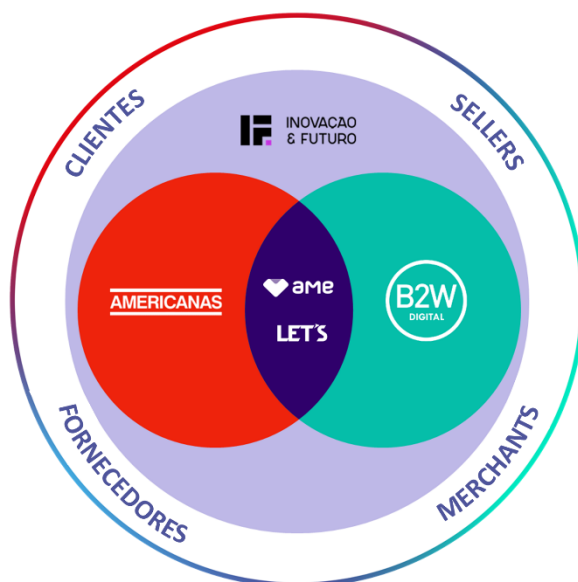


1. PERFIL ORGANIZACIONAL – UNIVERSO AMERICANAS

A Americanas adota uma abordagem única na forma de atender seus clientes, oferecendo uma plataforma física com diversos formatos de lojas, além de contar com uma plataforma digital, com variadas marcas, buscando **“Realizar os sonhos e atender as necessidades de consumo das pessoas, poupando tempo e dinheiro e superando as suas expectativas”**. Além disso, a Companhia conta com um motor de inovação para acelerar as plataformas, construir negócios disruptivos e potencializar diferentes iniciativas. Juntas, essas frentes constituem o Universo Americanas, que é único, flexível e resiliente.



No Universo Americanas, as plataformas física, digital e o motor de inovação são complementares entre si e todas as iniciativas são implementadas com o objetivo de potencializar a sinergia entre as frentes de negócio e oferecer ao cliente o melhor serviço. Com a integração cada vez mais intensa entre as plataformas, maior capilaridade e inserção digital no País, a Companhia acredita que estará cada vez mais próxima do consumidor, oferecendo **“Tudo. A toda hora. Em qualquer lugar.”**

1.1. Plataforma Física

AMERICANAS

A Americanas inaugurou sua primeira loja em 1929 em Niterói, no Rio de Janeiro. Neste mesmo ano, a Companhia se firmou na capital do estado, onde instalou sua sede, e começou a ganhar espaço por todo o Brasil, oferecendo uma enorme variedade de produtos de grandes marcas, além de serviços de qualidade, a preços justos.

Atualmente 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.

Atualmente, a Americanas conta com 1.707 lojas em 765 cidades, sendo 947 tradicionais, 703 express, 53 em formato de conveniência (Local), 2 lojas digitais e 2 Ame Go, com uma área de vendas de 1,2 milhão de metros quadrados.

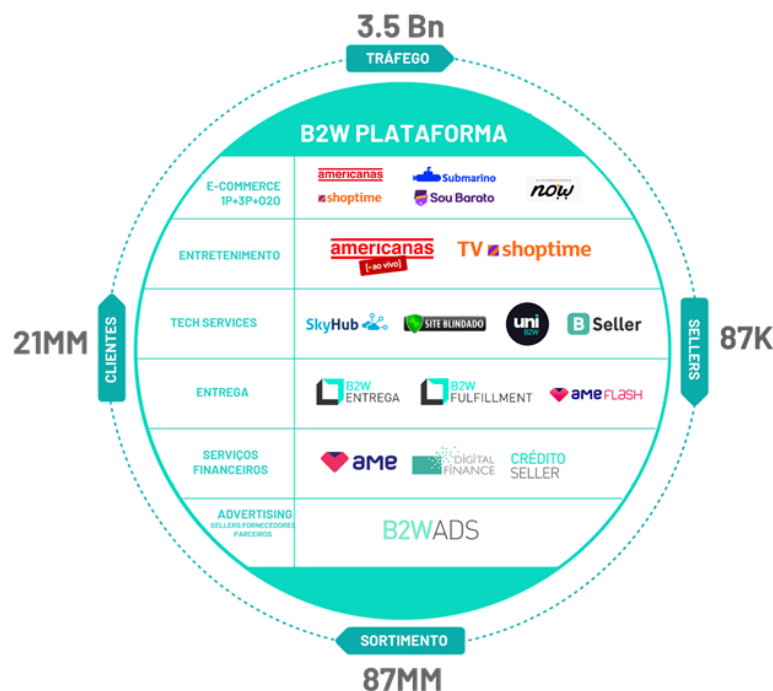
1.2. Plataforma Digital

A B2W é uma Companhia Digital, líder na América Latina, cuja história se confunde com a própria história do e-commerce no Brasil. A companhia atua nas seguintes frentes: e-commerce por meio das marcas americanas, Submarino, Shoptime e Sou Barato; plataformas de serviços de crédito ao consumidor Submarino Finance e Digital Finance; pagamentos, crédito e serviços financeiros através da Ame; plataforma de tecnologia; plataforma de logística, distribuição e atendimento ao cliente; e Marketplace.



Com o propósito de **CONECTAR PESSOAS, NEGÓCIOS, PRODUTOS E SERVIÇOS** em uma mesma plataforma digital, a B2W investe constantemente para estar cada vez mais próxima dos clientes, oferecendo a melhor experiência de compra, atraindo os melhores talentos e criando barreiras aos novos entrantes.

