ame foi de 8,9 e da loja física da Americanas foi de 8,7. Todas as nossas marcas possuem a certificação RA1000, reconhecendo a excelência do atendimento ao cliente.

<sup>1</sup> Durante o trimestre, o número de lojas fechadas e com horário restrito oscilou consideravelmente. Para medir a produtividade da loja, a área útil de vendas foi calculada com um algoritmo que considera a porcentagem de fechamentos temporários e restrições de horário de funcionamento diariamente. Usando essa lógica, uma média de 44% da área instalada ficou ociosa ao longo do trimestre.

**Capital de Giro:**



Na visão consolidada, o capital de giro foi de 30 dias no 2T20, mostrando uma importante melhora de 23 dias em relação ao mesmo período do ano anterior. Os ganhos operacionais proporcionados pela crescente integração entre as plataformas física e digital estão apoiando a redução dos níveis de estoque e financiamento de fornecedores.

**Investimentos:** Ao longo do 1S20, os investimentos consolidado e da controladora totalizaram R\$ 738,2 milhões e R\$ 408,1 milhões, respectivamente. Eles foram distribuídos de acordo com a tabela a seguir:

Investimentos	Controladora			Consolidado		
	1S20	1S19	Δ %	1S20	1S19	Δ %
Inaugurações / Obras de Melhoria	305,9	349,7	-12,5%	305,9	349,7	-12,5%
Tecnologia	97,5	88,6	10,0%	410,4	309,9	32,4%
Operações e outros	4,7	3,5	35,5%	21,9	9,1	141,1%
<b>Total</b>	<b>408,1</b>	<b>441,8</b>	<b>-7,6%</b>	<b>738,2</b>	<b>668,7</b>	<b>10,4%</b>

A abertura de novas lojas foi adiada devido à pandemia, levando à redução dos investimentos em aberturas/melhorias. O aumento dos investimentos em tecnologia está associado às iniciativas O2O e ao desenvolvimento do *roadmap* da Ame Digital.

**Presença Física:** Em 30 de junho de 2020, a Companhia contava com 25.013 associados e 1.702 lojas em 744 cidades, das quais 934 eram tradicionais, 706 Express, 53 no formato de conveniência (Local), 7 lojas digitais e 2 Ame Go, atingindo uma área de vendas de 1,2 milhão de metros quadrados (+ 6,7% vs 2T19). 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. No primeiro semestre do ano, abrimos 9 lojas e, seguindo com o processo de otimização do nosso portfólio, 7 lojas foram fechadas.

Região	Formato	Número de Lojas	Área de Vendas mil m <sup>2</sup>	Média mil m <sup>2</sup>
<b>Em 31/12/2019</b>		<b>1.700</b>	<b>1.209,3</b>	<b>0,7</b>
Sudeste	Express/Digital	2	0,4	0,2
Nordeste	Tradicional	1	1,2	1,2
	Express/Digital	1	0,2	0,2
Sul	Tradicional	1	0,8	0,8
	Express/Digital	1	0,4	0,4
Norte	Tradicional	1	0,7	0,7
Centro-Oeste	Tradicional	1	0,5	0,5
	Express/Digital	1	0,3	0,3
<b>TOTAL</b>	Tradicional	4	3,1	0,8
	Express/Digital	5	1,4	0,3
Fechamento/Reforma		(7)	(1,8)	0,3
<b>Em 30/06/2020</b>		<b>1.702</b>	<b>1.212,1</b>	<b>0,7</b>

**Local:** No 2T20, em linha com os novos hábitos de consumo e conveniência em um contexto de pandemia, o modelo focou em atender cinco diferentes jornadas de compras: i) reposição de supermercado; ii) cuidados pessoais e domiciliares; iii) guloseimas, como chocolates e biscoitos; iv) refeições em casa ou no trabalho; e v) celebrações virtuais e *happy hours*. Dessa forma, continuamos investindo em tornar a Local um espaço onde o cliente encontra tudo o que precisa, aproveitando a total integração com as soluções da + AQUI e O2O, além de garantir produtos e serviços que possam satisfazer as necessidades diárias dos consumidores.

**+AQUI:** No trimestre, a plataforma de gerenciamento e promoção de serviços continuou a aprimorar a experiência em sua plataforma integrada (SiS), que superou 1,5 milhão de clientes únicos. Além disso, a plataforma integrou outro parceiro na operação de *trade-In*, com o objetivo de aumentar o poder de compra e incentivar cada vez mais o consumo sustentável e expandiu a solução de vendas para pagamentos à distância e *mobiles*, atendendo a milhares de clientes com entrega em domicílio, seguindo todas as regras de atendimento recomendadas pela OMS (Organização Mundial da Saúde).

## DESTAQUES DO MOTOR DE INOVAÇÃO

A IF - Inovação e Futuro, é o motor de inovação do Universo Americanas e responsável por construir negócios disruptivos e potencializar diversas iniciativas da Americanas e da B2W Digital. A IF é responsável pela aceleração de negócios estratégicos, como a Ame Digital e várias iniciativas de O2O, contribuindo para uma transformação mais rápida dos nossos negócios.