A Companhia possui as principais marcas da internet (americanas, Submarino, Shoptime e Sou Barato), que juntas registraram 3,5 bilhões de visitas em 2020 e atingiram. Com isso, a plataforma construída permitiu o desenvolvimento do B2W Marketplace, que segue em rápido crescimento, atingindo R\$ 18,6 bilhões de GMV em 2020 (crescimento de 45,1%). Ao longo do último ano, foram conectados 40,4 mil novos sellers, aumentando a base de sellers para 87,2 mil.



1.3. Motor de Inovação



A IF – Inovação e Futuro é o motor de inovação do Universo Americanas, responsável por construir negócios disruptivos e potencializar as diversas iniciativas dentro das plataformas física e digital. As suas principais vertentes de atuação 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 e vem revolucionando a forma como as pessoas lidam com dinheiro. O número de *downloads* do *app* já ultrapassou 17 milhões, permitindo que os clientes paguem suas compras com o *app* em todos os sites, em 3 milhões de estabelecimentos e nas 1.707 Americanas de todo país. Ao longo do ano, a Ame seguiu evoluindo e diversas parcerias foram estabelecidas aumentando a aceitação também no mundo *off-us*. Além disso, vários serviços foram incluídos no aplicativo, tornando-se, cada vez mais, um poderoso *one-stop app*.

Além da Ame, a LET'S também é uma das iniciativas do nosso motor de inovação. A LET'S é a plataforma de gestão compartilhada dos ativos de logística e distribuição do Universo Americanas, que tem por objetivo otimizar a integração das plataformas físicas e digital por meio de um modelo flexível desde o recebimento do pedido até a entrega. Isso nos traz importantes sinergias operacionais, importantes sinergias e otimiza a experiência do cliente.



2. MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

2020, um Ano Cheio de Desafios, Repleto de Aprendizados e Transformações

O ano de 2020 ficou marcado na história. Não tão somente pela pandemia da Covid-19 e as emoções decorrentes, acarretando dias intensos, imprevisíveis e, por vezes, sombrios, como também por toda a transformação social e econômica que experimentamos.

No Universo Americanas, desde o primeiro momento da pandemia, decidimos pela manutenção do funcionamento “normal” das plataformas, inclusive das lojas físicas, elegendo como prioridade absoluta a preservação da saúde dos associados e clientes. Tal decisão foi uma forma natural de cumprir o propósito maior de **“ser ainda mais relevante no dia a dia dos clientes”**.

A decisão de manter a estrutura funcionando nos obrigou a rever toda a operação de forma a garantir a segurança. Diferentes iniciativas foram aplicadas diuturnamente. Mas ainda não era o suficiente, pois o contágio era crescente em todo o país, o que nos levou a criação da nossa rede de acompanhamento dos casos internos que tinha como objetivo garantir o melhor atendimento médico disponível para os nossos acompanhados. Além disso, criamos o **Instituto Juntos Somos Mais Solidários** e por meio dele, participamos no esforço da sociedade em superar esse momento tão difícil, na forma de doações e ações assistenciais, totalizando, até o presente, mais de R\$ 74 milhões em doações.

Com a estrutura funcionando, as operações das diversas plataformas foram se ajustando às necessidades mais prementes dos seus clientes, reforçando a convicção que o nosso Universo é **“Único, Flexível e Resiliente”**. Como resultado, a plataforma física tornou-se mais digital, fazendo mais de 5 milhões de entregas nas residências dos seus clientes, enquanto a plataforma digital, procurou ficar ainda mais próxima dos seus clientes, ampliando exponencialmente suas iniciativas O2O. Ajustes rápidos e necessários de sortimento foram realizados em ambas as plataformas.

Com as iniciativas adotadas, conseguimos aumentar significativamente nossa base ativa de clientes, nos aproximando, com uma velocidade superior a planejada, da nossa meta de 46 milhões prevista para ser alcançada em 2022. Da mesma forma, a quantidade de clientes que experimentaram as iniciativas O2O alcançou 4,1 milhões no ano, um crescimento de 215%. O número de transações realizadas em nossas plataformas alcançou impressionantes 319 milhões em 2020 e a frequência de relacionamento com a base de clientes ativos também evoluiu, atingindo 10,1x ao ano. Dessa forma, avançamos no compromisso central da nossa estratégia de constituir relações contínuas e de longo prazo com nossos clientes.

Em 2020, o Universo Americanas cresceu 22,5%, atingindo R\$ 39,7 bilhões de GMV Consolidado. O EBITDA consolidado foi de R\$ 3,3 bilhões, alcançando uma margem EBITDA de 15,6%. O lucro líquido consolidado foi de R\$ 394 milhões no ano. Na plataforma digital, experimentamos um crescimento acelerado, especialmente em categorias de alta frequência, enquanto nossas lojas físicas, elemento base da nossa gênese de crescimento, passaram a atuar como centros avançados de distribuição e experimentação para os nossos clientes, além de oferecer uma experiência de compra cada vez melhor.

Enquanto isso, a Ame encontrou novos caminhos, seguindo sua trajetória de crescimento exponencial, atingindo 17 milhões de downloads, 3 milhões de estabelecimentos conectados, se consolidando como uma relevante plataforma mobile de negócios, serviços e loyalty, ajudando e divertindo milhões de clientes. A LET'S esteve presente em todos os momentos, ampliando a sua plataforma de Supply Chain com a abertura de 5 fulfillment centers, 22 bases operacionais e a instalação de 5 sorters.

Com tudo isso, o Universo Americanas segue em constante evolução em linha com a estratégia apresentada para o triênio 2020-2022. Encerrou o ano de 2020 com 68% do seu GMV originado na plataforma digital e 74% do EBITDA gerado na plataforma física. Além disso, para aqueles clientes que escolheram receber suas compras em casa, entregamos 11% dos pedidos em até 3 horas, reforçando o nosso lema **“Tudo, A toda hora, Em qualquer lugar”**.

Ainda nesse contexto, aproveitamos para otimizar nossa estrutura de capital em um momento improvável, com a realização de um “follow on” da Americanas, seguido de um aumento de capital privado na B2W, além da emissão de 2 dívidas de 10 anos no mercado internacional, o que nos permite reduzir o endividamento, reinvestir parte da geração de caixa futura em nossas frentes de crescimento e entrar em novos segmentos.

Assim sendo, e por isso tudo, no dia 19 de fevereiro de 2021, submetemos e foi aprovada pelos conselhos uma proposta para iniciar um estudo sobre a eventual combinação operacional de Americanas e B2W. Uma ideia antiga, sempre presente nas nossas discussões estratégicas, com muitas nuances sob diversas abordagens. Entendemos que a evolução nesse período e a maturidade alcançada por todos, torna o momento especialmente atrativo para a discussão dessa iniciativa, como forma de nortear o novo ciclo de crescimento do Universo Americanas.

Além disso, em linha com a estratégia de ser ainda mais relevantes no dia a dia dos clientes, anunciamos a parceria com a BR Distribuidora para integração das lojas Local e BR Mania. Contando com o somatório de forças da BR Distribuidora e do Universo Americanas, a parceria vai oferecer uma proposta de valor superior para consumidores, franqueados, revendedores e time das lojas.

Nesse ano desafiador, nos orgulhamos do que fizemos e sabemos que temos muito mais por fazer, mas temos a convicção de estarmos no caminho certo e com o time certo, que demonstrou garra e determinação durante todo este período estranho que, ainda, estamos vivendo. O Time se manifestou, mais uma vez, de forma contundente na nossa pesquisa de engajamento GPTW (Great Place to Work), onde o Universo Americanas alcançou os maiores índices de favorabilidade da sua história, com todas as plataformas sendo certificadas pela entidade.

Ainda em 2020, elegemos o ISS (Institutional Shareholder Services) como referência para guiar a nossa estratégia de Governança Corporativa. Formalizamos políticas, melhoramos o disclosure, reformulamos nosso conselho de administração, formalizamos a criação de 6 comitês ligados ao conselho, incluindo um comitê de auditoria 100% independente, aumentamos o número de membro independentes, trouxemos membros externos para contribuir com os comitês, dentre outras evoluções que nos levaram a conquistar o grau máximo da entidade. Reiteramos o nosso compromisso com o crescimento sustentável. Desde 2015, nossa estratégia de sustentabilidade está alinhada à **Agenda 2030 da ONU** priorizando os seguintes Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS): **(4) Educação de Qualidade, (5) Igualdade de Gênero, (8) Trabalho Decente e Crescimento Econômico, (10) Redução das Desigualdades e (13) Ação contra a Mudança Global do Clima.**

Continuamos confiantes em nossa estratégia de longo prazo, orgulhosos do nosso papel social, entusiasmados com as oportunidades e cientes dos desafios, mas, acima de tudo, decididos a atender a demanda dos clientes. Acreditamos que juntos, como sociedade, sairemos mais fortes desta crise.

Para 2021, perseguiremos à risca nossa estratégia, com a certeza de que tornaremos o Universo Americanas **AINDA MAIS RELEVANTE NO DIA-A-DIA DOS CLIENTES**, entregando **TUDO, A TODA HORA, EM QUALQUER LUGAR**.

Por fim, gostaríamos de fazer um especial agradecimento ao nosso Time – associados e conselheiros, aos nossos acionistas, aos nossos fornecedores, aos nossos sellers, aos nossos clientes e a sociedade de uma forma geral, que nos apoiaram e inspiraram nessa trajetória deste ano tão especial.