### AME DIGITAL

- Ame Digital, a *fintech* e plataforma *mobile* de negócios do Universo Americanas, continua a se desenvolver rapidamente e alcançou 10,1 milhões de downloads, 1,7 milhão de estabelecimentos conectados e segue ganhando forte tração na Americanas e na B2W, otimizando a oferta de descontos para os clientes por meio do *cashback*, gerando maior recorrência de compra e aumentando o *spending* dos clientes.
- A campanha #AmeFazerSuaParte facilitou R\$ 4,5 milhões em doações de milhares de clientes, com forte presença nas mídias sociais. Utilizando a tecnologia de mini-app, a Ame Digital alavancou sua plataforma de doações, apoiando mais de 70 ONGs.
- Ame lançou seu cartão pré-pago, expandindo sua aceitação para toda a rede credenciada da bandeira MasterCard. O cartão permite que o usuário use o saldo da carteira em pagamentos por aproximação em lojas físicas e online, além de permitir saques em milhares de caixas eletrônicos espalhados por todo o Brasil.
- Ame anunciou a expansão de sua oferta de soluções financeiras, com a criação de um marketplace de crédito. Por meio da plataforma, os usuários podem solicitar empréstimos pessoais de forma rápida e simples em um processo 100% digital. Atualmente, é possível contratar vários formatos de empréstimos oferecidos por parceiros como Credits, Rebel, BCredi e Jeitto.
- Ame acelerou a parceria com a BR Distribuidora, que já registrou mais de R\$ 100 milhões de TPV e 1 milhão de transações via QR Code nos primeiros 45 dias de operação, tornando possível os pagamentos rápidos e seguros com Ame.
- Ame se integrou à novas plataformas de tecnologia para expandir aceitação no mundo online. Ao longo do 2T20, a Ame Plus foi conectada às plataformas Magento, WooCommerce e Payhow.
- Em junho, foi lançado um piloto da Ame Scan&Go, uma nova forma de pagamento nas lojas físicas. A funcionalidade Scan&Go, dentro do app da Ame, permite que clientes escaneiem o código de barras dos produtos na loja e paguem diretamente no app, sem precisar de ir ao caixa. Atualmente, a novidade está sendo testada na loja localizada na sede da Companhia e em breve será estendido para lojas da Local.
- Ame Flash, nossa plataforma de crowdshipping que conecta entregadores independentes (moto, bicicleta e outros modais), encerrou o segundo trimestre superando a marca de 700 cidades atendidas e mais de 20 mil entregadores conectados (vs 800 em dez/19).

## 020 (ONLINE TO OFFLINE)

- Seguindo o conceito de “Tudo. A toda hora. Em qualquer lugar.”, as iniciativas O20 do Universo Americanas vêm aprimorando a experiência de compra dos clientes e crescem em ritmo acelerado. No 2T20, essas iniciativas combinadas registraram um GMV de R\$ 920,0 milhões (vs R\$ 405,6 milhões no 2T19), um crescimento de 126,8%.
  - **LASA Seller:** No 2T20, a iniciativa manteve o ritmo acelerado de crescimento, registrando vendas 5x maiores que no mesmo período do ano anterior. Devido ao cenário do COVID-19, foram reforçadas as ações comerciais para priorizar itens essenciais, resultando em um aumento de 60% dos itens vendidos.
  - **Pegue na Loja Hoje (Click and Collect Now):** Disponível em 100% das lojas da Americanas, permitindo que o cliente compre online do estoque da loja e retire o produto em até 1 hora, sem frete. O serviço segue evoluindo rapidamente, atingindo mais de 300 mil pedidos no 2T20.
  - **Ship from Store:** Compra online dos produtos da loja mais próxima e entrega em até 2 horas no endereço de desejo. O serviço foi expandido para todas as lojas da Americanas e para lojas físicas de sellers, permitindo entregas no mesmo dia a partir de 4.000 lojas, aprimorando o conceito de “Marketplace Local”.
  - **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 2T20, alcançamos 9.075 pontos conectados (lojas da Americanas, 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 produtos oferecidos na plataforma digital (1P e 3P). No 2T20, a operação apresentou um ticket médio 15x maior que o das lojas físicas e crescimento de venda de 25% em relação ao 2T19 mesmo tendo sido impactado pelo fechamento de lojas em função do COVID-19.
  - **WhatsApp “Na Sua Casa”:** O novo canal de vendas criado em março ganhou força rapidamente na base de clientes e provou ser uma ferramenta poderosa de geração de vendas para a loja física. A iniciativa, que permite o contato direto entre os clientes e a loja mais próxima, ganhou várias funcionalidades novas, como cadastro centralizado, número de pedido e catálogos digitais, atingindo mais de 2,5 milhões de transações desde o lançamento.

**DESTAQUES FINANCEIROS**

**GROSS MERCHANDISE VOLUME (GMV)**

Gross Merchandise Volume (GMV)	Consolidado		
	2T20	2T19	Δ
<b>Gross Merchandise Volume</b>	<b>9.041,3</b>	<b>7.242,9</b>	<b>24,8%</b>
Plataforma Física (%Total)	27,7%	46,7%	-19,0 pp
Plataforma Digital (%Total)	72,3%	53,3%	19,0 pp
1P(%da Plataforma Digital)	38,8%	41,3%	-2,5 pp
3P(%da Plataforma Digital)	61,2%	58,7%	2,5 pp

No 2T20, o GMV total foi de R\$ 9,0 bilhões, com as vendas online representando 72,3% do total GMV vs. 53,3% no 2T19.

**RECEITAS**

Receitas (R\$ MM)	Controladora			Consolidado		
	2T20	2T19	Δ	2T20	2T19	Δ
<b>Receita Bruta</b>	<b>2.574,8</b>	<b>3.412,2</b>	<b>-24,5%</b>	<b>5.569,7</b>	<b>5.235,0</b>	<b>6,4%</b>
Plataforma Digital (%Total)	-	-	-	54,2%	35,2%	19,0 pp
O2O (%Total)	17,2%	1,5%	15,7 pp	16,5%	7,8%	8,7 pp
Mesmas Lojas (%RB)	-26,5%	5,2% <sup>(1)</sup>	-	-	-	-
Lojas de Rua	5,8%	5,6% <sup>(1)</sup>	-	-	-	-
Lojas de Shopping	-68,4%	4,8% <sup>(1)</sup>	-	-	-	-
<b>Receita Líquida</b>	<b>2.270,6</b>	<b>2.951,8</b>	<b>-23,1%</b>	<b>4.672,6</b>	<b>4.411,6</b>	<b>5,9%</b>
Plataforma Digital (%Total)	-	-	-	52,1%	33,5%	18,6 pp
Mesmas Lojas (%RL)	-25,0%	4,4% <sup>(1)</sup>	-	-	-	-

<sup>(1)</sup> Dados do 1S19 devido ao descasamento da Páscoa

No 2T20, a receita bruta do Universo Americanas cresceu 6,4%, atingindo R\$ 5,6 bilhões. Durante o trimestre, tivemos 44% da área de vendas de lojas fechadas devido à evolução do COVID-19 no Brasil. O excelente desempenho das lojas de rua (+5,8% SSS) e o *rollout* das iniciativas O2O (+126,8%) compensaram parcialmente esse impacto na plataforma física que apresentou uma queda de 24,5% nas vendas brutas. A receita bruta da plataforma digital cresceu 63,8% no 2T20, impulsionada por um aumento na base de clientes, um sortimento mais amplo e +14,4 mil novos sellers conectados no trimestre.