Atenciosamente,

Miguel Gutierrez

CEO, Universo Americanas

3. ESTRATÉGIA E INVESTIMENTO

3.1. Estrutura de Capital

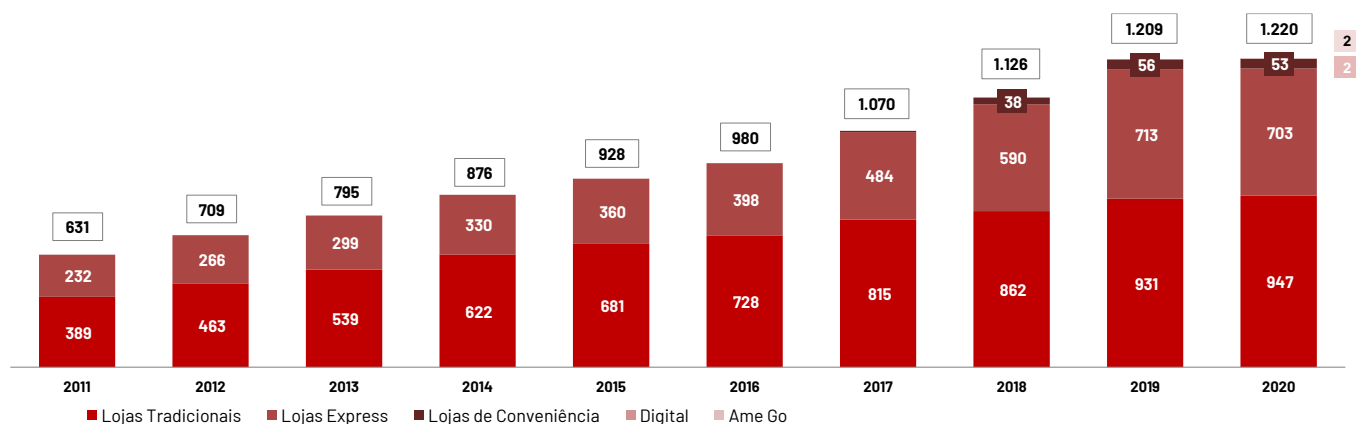
Em 2020, foram realizadas algumas operações para aprimorar a estrutura de capital do Universo Americanas, com o intuito de torná-la ainda mais robusta e flexível, capaz de acelerar os investimentos na plataforma e atingir novos patamares de resultado. Em julho, concluímos com êxito um follow-on, no qual foram captados R\$7,9 bilhões no mercado de capitais, melhorando substancialmente a liquidez do balanço. Na sequência, foi realizado um aumento de capital privado de R\$4,0 bilhões na B2W, concluído em setembro. Em relação à dívida, acessamos pela primeira vez o mercado internacional com uma emissão de US\$500 milhões pela Lojas Americanas e outra de US\$500 milhões pela B2W. As operações realizadas reduziram significativamente os vencimentos dos próximos anos e aumentaram consideravelmente o prazo médio de vencimento da dívida, permitindo reinvestir a geração de caixa futura para acelerar o crescimento, incluindo eventuais aquisições e investir em iniciativas de tecnologia, mantendo a notória disciplina financeira que orienta as nossas decisões.

3.2. Plataforma Física

O ano de 2020 foi um ano de muito aprendizado para todos. Com o início da pandemia do Covid-19, a Companhia se posicionou de modo a estar 100% disponível para toda população. Mantivemos nossas lojas de rua abertas e com sortimento focado em bens essenciais para atender às necessidades do consumidor. Além disso, aceleramos as iniciativas O2O para estarmos 24h disponíveis, com segurança para nossos associados e clientes. Foram inauguradas 32 lojas e, seguindo o processo de otimização do portfólio, 25 foram fechadas.

Nos últimos 10 anos a Americanas ampliou a rede de lojas em mais de 3 vezes, reiterando o nosso comprometimento com o modelo de negócios, além do otimismo perante o cenário econômico do País.

O gráfico a seguir detalha a expansão da Companhia nos últimos 10 anos:



3.2.1. Lojas de conveniência – Local

O desafiador ano de 2020 resultou em muitos aprendizados para a Local. Após um primeiro trimestre com forte crescimento, as restrições de circulação e a prática do home office impactaram as vendas a partir de março. Durante o ano, o modo de operação e sortimento foram adaptados às novas necessidades dos clientes, evoluindo na direção da máxima conveniência.

O portfólio atual, de 53 lojas, permite aprimorar o modelo com adaptação à localidade, sempre com o objetivo de ser a melhor opção de compra para clientes que desejam encontrar tudo o que precisam em um único local, de forma rápida. Além disso, durante o ano, foi lançado com sucesso o delivery de lojas, atendendo por 3 canais distintos: Americanas.com, Whatsapp e Zé Delivery, com entregas rápidas feitas em até 1 hora. A adoção deste modelo apresentou resultados expressivos, já representando uma significativa parcela das vendas e com alta satisfação dos clientes.

Para aproximar ainda mais a Local dos clientes, foram lançados perfis da marca nas principais redes sociais, com enfoque em uma comunicação adaptada a cada loja através do modelo Gerentes Digitais. Em relação à parceria com Ame, fizemos ações com descontos e serviços exclusivos para os usuários do aplicativo, fomentando o fluxo em loja.

3.2.2. +AQUI

A +AQUI é a plataforma responsável pela gestão e promoção de serviços da Americanas, oferecendo aos clientes soluções nas verticais de crédito, seguros, cartões de conteúdos, serviços, venda assistida e operações de venda. Com o objetivo de disponibilizar crédito, proteger o patrimônio e superar as expectativas dos clientes com um atendimento de excelência, a +AQUI busca parcerias com empresas especializadas que são destaque em seus setores de atuação, ampliando o portfólio de serviços e garantindo soluções para as diversas demandas do seu público.

Em 2020, com o intuito de aprimorar ainda mais a experiência do cliente, foi implementada uma estratégia de venda especializada e diferenciada na ilha de tecnologia, focada na aceleração de sell-out de aparelhos celulares, venda de seguros, crédito e serviços. Dando sequência à parceria firmada com a Ame, podemos destacar o início das vendas do novo cartão AME BB, parceria entre Americanas, Ame e o Banco do Brasil, que possibilitou a retomada da oferta de crédito nas lojas físicas.

Durante esse ano, a +AQUI se consolidou como a plataforma de serviços da Lojas Americanas, ampliando a sua capacidade e buscando sempre melhoria na experiência do cliente e nas condições comerciais oferecidas. Dessa forma, a plataforma encerra o ano com uma base de mais de 1,7 milhão de clientes, um aumento de 95% em relação a base do ano passado, e presença em 827 lojas.

3.2.3. Marcas Próprias

Em 2020, as áreas de Marcas Próprias da Lojas Americanas e B2W se juntaram, tendo como principal objetivo o ganho de relevância e maior participação dentro do negócio. Com isso, o número de marcas passou de 15 para 26, trazendo, assim, novas opções de sortimento e novas possibilidades de compra para o cliente dentro do Universo Americanas. São ofertados mais de 7 mil produtos nos segmentos de alimentos, guloseimas, utilidades domésticas, vestuário, papelaria, brinquedos, higiene e beleza, entre outros.

No 4T20, as marcas próprias apresentaram excelente desempenho nos principais eventos como Dia das Crianças, Red Friday e Natal.

Destacamos a presença da marca Brink+, que no Dia das Crianças continuou sendo um sucesso nas lojas físicas e online. Com um sortimento diferenciado em cada um desses canais, se consolidou como a maior marca de brinquedos da Companhia em 2020.

Na Red Friday, atingimos o recorde de mais de 1 milhão de visitas nas páginas das marcas Casa & Conforto, Fun Kitchen e La Cuisine. As panelas Power Taste (La Cuisine) e a Fritadeira Digital Power (Fun Kitchen) foram as grandes apostas do evento, fortalecendo as marcas e se destacando como um dos grandes sucessos de nossas marcas próprias.

Já no Natal, a performance das marcas Christmas Traditions, D'elicce e Brink+ foi destaque. A primeira ofereceu aos clientes um sortimento completo para a decoração. Já a marca D'elicce ampliou novamente seu portfólio de produtos, com destaque para os bolos natalinos, panetones e uma linha de gifts de chocolate com tema natalino.

Por fim, na linha de produtos de produtos licenciados, tivemos uma grande novidade para os nossos clientes: o lançamento da linha de brinquedos Disney e Marvel com a nossa marca própria Brink+. O sortimento conta com diversos itens, em diferentes linhas de produtos, desde tendas, bonecos, brinquedos de faz de conta, carrinhos, pelúcias, entre outros.

3.2.4. Digital Lab

O "Digital Lab" tem como proposta fortalecer a interação entre o mercado e as instituições de ensino. A conexão com o conhecimento acadêmico é uma das formas de atualização do negócio, colocando a Companhia em contato com o que há de mais moderno e inovador e trazendo novas perspectivas. A Americanas acredita que o fomento à pesquisa e à inovação, além de trazer soluções reais para os nossos desafios, pode gerar frutos para o desenvolvimento socioeconômico do País.

Ao longo do ano a Companhia desenvolveu e estimulou diversos projetos ligados à inovação e pesquisa. Destacamos abaixo as principais iniciativas do ano.

- **Massachusetts Institute of Technology (MIT):**

- **MIT Horizon:** somos a única Companhia da América Latina com acesso à biblioteca digital do MIT com conteúdo de tecnologias emergentes para apoiar executivos, alunos e profissionais de grandes corporações. O conteúdo é composto por artigos, vídeos, podcasts, eventos online e cursos recomendados, sendo atualizado com frequência pela instituição.
- **MIT Scale-up:** participação em evento exclusivo para membros do ILP, programa de parceria entre o MIT e corporações de todo o mundo, com objetivo de aproximar as empresas das startups incubadas no MIT. No evento foram identificadas oportunidades de negócio que estão sendo desenvolvidas na Companhia.

- **PUC-RIO:**

- Realização de Webinar e Workshop com o nosso laboratório de análise estatística Dlab, com participação de mais de 250 inscritos.

- Participação no Congresso Brasileiro de Mercado de Capitais com painel “O Impacto da Inteligência Artificial na Economia”.

- **Realização de projetos com alunos da USP, UFRJ, CEFET, San Diego University, University of Illinois, University of Indiana, entre outras,** apoiando às áreas do negócio no desenvolvimento de oportunidades da Companhia.
- **Case competition com 46 alunos envolvendo 8 universidades, dentro e fora do Brasil,** para fomentar o desenvolvimento de soluções de desafios reais da Companhia.

3.3. Plataforma Digital

Na plataforma digital, o ano de 2020 foi marcado pelo início do Plano Estratégico de três anos (2020-2022), que tem como objetivo ser ainda mais relevante no dia a dia de nossos clientes, acelerar o crescimento, ganhar market share e continuar gerando caixa.

3.3.1. Marketplace

O B2W Marketplace oferece a melhor proposta de valor para os Sellers, que podem acessar as marcas com a melhor reputação da internet e um tráfego altamente qualificado para alavancar suas vendas. Para entregar a melhor experiência de compra ao cliente, os Sellers contam também com o suporte de um time comercial extremamente experiente e qualificado, além de toda a plataforma da B2W Digital.

Com apenas cinco anos, o Marketplace já atingiu R\$ 18,6 bilhões de GMV em 2020, um crescimento de 45,1% em relação ao ano anterior, representando 69,1% do GMV total. Ao longo do último ano, foram conectados 40,4 mil novos sellers, aumentando a base para 87,2 mil Sellers.

Parte relevante da estratégia da Companhia, o Marketplace contribuirá fortemente para o seu crescimento e rentabilidade.

3.3.2. Americanas Mundo

Operação de Cross Border que possibilita que os clientes comprem produtos de todos os lugares do mundo (incluindo EUA e China), criando uma nova frente de crescimento para o B2W Marketplace. Lançada em mar/19, a operação de cross border segue em rápida expansão e conta com milhões de itens disponíveis. A operação foi responsável pelo item mais vendido na Black Friday de 2020 e durante o pico da Black Friday, as vendas da Americanas Mundo chegaram a corresponder a 50% das vendas da Americanas.com.

3.3.3. Digital Lab

A B2W criou o BIT – B2W Inovação e Tecnologia, com o objetivo de criar um ambiente inspirador e colaborativo focado no desenvolvimento de novas tecnologias e soluções inovadoras. São escritórios com conceito de espaços abertos, áreas para reuniões informais, ambientes de descompressão e arenas para eventos. Atualmente, a B2W conta com BITs nas cidades do Rio de Janeiro, São Paulo, Recife e Boston.