**LUCRO BRUTO**

No 2T20, o lucro bruto consolidado atingiu R\$ 1,5 bilhão, uma redução de 1,1%. A margem bruta consolidada atingiu 33,0% da receita líquida, uma contração de 2,3 pontos percentuais. A margem bruta foi impactada pela maior penetração das vendas online e como resultado do ajuste de sortimento com categorias como limpeza, higiene, alimentos e bebidas, ganhando relevância em relação a categorias como vestuário e brinquedos.

**DESPESAS COM VENDAS, GERAIS E ADMINISTRATIVAS**

Despesas Operacionais (R\$ MM)	Controladora			Consolidado		
	2T20	2T19	Δ %	2T20	2T19	Δ %
<b>Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas</b>	<b>(319,5)</b>	<b>(441,1)</b>	<b>-27,6%</b>	<b>(799,1)</b>	<b>(725,5)</b>	<b>10,1%</b>
Despesas com Vendas	(289,5)	(412,6)	-29,8%	(707,6)	(661,3)	7,0%
<b>% Receita Líquida</b>	<b>12,7%</b>	<b>14,0%</b>	<b>-1,3 p.p.</b>	<b>15,1%</b>	<b>15,0%</b>	<b>+0,1 p.p.</b>
Despesas Gerais e Administrativas	(30,0)	(28,5)	5,3%	(91,6)	(64,2)	42,6%
<b>% Receita Líquida</b>	<b>1,3%</b>	<b>1,0%</b>	<b>+0,3 p.p.</b>	<b>2,0%</b>	<b>1,5%</b>	<b>+0,5 p.p.</b>



Na visão consolidada, as despesas com vendas aumentaram 7,0%, como resultado da redução de custos na plataforma física, devido às renegociações de contratos e otimizações de despesas com pessoal, parcialmente compensadas pelas maiores despesas de marketing na plataforma digital, relacionadas à aceleração online. As despesas gerais e administrativas aumentaram 42,6% no 2T20, como resultado do aumento das contratações na Ame e dos custos extras associados à aceleração online.

### EBITDA AJUSTADO

No 2T20, o EBITDA consolidado atingiu R\$ 741,9 milhões, com Margem EBITDA de 15,9%, queda de 3,0 pp em relação ao 2T19, explicado pela maior penetração nas vendas online (72,3% do GMV no 2T20 vs 53,3% no 2T19). Isoladamente, as plataformas física e digital expandiram as margens EBITDA no trimestre em 0,7 pp e 0,1 pp, respectivamente, apesar do cenário desafiador imposto pela pandemia do COVID-19.

A tabela abaixo mostra a reconciliação entre o EBITDA ajustado e o EBITDA CVM 527/12:

Conciliação do EBITDA - R\$ MM	Controladora			Consolidado		
	2T20	2T19	Δ %	2T20	2T19	Δ %
<b>(=) EBITDA Ajustado</b>	<b>571,3</b>	<b>721,9</b>	<b>-20,9%</b>	<b>741,9</b>	<b>832,0</b>	<b>-10,8%</b>
(+) Outras receitas (despesas) operacionais*	(81,7)	(14,3)	471,2%	(103,4)	(25,9)	299,1%
(+) Equivalência patrimonial	(51,6)	(74,6)	-30,9%	-	-	-
(+) Participação minoritária	-	-	-	29,1	49,1	-40,8%
<b>(=) EBITDA (CVM 527/12)</b>	<b>438,0</b>	<b>633,0</b>	<b>-30,8%</b>	<b>667,7</b>	<b>855,2</b>	<b>-21,9%</b>

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

No trimestre, as "Outras despesas operacionais" consolidadas aumentaram devido às doações relacionadas à situação do COVID-19 no Brasil, às despesas extraordinárias para preservação da saúde de clientes e associados e a provisões para perda de estoque.

### RESULTADO FINANCEIRO LÍQUIDO

Resultado Financeiro Líquido	Controladora			Consolidado		
	2T20	2T19	Δ %	2T20	2T19	Δ %
Rentabilidade de Caixa e Equivalentes	35,2	63,0	-44,1%	84,4	152,6	-44,7%
Outras Receitas Financeiras	7,3	6,0	22,7%	14,8	6,8	116,4%
<b>Total Receitas Financeiras</b>	<b>42,5</b>	<b>69,0</b>	<b>-38,3%</b>	<b>99,2</b>	<b>159,4</b>	<b>-37,8%</b>
Custo da Dívida e Antecipação de Recebíveis	(126,7)	(166,7)	-24,0%	(274,3)	(389,5)	-29,6%
Variação monetária do passivo fiscal	(14,2)	(13,0)	8,7%	(14,2)	(13,1)	8,4%
Outras Despesas Financeiras	(42,8)	(44,7)	-4,2%	(54,3)	(67,6)	-19,6%
<b>Total Despesas Financeiras</b>	<b>(183,7)</b>	<b>(224,5)</b>	<b>-18,2%</b>	<b>(342,8)</b>	<b>(470,2)</b>	<b>-27,1%</b>
Ajuste a valor presente de fornecedores e contas a receber	(14,5)	(20,8)	-30,5%	(14,1)	(13,7)	2,6%
Juros de Arrendamento	(35,2)	(42,8)	-17,8%	(42,0)	(48,0)	-12,6%
<b>Resultado Financeiro Líquido</b>	<b>(190,8)</b>	<b>(219,1)</b>	<b>-12,9%</b>	<b>(299,7)</b>	<b>(372,5)</b>	<b>-19,5%</b>

No 2T20, na visão consolidada, o resultado financeiro líquido diminuiu 19,5%, impulsionado pela queda na taxa CDI. Na controladora, a queda de 13,0% foi impulsionada pela retração do CDI parcialmente compensada pelo maior nível de endividamento e pelo aumento no desconto de recebíveis, como resultado de uma política de gestão de caixa mais conservadora devido às turbulências do COVID-19.