Os BITs foram inspirados nos maiores e melhores centros mundiais de inovação e empreendedorismo e atualmente contam com mais de 1.500 engenheiros de software experimentando a todo o tempo novas abordagens e ferramentas. Considerando a escala da B2W, quando não encontramos as ferramentas adequadas no mercado, desenvolvemos e disponibilizamos ferramentas in-house, como o Asgard, RestQL e Apache Marvin, nossos projetos open source.

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

Para atender às demandas específicas do negócio da B2W, os engenheiros desenvolveram projetos nas áreas de machine learning, arquitetura escalável de software, processamento de linguagem natural e gestão da aprendizagem, em parceria com a Universidade Federal de São Carlos (UFSCAR), com o MIT e com a startup BurnBright.

3.3.4. Americanas Mercado

Os efeitos da pandemia transformaram os hábitos de consumo das pessoas, gerando uma rápida migração de novos consumidores para o mundo digital, ampliando a frequência e os gastos dos Clientes atuais, bem como acelerando a participação das vendas online em novas categorias de produtos.

Em 2020, a venda do setor de alimentos e bebidas do Universo, representado por Supermercado Now e Americanas Mercado, apresentou um aumento de 17 vezes em número de itens vs. 2019 e contribuiu significativamente para o aumento da frequência de compras dos nossos clientes. A frequência média de compras da categoria é de 2,1 vezes por mês, 8 vezes maior do que a média dos outros setores da companhia. Ao longo do ano, a categoria teve forte expansão geográfica, passando a estar disponível em 61 cidades, nos estados SP, RJ, ES, MG, RS e BA, e apresentou um crescimento de 503% no número de clientes cadastrados, atingindo uma base de 1,9 milhão de clientes em dezembro.

3.4. Motor de Inovação

A IF – Inovação e Futuro, é o motor de inovação do Universo Americanas, responsável por construir negócios disruptivos e potencializar as diversas iniciativas dentro de Americanas e da B2W. As principais verticais de atuação são: acelerar iniciativas já existentes, incubar novos negócios, investir em startups (venture capital), desenvolver tecnologias para varejo e prospectar novas oportunidades, incluindo operações de M&A.

3.4.1. Ame

A Ame Digital segue em rápido desenvolvimento de seu extenso *roadmap*. O app já conta com mais de 17 milhões de *downloads* e está presente em 3 milhões de estabelecimentos conectados (off-us).

- O TPV do 4T20 atingiu R\$ 5,9 bilhão, +202% vs. 4T19.
- Ame possui mais de 70 funcionalidades, com o objetivo de simplificar ainda mais a vida dos clientes. No 4T20, entregamos novas funcionalidades, como: (i) pagamento com Pix; (ii) seguros, incluindo residencial e saúde; (iii) cartão de crédito Ame em parceria com o Banco do Brasil; (iv) integração com maquinetas Getnet e (v) boleto Ame.
- Ame já nasceu Pix native e vem desenvolvendo tecnologias para implementação deste novo meio de pagamento nos mundos físico e digital. Dessa forma, em dez/20, a Americanas.com foi pioneira na utilização do Pix no e-commerce.
- Com objetivo de acelerar sua presença nos mundos físico e *online*, a Ame vem estabelecendo importantes parcerias com adquirentes, bandeiras de cartão e plataformas de tecnologia para varejo, como: Cielo, Stone, Getnet, Mastercard, Linx e Vtex.
- Aceleramos a expansão da aceitação no off-us em estabelecimentos de alta recorrência como postos de gasolina, supermercados e farmácia, firmando parceria com grandes redes e com estabelecimentos próximos a Lojas Americanas, ampliando a nossa capilaridade e fazendo da loja um hub de aceitação e uso de cashback.
- Avançamos na parceria com a BR Distribuidora, o que contribuiu para o crescimento do TPV off-us, da frequência de utilização e base de clientes novos, gerando vendas adicionais para o Universo Americanas, além de alta visibilidade em todo o território nacional.
- Em out/20, foi lançado o cartão de crédito Ame emitido pelo Banco do Brasil. O produto traz benefícios únicos, pode ser isento de anuidade e tem aprovação automática. O cartão de crédito é digital-first e poderá ser emitido, em até 9 minutos, pelo app Ame e nas lojas da Americanas.
- Em dez/20, a Ame adquiriu BIT Capital (Core Banking) e Parati (Bank as a Service & RegTech), importantes aquisições que contribuirão para desenvolver novas frentes de negócio e de monetização, acelerando a oferta de soluções de banco digital para nossos clientes e parceiros.
- A Ame lançou o seu primeiro programa de trainee (“Traineeenja”), com o objetivo de atrair novos talentos com habilidades de UX, dados, tecnologia e inovação. O programa terá duração de 1 ano e em sua primeira edição já contou com mais de 2,5 mil inscritos.
- Ame Flash, plataforma de crowdshipping que conecta entregadores independentes (motos, bicicletas e outros modais), encerrou o 4T20 com presença em mais de 700 cidades e mais de 25 mil entregadores conectados (vs 800 em dezembro/19).

3.4.2. LET'S – Logística e Distribuição

A LET'S, plataforma de gestão compartilhada dos ativos logísticos de Americanas e B2W, promove continuamente o conceito de “Tudo. A toda hora. Em qualquer lugar.”, acelerando e consolidando as iniciativas O2O como principais veículos para aprimorar a jornada de compra de nossos clientes. Em 2020, as modalidades O2O, combinadas, registraram um GMV de R\$ 3,7 bilhões (vs. R\$ 1,9 bilhão em 2019), um aumento de 95%.

- **LASA Seller:** Em 2020, a iniciativa manteve o ritmo acelerado de crescimento, registrando vendas 2,1x maiores que no ano anterior. As categorias de cauda longa, como higiene, beleza e alimentos, representaram 47% dos pedidos, consolidando o potencial de venda online de itens tradicionalmente do varejo físico. Buscando acelerar a estratégia de crescimento da iniciativa, no 4T20 expandimos a operação do LASA Seller para mais um centro de distribuição da Companhia, no Rio de Janeiro.
- **Pegue na Loja Hoje (Click and Collect):** Disponível em 100% das lojas da Americanas, permite aos clientes comprar online o estoque da loja e retirar o produto em 1 hora, sem cobrança de frete. A modalidade segue em rápido desenvolvimento, ultrapassando a marca de 1,2 milhão de pedidos em 2020.
- **LASA Entrega (Ship from Store):** Compra online dos produtos da loja mais próxima com entrega em até 3 horas. O serviço, disponível nas 1.707 Americanas, foi expandido para lojas de sellers do B2W Marketplace, permitindo entregas no mesmo dia a partir de 5.000 lojas. Durante a Red Friday, para otimizar a operação e reduzir aglomerações, criamos lojas HUB que concentraram a demanda de O2O de 40% das demais lojas, garantindo entrega rápida em todo Brasil. Nesta operação foi possível entregar itens de grande porte, como TVs de 65”, em até 3 horas.
- **Pegue na Loja (Click and Collect):** Compra online e retira na loja física. Desde 2019, possuímos a maior rede de pontos de coleta do Brasil. Em 2020, atingimos mais de 11 mil pontos de coleta (lojas da Americanas, parceiros e lockers) em mais de 5,3 mil municípios do Brasil, oferecendo acesso ao serviço para 99% da população brasileira.
- **Prateleira Infinita:** operação de venda assistida da Americanas para os produtos oferecidos na plataforma digital (1P e 3P). Em 2020, a operação apresentou um ticket médio aproximadamente 16x maior que o das lojas físicas e crescimento de venda de 26% em relação ao ano anterior.

Na contínua busca por inovação, implantamos em janeiro 2020 o primeiro Locker (armário autônomo para retirada de pedidos) e, ao final de 2020, somamos 81 unidades distribuídas em Lojas Americanas, estações de metrô e pontos parceiros. Os Lockers estão integrados à malha de Click & Collect, oferecendo ainda mais conveniência ao cliente

- **WhatsApp (Na Sua Casa):** O canal de vendas criado em março ganhou força rapidamente na base de clientes e provou ser uma poderosa ferramenta de geração de vendas para a plataforma física. No ano de 2020 a iniciativa atingiu o volume de 4,4 milhões de pedidos. Além disso, foi lançada a opção de configurar o carrinho de compras com o assistente virtual através de um número central. Visando acelerar a iniciativa, o aplicativo de chat para atendimento ao cliente no WhatsApp foi instalado em mais de 5 mil máquinas SmartPOS da Cielo, ampliando a capacidade de vendas.

A LET'S atualmente opera 22 fulfillment centers que atendem o Universo Americanas e estão localizados nos estados: Bahia, Ceará, Distrito Federal, Espírito Santo, Minas Gerais, Pará, Pernambuco, Paraná, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Santa Catarina e São Paulo.

3.5. Base de Clientes

Seguindo o objetivo estratégico de ser cada vez mais relevante no dia a dia dos clientes, em 2020, o Universo Americanas atingiu a marca de 46 milhões de clientes ativos, considerando aqueles que realizaram pelo menos uma compra nos últimos 12 meses.

3.6. Pesquisa de satisfação

Na plataforma física, a satisfação do cliente é medida através da metodologia do *Net Promoter Score* (NPS), utilizando os dados de pesquisa via e-mail, presencial e por totens em loja. Em 2020, a Americanas encerrou o ano com um NPS de 85 pontos, melhoria de 5 pontos em relação a 2019.

As marcas da plataforma digital foram consideradas mais uma vez referência em atendimento ao cliente, atingindo os mais altos níveis de avaliação do Reclame Aqui, com uma nota média de 8,8, tanto na operação de 1P quanto no 3P, e recentemente fomos o primeiro marketplace reconhecido com o selo RA 1000 do Reclame Aqui na marca Americanas.com.

3.7. Cenário Econômico

O ano de 2020 foi marcado pelo impacto negativo da pandemia da Covid-19. A economia brasileira, que vinha mostrando sinais de recuperação, sofreu bastante, assim como todas as economias mundiais. Mesmo com a recuperação apresentada nos últimos trimestres, o PIB do Brasil sofreu uma queda de 4,1% no ano. A taxa básica de juros (Selic) manteve a trajetória de redução e atingiu a mínima histórica de 2% a.a. Além disso, a inflação medida pelo IPCA encerrou o ano em 4,52%, 0,21 p.p. acima do registrado em 2019, permanecendo dentro da meta.

Ao longo do ano, a taxa de desemprego também se deteriorou devido à pandemia, registrando uma taxa média de 13,1% no 3T20 frente a 11,9% em 2019. Já a performance do comércio varejista, medida pela Pesquisa Mensal do Comércio (PMC) do IBGE, apresentou alta de 1,2%, quarta vez consecutiva desde 2017.