## 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		
	2T20	2T19	Δ R\$	2T20	2T19	Δ R\$
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>571,3</b>	<b>721,9</b>	<b>(150,6)</b>	<b>741,9</b>	<b>832,0</b>	<b>(90,1)</b>
(+) Depreciação / Amortização	(226,4)	(206,6)	(19,8)	(383,5)	(334,8)	(48,7)
(+) Resultado Financeiro Líquido	(190,8)	(219,2)	28,4	(299,7)	(372,5)	72,8
(+) Equivalência	(51,6)	(74,6)	23,0	-	-	-
(+) Outras Receitas (Despesas) Operacionais*	(81,7)	(14,3)	(67,4)	(103,4)	(25,9)	(77,5)
(+) Participação Minoritária	-	-	-	29,1	49,1	(20,0)
(+) Imposto de Renda e Contribuição Social	(27,9)	(94,5)	66,6	8,5	(35,2)	43,7
<b>(=) Resultado Líquido</b>	<b>(7,1)</b>	<b>112,7</b>	<b>(119,8)</b>	<b>(7,1)</b>	<b>112,7</b>	<b>(119,8)</b>

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

## ENDIVIDAMENTO

R\$ milhões	Controladora		Consolidado	
Endividamento	30/06/2020	30/06/2019	30/06/2020	30/06/2019
Empréstimos e financiamentos de curto prazo	1.886,4	626,4	2.775,3	2.276,5
Debêntures de curto prazo	797,6	504,4	797,6	504,4
<b>Endividamento de Curto Prazo</b>	<b>2.684,0</b>	<b>1.130,8</b>	<b>3.572,9</b>	<b>2.780,9</b>
Empréstimos e financiamentos de longo prazo	3.588,2	2.896,0	9.277,7	9.629,5
Debêntures de longo prazo	5.398,7	5.169,7	5.398,7	5.169,7
<b>Endividamento de Longo Prazo</b>	<b>8.986,9</b>	<b>8.065,7</b>	<b>14.676,4</b>	<b>14.799,2</b>
<b>Endividamento Bruto (1)</b>	<b>11.670,9</b>	<b>9.196,5</b>	<b>18.249,3</b>	<b>17.580,1</b>
Caixa e equivalentes de caixa	4.508,1	3.258,5	8.414,5	6.573,4
Aplicações financeiras	1.543,6	1.118,6	4.653,2	4.009,5
Aplicações financeiras (BWU) <sup>(1)</sup>	263,4	257,3	-	-
Contas a receber de cartão de crédito / débito	876,3	1.063,5	1.433,8	1.516,5
<b>Disponibilidades Totais (2)</b>	<b>7.191,4</b>	<b>5.697,9</b>	<b>14.501,5</b>	<b>12.099,4</b>
<b>Caixa (Dívida) Líquido (2) - (1)</b>	<b>(4.479,4)</b>	<b>(3.498,6)</b>	<b>(3.747,8)</b>	<b>(5.480,7)</b>
<b>Dívida Líquida / EBITDA Ajustado (últimos 12 meses)</b>	<b>1,6</b>	<b>1,3</b>	<b>1,0</b>	<b>1,7</b>
<b>Dívida Líquida<sup>(2)</sup> / EBITDA Ajustado (últimos 12 meses)</b>	<b>1,1</b>	<b>1,3</b>		
<b>Prazo Médio de Vencimento da Dívida (em dias)</b>	<b>1.011</b>	<b>1.274</b>	<b>1.037</b>	<b>1.216</b>

<sup>(1)</sup> Aplicações financeiras da BWU [NE 13 (b)(1)]

<sup>(2)</sup> Desconsiderando os efeitos do aumento de capital em B2W

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

Em 30 de junho, a dívida líquida consolidada reduziu R\$ 1.732,9 milhões em relação ao ano anterior, uma melhora de 0,7x EBITDA. A redução da dívida líquida na visão consolidada reflete os impactos do aumento de capital da B2W Digital no 4T19, que teve adesão de 100% de seus acionistas, além do fluxo de caixa gerado pelas plataformas física e digital. O prazo médio da dívida encerrou o trimestre acima de 34 meses.

Na controladora, a dívida líquida aumentou em R\$ 980,8 milhões, uma variação de +0,3x EBITDA. Excluindo a participação da Americanas no aumento de capital da B2W no 4T19, a dívida líquida da controladora teria reduzido R\$ 483,7 milhões, uma melhora de 0,2x na relação dívida líquida/EBITDA. O prazo médio da dívida encerrou o trimestre acima de 33 meses.

Em julho, a Companhia concluiu com êxito o *follow-on*, captando R\$ 7,9 bilhões no mercado financeiro e melhorando substancialmente a liquidez do balanço. Após a conclusão da oferta, a agência de risco Fitch Ratings elevou o rating corporativo da Companhia para AAA, com perspectiva estável.

O contas a receber considera recebíveis de cartões de crédito e débito, líquidos do valor descontado, que possuem liquidez imediata e podem ser considerados como caixa. A composição das contas a receber é apresentada na tabela abaixo:

R\$ milhões	Controladora		Consolidado	
	30/06/2020	30/06/2019	30/06/2020	30/06/2019
<b>Conciliação Contas a Receber</b>				
Receíveis de cartões de crédito bruto	994,8	1.019,4	7.128,7	5.327,3
Desconto de recebíveis	(766,4)	(360,1)	(6.744,1)	(4.404,7)
Receíveis de débitos eletrônicos e cheques	8,3	44,1	8,3	44,1
Fundo de Investimento em direitos creditórios (FIDC)	639,7	360,1	1.041,0	549,8
<b>Contas a Receber de Cartão de Crédito / Débito</b>	<b>876,3</b>	<b>1.063,5</b>	<b>1.433,8</b>	<b>1.516,5</b>
Ajuste a valor presente	(11,6)	(4,1)	(17,9)	(10,9)
Provisão para créditos de liquidação duvidosa	(2,2)	(0,9)	(61,5)	(45,0)
Outras contas a receber	15,0	37,6	150,2	115,5
<b>Contas a Receber Líquido</b>	<b>877,5</b>	<b>1.096,1</b>	<b>1.504,6</b>	<b>1.576,1</b>

## GOVERNANÇA, MEIO AMBIENTE E SOCIAL (ESG)

O Universo Americanas está comprometido com o desenvolvimento sustentável de seus negócios, com o objetivo de construir uma sociedade inclusiva, equilibrando os pilares ambientais, econômicos e sociais, aprimorando a geração de valor. Todos os nossos projetos e iniciativas estão alinhados com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas (ONU) a serem perseguidos por países e organizações no enfrentamento aos principais desafios globais de sustentabilidade nos próximos anos.

Nesse contexto, na última Assembleia Geral de Acionistas em 30 de abril de 2020 foi eleito um novo Conselho de Administração composto por 7 membros, sendo 3 independentes. Além disso, o Conselho de Administração estabeleceu 6 comitês: Finanças, Pessoas e Remuneração, Digital, Ame, Auditoria (100% independente) e Sustentabilidade. Esses comitês são formados por conselheiros e especialistas externos. A Americanas também possui um Conselho Fiscal formado por 3 membros, 1 indicado pelos controladores e 2 indicados pelos acionistas minoritários. Durante o trimestre, também alcançamos a nota 1 (pontuação máxima) no índice de qualidade de governança corporativa do ISS (ISS Quality Score), mostrando o compromisso da Companhia em evoluir constantemente sua governança corporativa.

No último trimestre, publicamos o Relatório Anual de 2019, reafirmando o nosso compromisso em compartilhar os avanços e estratégias socioambientais, integrados ao desempenho econômico do Universo Americanas. Como signatários dos princípios do Pacto Global da ONU desde 2013, iniciativa que proporciona diretrizes para a promoção do crescimento sustentável por meio de lideranças corporativas inovadoras, destacamos também no Relatório os nossos avanços para o alcance da Agenda Global.

Entre os destaques do Relatório Anual, temos orgulho em comunicar que tornamos as nossas operações "carbono neutro", compensando as emissões diretas e contribuindo para evitar a emissão de 1,4 milhão de toneladas de CO2 no meio ambiente. Para isso, além de construir unidades mais eficientes e reduzir o desperdício, apoiamos a conservação de 1,1 milhão de hectares da Floresta Amazônica. Pelo sexto ano consecutivo, a Americanas foi selecionada para o portfólio do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da B3, que avalia os compromissos das empresas com o desenvolvimento sustentável, reconhecendo aqueles que promovem as melhores práticas.

O Universo Americanas segue reforçando seu papel social, realizando ações relacionadas à situação do COVID-19 no Brasil. O comitê de crise possibilitou mais de R\$ 62 milhões em doações, juntamente com parceiros, para apoiar causas sociais. Dentre elas destacam-se: R\$ 20 milhões em serviços logísticos para o estado de São Paulo; R\$ 5,7 milhões em transporte de EPI's vindos da China; R\$ 5 milhões destinados à construção do hospital de campanha no Rio de Janeiro; mais de 1 milhão de garrafas de água para ONGs; 300 mil kits de higiene e cuidados pessoais para idosos em abrigos de todo o país; parceria estratégica com UNICEF para distribuição de material de higiene pessoal; doações de 300 mil máscaras, 11 toneladas de álcool em gel e mil oxímetros para Fundação Amazonas Sustentável (FAS), dentre diversas outras ações.

**DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO DO CONSOLIDADO**

<b>Lojas Americanas S.A.</b>						
Demonstração do Resultado	<b>Consolidado</b> Trimestres findos em 30 de Junho			<b>Consolidado</b> Semestres findos em 30 de Junho		
(em milhões de reais)	<b>2T20</b>	<b>2T19</b>	<b>Variação</b>	<b>1S20</b>	<b>1S19</b>	<b>Variação</b>
<b>Gross Merchandise Volume (GMV)</b>	<b>9.041,3</b>	<b>7.242,9</b>	<b>24,8%</b>	<b>16.279,0</b>	<b>13.443,1</b>	<b>21,1%</b>
<b>Receita Bruta de Vendas e Serviços</b>	<b>5.569,7</b>	<b>5.235,0</b>	<b>6,4%</b>	<b>10.419,7</b>	<b>9.481,6</b>	<b>9,9%</b>
Impostos sobre vendas e serviços	(897,1)	(823,4)	8,9%	(1.689,8)	(1.517,7)	11,3%
<b>Receita Líquida de Vendas e Serviços</b>	<b>4.672,6</b>	<b>4.411,6</b>	<b>5,9%</b>	<b>8.729,8</b>	<b>7.963,9</b>	<b>9,6%</b>
Custo das mercadorias vendidas e serviços prestados	(3.131,5)	(2.854,1)	9,7%	(5.821,1)	(5.179,2)	12,4%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>1.541,1</b>	<b>1.557,5</b>	<b>-1,1%</b>	<b>2.908,7</b>	<b>2.784,7</b>	<b>4,5%</b>
<i>Margem Bruta (% RL)</i>	33,0%	35,3%	-2,3 p.p.	33,3%	35,0%	-1,7 p.p.
<b>Despesas Operacionais</b>	<b>(1.182,6)</b>	<b>(1.060,3)</b>	<b>11,5%</b>	<b>(2.318,1)</b>	<b>(2.039,9)</b>	<b>13,6%</b>
Com vendas	(707,6)	(661,3)	7,0%	(1.403,7)	(1.253,0)	12,0%
Gerais e administrativas	(91,6)	(64,2)	42,6%	(175,3)	(138,9)	26,2%
Depreciação e amortização	(383,5)	(334,8)	14,6%	(739,2)	(648,0)	14,1%
<b>Resultado Operacional antes do Resultado Financeiro</b>	<b>358,4</b>	<b>497,2</b>	<b>-27,9%</b>	<b>590,6</b>	<b>744,8</b>	<b>-20,7%</b>
<b>Resultado Financeiro Líquido</b>	<b>(299,7)</b>	<b>(372,5)</b>	<b>-19,5%</b>	<b>(615,3)</b>	<b>(757,6)</b>	<b>-18,8%</b>
Outras receitas (despesas) operacionais*	(103,4)	(25,9)	299,1%	(149,9)	(46,6)	221,6%
Participação minoritária	29,1	49,1	-40,8%	70,7	102,7	-31,1%
Imposto de renda e contribuição social	8,5	(35,2)	-124,0%	47,6	15,9	199,1%
<b>Resultado Líquido</b>	<b>(7,1)</b>	<b>112,7</b>	<b>-</b>	<b>(56,3)</b>	<b>59,2</b>	<b>-</b>
<i>Margem Líquida (% RL)</i>	-0,2%	2,6%	-2,8 p.p.	-0,6%	0,7%	-1,3 p.p.
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>741,9</b>	<b>832,0</b>	<b>-10,8%</b>	<b>1.329,8</b>	<b>1.392,8</b>	<b>-4,5%</b>
<i>Margem EBITDA Ajustada (% RL)</i>	15,9%	18,9%	-3 p.p.	15,2%	17,5%	-2,3 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.

**DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO DA CONTROLADORA**

Lojas Americanas S.A. Demonstração do Resultado (em milhões de reais)	Controladora Trimestres findos em 30 de Junho			Controladora Semestres findos em 30 de Junho		
	2T20	2T19	Variação	1S20	1S19	Variação
<b>Receita Bruta de Vendas e Serviços</b>	<b>2.574,8</b>	<b>3.412,2</b>	<b>-24,5%</b>	<b>5.352,2</b>	<b>6.083,7</b>	<b>-12,0%</b>
Impostos sobre vendas e serviços	(304,2)	(460,4)	-33,9%	(681,2)	(831,0)	-18,0%
<b>Receita Líquida de Vendas e Serviços</b>	<b>2.270,6</b>	<b>2.951,8</b>	<b>-23,1%</b>	<b>4.671,0</b>	<b>5.252,7</b>	<b>-11,1%</b>
Custo das mercadorias vendidas e serviços prestados	(1.379,8)	(1.788,8)	-22,9%	(2.867,8)	(3.202,4)	-10,4%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>890,8</b>	<b>1.163,0</b>	<b>-23,4%</b>	<b>1.803,2</b>	<b>2.050,3</b>	<b>-12,1%</b>
<i>Margem Bruta (% RL)</i>	39,2%	39,4%	-0,2 p.p.	38,6%	39,0%	-0,4 p.p.
<b>Despesas Operacionais</b>	<b>(545,9)</b>	<b>(647,7)</b>	<b>-15,7%</b>	<b>(1.162,8)</b>	<b>(1.244,2)</b>	<b>-6,5%</b>
Com vendas	(289,5)	(412,6)	-29,8%	(675,0)	(794,0)	-15,0%
Gerais e administrativas	(30,0)	(28,5)	5,3%	(58,6)	(56,8)	3,2%
Depreciação e amortização	(226,4)	(206,6)	9,6%	(429,2)	(393,4)	9,1%
<b>Resultado Operacional antes do Resultado Financeiro</b>	<b>344,9</b>	<b>515,3</b>	<b>-33,1%</b>	<b>640,4</b>	<b>806,1</b>	<b>-20,6%</b>
<b>Resultado Financeiro Líquido</b>	<b>(190,8)</b>	<b>(219,2)</b>	<b>-13,0%</b>	<b>(405,9)</b>	<b>(452,3)</b>	<b>-10,3%</b>
Equivalência patrimonial	(51,6)	(74,6)	-30,9%	(130,3)	(157,2)	-17,1%
Outras receitas (despesas) operacionais*	(81,7)	(14,3)	471,2%	(113,8)	(23,6)	382,1%
Imposto de renda e contribuição social	(27,9)	(94,5)	-70,4%	(46,7)	(113,8)	-58,9%
<b>Resultado Líquido</b>	<b>(7,1)</b>	<b>112,7</b>	<b>-</b>	<b>(56,3)</b>	<b>59,2</b>	<b>-</b>
<i>Margem Líquida (% RL)</i>	-0,3%	3,8%	-4,1 p.p.	-1,2%	1,1%	-2,3 p.p.
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>571,3</b>	<b>721,9</b>	<b>-20,9%</b>	<b>1.069,6</b>	<b>1.199,5</b>	<b>-10,8%</b>
<i>Margem EBITDA Ajustada (% RL)</i>	25,2%	24,5%	+0,7 p.p.	22,9%	22,8%	+0,1 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.

**BALANÇO PATRIMONIAL**

Lojas Americanas S.A. Balanco Patrimonial <small>(Em Milhões de Reais)</small>	Controladora		Consolidado	
	30/06/2020	31/12/2019	30/06/2020	31/12/2019
<b>ATIVO</b>				
<b>CIRCULANTE</b>				
Caixa e equivalentes de caixa	4.508,1	2.752,6	8.414,5	6.291,7
Títulos, valores mobiliários e outros ativos financeiros	1.487,0	836,5	4.588,1	4.314,8
Contas a receber de clientes	877,5	1.558,6	1.504,6	2.321,1
Estoques	2.180,3	2.607,1	3.475,7	3.558,5
Impostos a recuperar	679,8	552,4	1.435,7	1.243,8
Despesas antecipadas	40,6	11,2	87,1	46,6
Outros circulantes	516,1	589,6	1.015,9	1.132,2
<b>Total do Ativo Circulante</b>	<b>10.289,4</b>	<b>8.908,0</b>	<b>20.521,6</b>	<b>18.908,7</b>
<b>NÃO CIRCULANTE</b>				
Títulos, valores mobiliários e outros ativos financeiros	56,6	54,8	65,0	193,5
Contas a receber partes relacionadas	78,9	154,2	-	-
Contas a receber de acionistas - Plano de subscrição de ações	39,1	50,1	39,1	50,1
Imposto de renda e contribuição social diferidos	-	0,6	1.436,2	1.338,0
Depósitos judiciais	298,8	318,7	423,5	427,3
Impostos a recuperar	800,6	797,1	2.056,1	1.994,3
Outros não Circulantes	-	-	69,0	69,0
Investimentos	4.357,7	4.412,1	-	-
Imobilizado	3.780,4	3.670,3	4.183,5	4.094,3
Intangível	559,3	520,3	4.141,4	3.972,7
Direito de uso de imóveis	1.951,3	1.969,0	2.203,6	2.221,1
<b>Total do Ativo Não Circulante</b>	<b>11.922,6</b>	<b>11.947,2</b>	<b>14.617,4</b>	<b>14.360,3</b>
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>22.212,0</b>	<b>20.855,2</b>	<b>35.139,0</b>	<b>33.269,0</b>
<b>PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>				
<b>CIRCULANTE</b>				
Fornecedores	1.942,0	3.273,1	4.961,7	6.031,7
Arrendamentos a pagar	363,1	360,5	440,4	440,2
Empréstimos e financiamentos	1.886,4	566,3	2.775,3	2.113,4
Debêntures	797,6	199,7	797,6	199,7
Salários e encargos trabalhistas	143,8	108,7	256,5	172,2
Impostos, taxas e contribuições	129,3	163,7	239,9	271,0
Imposto de renda e contribuição social correntes	16,8	76,6	20,7	80,2
Dividendos e participações propostos	42,2	296,0	42,2	296,0
Provisão para processos judiciais e contingências	34,8	40,5	34,8	40,5
Contas a pagar - combinação de negócios	-	-	10,8	10,3
Outros circulantes	428,8	405,7	1.029,7	902,7
<b>Total do Passivo Circulante</b>	<b>5.784,7</b>	<b>5.490,7</b>	<b>10.609,8</b>	<b>10.557,8</b>
<b>PASSIVO NÃO CIRCULANTE</b>				
Exigível a longo prazo:				
Contas a pagar partes relacionadas	106,1	131,7	-	-
Arrendamentos a pagar	1.786,8	1.903,5	1.997,0	2.113,2
Empréstimos e financiamentos	3.588,2	2.944,8	9.277,7	7.857,0
Debêntures	5.398,7	5.105,0	5.398,7	5.105,0
Imposto de renda e contribuição social diferidos	29,3	-	29,3	-
Provisão para processos judiciais e contingências	90,3	96,5	243,6	246,8
Provisão para perda com investimento	23,9	15,4	-	-
Contas a pagar - combinação de negócios	-	-	18,2	5,5
Outros não circulantes	-	-	2,7	3,8
<b>Total do Passivo Não Circulante</b>	<b>11.023,3</b>	<b>10.196,9</b>	<b>16.967,1</b>	<b>15.331,3</b>
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>				
Capital social	4.274,3	4.010,0	4.274,3	4.010,0
Reservas de capital	175,2	147,1	175,2	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)
Prejuízo do período	(56,3)	-	(56,3)	-
Participação de acionistas não controladores	-	-	2.158,2	2.212,2
<b>Total do Patrimônio Líquido</b>	<b>5.403,9</b>	<b>5.167,6</b>	<b>7.562,1</b>	<b>7.379,9</b>
<b>TOTAL DO PASSIVO E DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>22.212,0</b>	<b>20.855,2</b>	<b>35.139,0</b>	<b>33.269,0</b>

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações contábeis.

**FLUXO DE CAIXA**

Lojas Americanas S.A. DEMONSTRAÇÃO DOS FLUXOS DE CAIXA - MÉTODO INDIRETO (Em Milhões de Reais)	Controladora		Consolidado	
	30/06/2020	30/06/2019	30/06/2020	30/06/2019
<b>Lucro (prejuízo) líquido do semestre</b>	<b>(56,3)</b>	<b>59,2</b>	<b>(127,0)</b>	<b>(43,5)</b>
<b>Ajustes ao lucro líquido:</b>				
Depreciação e amortização	246,7	239,1	507,0	460,2
Depreciação direito de uso imóveis	182,4	154,3	234,1	189,3
Valor residual do ativo imobilizado baixado	12,3	9,3	17,5	9,7
Participações em controladas	130,3	157,2	-	-
Imposto de renda e contribuição social correntes	16,8	42,1	21,3	48,7
Imposto de renda e contribuição social diferidos	29,9	71,7	(68,9)	(64,6)
Juros sobre demais créditos e débitos	0,2	1,9	0,2	2,0
Juros e variações sobre financiamentos	269,8	425,7	405,6	726,8
Constituição de provisão para processos judiciais e contingências	-	-	6,0	16,5
Reversão de provisão para processos judiciais e contingências	(5,1)	(5,7)	(8,2)	(26,0)
Pagamento baseado em ações	19,1	18,3	27,8	29,2
Provisão para perdas de créditos estimadas - cartões de crédito	0,5	-	8,8	(1,0)
Provisão para perdas nos estoques	11,2	(34,6)	7,4	(44,1)
Outros	(25,7)	(6,1)	(49,2)	(20,3)
<b>Lucro líquido ajustado</b>	<b>832,3</b>	<b>1.132,4</b>	<b>982,6</b>	<b>1.282,9</b>
<b>Redução (aumento) nos ativos operacionais:</b>				
Contas a receber de clientes	785,6	644,8	808,2	317,5
Estoques	483,3	443,3	140,7	473,7
Impostos a recuperar	(131,0)	(17,3)	(253,7)	(65,4)
Despesas antecipadas	(31,4)	(29,2)	(21,3)	(5,8)
Depósitos judiciais	20,0	(4,1)	3,8	(19,0)
Demais contas a receber	73,5	10,6	116,4	81,8
	<b>1.199,9</b>	<b>1.048,1</b>	<b>794,0</b>	<b>782,8</b>
<b>Aumento (redução) nos passivos operacionais:</b>				
Fornecedores	(1.420,7)	(1.485,5)	(1.158,4)	(1.520,2)
Salários e encargos trabalhistas	35,1	(0,1)	84,4	4,3
Impostos, taxas e contribuições	(34,7)	(43,3)	(30,8)	(65,5)
Imposto de renda e contribuição social correntes	(76,6)	(127,1)	(80,8)	(146,2)
Pagamento de contingências	(10,0)	(14,3)	(10,0)	(14,3)
Operações com partes relacionadas	(56,6)	(56,5)	-	-
Liquidação de juros sobre empréstimos e debêntures	(193,6)	(330,5)	(360,4)	(589,2)
Juros sobre arrendamento direito de uso imóveis	(74,2)	(76,8)	(86,5)	(87,5)
Demais contas a pagar	23,1	(4,8)	151,6	(25,7)
	<b>(1.808,1)</b>	<b>(2.138,9)</b>	<b>(1.490,9)</b>	<b>(2.434,3)</b>
<b>Caixa líquido gerado (aplicado) nas atividades operacionais</b>	<b>224,1</b>	<b>41,6</b>	<b>285,7</b>	<b>(368,6)</b>
<b>Fluxo de caixa das atividades de investimentos</b>				
Títulos e valores mobiliários	(652,3)	57,5	(144,9)	(766,4)
Investimentos em controladas	(22,8)	-	-	-
Imobilizado	(330,1)	(361,3)	(347,4)	(366,9)
Intangível	(78,0)	(80,5)	(390,9)	(301,9)
<b>Caixa líquido aplicado nas atividades de investimentos</b>	<b>(1.083,2)</b>	<b>(384,3)</b>	<b>(883,2)</b>	<b>(1.435,2)</b>
<b>Fluxo de caixa das atividades de financiamento</b>				
Empréstimos e financiamentos (circulante e não circulante):				
Captações	2.022,5	360,7	2.889,5	2.809,1
Pagamento de principal	(107,0)	(1.101,7)	(825,3)	(1.862,6)
	1.915,5	(741,0)	2.064,3	946,5
Debêntures (circulante e não circulante):				
Captações	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0
Pagamento de principal	(62,5)	(62,5)	(62,5)	(62,5)
	937,5	937,5	937,5	937,5
Arrendamento direito de uso imóveis	(227,9)	(191,2)	(280,6)	(223,3)
Contas a receber plano de ações	14,3	6,3	14,3	6,3
Ágio em transações de ações de controlada	-	-	(3,6)	-
Aumento de capital	228,9	-	228,9	-
Recursos aporte não controladores	-	-	13,3	-
Dividendos e participações pagos	(253,8)	(103,6)	(253,8)	(103,6)
<b>Caixa líquido gerado (aplicado) nas atividades de financiamento</b>	<b>2.614,5</b>	<b>(92,0)</b>	<b>2.720,2</b>	<b>1.563,4</b>
<b>Aumento de caixa e equivalentes de caixa</b>	<b>1.755,5</b>	<b>(434,7)</b>	<b>2.122,8</b>	<b>(240,4)</b>
Caixa e equivalentes de caixa no início do semestre	2.752,6	3.693,2	6.291,7	6.813,8
Caixa e equivalentes de caixa no final do semestre	4.508,1	3.258,5	8.414,5	6.573,4
<b>Aumento de caixa e equivalentes de caixa</b>	<b>1.755,5</b>	<b>(434,7)</b>	<b>2.122,8</b>	<b>(240,4)</b>

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações contábeis.

AGENDA DE DIVULGAÇÃO



Agenda de Divulgação  
Earnings Schedule

**2T20 Eventos**

**Divulgação de Resultados**

13 de agosto de 2020  
(quinta-feira)  
(Após o fechamento da B3)

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

14 de agosto 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/webcast2T20>

**Replay:** Até 20 de agosto de 2020

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

**Palestrante:**

Fabien Picavet - Diretor de RI

**Equipe de Relações  
com Investidores**  
[investidores@lasa.com.br](mailto:investidores@lasa.com.br)

**2Q20 Events**

**Earnings Release**

August 13, 2020  
(Thursday)  
(After B3's trading hours)

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

August 14, 2020  
(Friday)  
1:30 p.m. (US EST)

**Access:** +1 412 717-9627

**Code:** LASA

Webcast Connection:  
<https://ri.lasa.com.br/webcast2Q20>

**Replay:** Until August 20, 2020

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

**Speaker:**

Fabien Picavet - IR Director

**Investor Relations Team**  
[investidores@lasa.com.br](mailto:investidores@lasa.com.br)

*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.*



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

A 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 m<sup>2</sup>, reposição automática de estoques e sortimento de até 60.000 itens; (ii) Express, com uma área de vendas média de 400 m<sup>2</sup>, logística just-in-time e sortimento de até 15.000 itens; (iii) Conveniência (Local), com uma área de vendas média de 100 m<sup>2</sup>, 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 m<sup>2</sup> e sortimento voltado para conveniência, desenvolvida com tecnologia exclusiva no Brasil que combina inteligência artificial e sensores possibilitando a compra de forma autônoma; e (v) Digital, com uma área de vendas média de 70 m<sup>2</sup>, cerca de 70% do mix de produtos composto por eletroeletrônicos, com foco 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 61,25% 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 10.1 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. A LET'S atualmente opera 17 *fulfillment centers* que atendem o Universo Americanas e estão localizados nos estados: Minas Gerais, Pará, Permutbuco, Paraná, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Santa Catarina e São Paulo.

**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.

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