4. PANORAMA DO RESULTADO

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\$). Para manter a comparabilidade entre os períodos, o resultado apresentado do 4T19 e ano 2019 foram ajustados de forma a desconsiderar os créditos fiscais não-recorrentes procedentes de ação transitada em julgado relativa à inclusão do ICMS na base de cálculo do PIS/COFINS, conforme Fato Relevante publicado em 20/12/2019. As comparações referem-se ao 4º trimestre de 2018 (4T18) e ano 2018 ajustados pelos efeitos do CPC 06 (R2)/IFRS 16.

UNIVERSO AMERICANAS

DESTAQUES DO UNIVERSO (R\$ MM)	4T20	4T19	Δ	2020	2019	Δ
GMV	13.499,7	11.397,8	18,4%	39.673,8	32.387,5	22,5%
Receita Líquida	7.433,0	6.460,7	15,0%	21.291,4	18.662,7	14,1%
Lucro Bruto	2.516,7	2.276,7	10,5%	7.129,3	6.601,1	8,0%
<i>Margem Bruta (%RL)</i>	33,9%	35,2%	-1,3 p.p.	33,5%	35,4%	-1,9 p.p.
EBITDA Ajustado	1.235,1	1.306,3	-5,4%	3.319,7	3.456,1	-3,9%
<i>Margem EBITDA Ajustada (%RL)</i>	16,6%	20,2%	-3,6 p.p.	15,6%	18,5%	-2,9 p.p.
Resultado Líquido	400,4	398,0	0,6%	394,0	505,5	-22,1%
<i>Margem Líquida (%RL)</i>	5,4%	6,2%	-0,8 p.p.	1,9%	2,7%	-0,8 p.p.

▪ Potencial Combinação Operacional dos negócios: Americanas e B2W

- Em 19/02/2021, os conselhos de administração aprovaram o início dos estudos para uma potencial combinação operacional de negócios entre Americanas e B2W.

▪ Fortes Métricas de Crescimento no 2020

- crescimento no GMV total de 22,5%.
- GMV 020 cresceu 83,7%, alcançando R\$ 3,7 bilhões no ano.

▪ Rápida Transformação dos Negócios

- Assinatura da parceria com BR Distribuidora para acelerar a estratégia de lojas de conveniência.
- Projeto Gerentes Digitais expandido para +1.200 lojas, no ano.

▪ Aceleração da Ame Digital

- Aquisição de BIT Capital (Core Banking) e Parati (BaaS & RegTech) para acelerar o Roadmap de Ame.
- Ame atingiu mais de 17 milhões de downloads e 3 milhões de estabelecimentos conectados.

▪ Capital de Giro

- Melhoria de 18 dias no capital de giro consolidado, atingindo -15 dias.
- Geração de caixa consolidada, resultado da melhora de capital de giro em R\$ 863,8 milhões no 4T20.

▪ Reestruturação de capital

- Conclusão da emissão do Bond de US\$ 500 milhões de 10 anos da B2W.
- Alongamento do prazo médio da dívida de 39 para 62 meses.

▪ Avanços na frente de logística

- 11,0% das entregas do Universo Americanas foram realizadas em 24h em 2020.
- Inauguração de 5 novos *fulfillment centers*, totalizando 22 em 2020.

▪ Foco Contínuo em ESG

- Doação de R\$ 5 milhões para a construção da Fábrica de Vacinas do Instituto Butantan. Além disso, fizemos logística de miniusinas, cilindros e concentradores de O² para Manaus.
- Incluídos no índice de sustentabilidade empresarial da B3, ISE, pelo 7º ano consecutivo.

5. GENTE EM PRIMEIRO LUGAR

O Universo Americanas acredita e investe no potencial de quem faz parte do nosso time. Foram a dedicação e o trabalho dos nossos associados que nos trouxeram até aqui e que continuarão a nos levar adiante. Seguimos acreditando que temos as melhores pessoas e por isso trazemos para elas as melhores práticas do mundo, apostando que elas construirão a melhor Companhia que podemos ser.

5.1. Atração e Seleção de Talentos

O sucesso do negócio está na formação de pessoas, em um ambiente de constante aprendizado e desenvolvimento, e que fomenta a inovação. Impactando, diariamente, a vida de milhões de pessoas, com mais de 1.700 lojas e um time de mais de 34 mil associados, oferecemos diversas oportunidades para jovens que querem iniciar uma carreira de sucesso.

Para garantir processos de recrutamento e seleção mais assertivos e justos, com apoio de ferramentas automatizadas e inteligentes, a Companhia se baseia unicamente nos perfis profissionais e comportamentais das pessoas para a contratação.

Dentre as portas de entrada na Companhia, destacam-se Programa de Estágio, Programa Trainee, Programa Novos Talentos, Programa Summer Job, Programa Summer Job Mestrado, Programa Novos Talentos Mestrado, Programa MBA e Programa Jovem Aprendiz. Além disso, o Universo Americanas promove a inclusão e qualificação de pessoas com deficiência (PCD) no seu time de associados. Em 2020, foram contratados mais de 110 novos talentos, 31 trainees e 39 summer jobs para atuar em diferentes áreas da Companhia. Também foram selecionados mais de 100 estagiários, no programa que teve mais de 73 mil inscritos.

Reforçando nosso compromisso em ter os melhores talentos, durante o ano intensificamos nossa parceria com instituições de ensino do Brasil e do Exterior para atração de talentos. Em 2020 realizamos mais de 130 webinars, treinamentos e meetups, participamos de mais de 60 palestras em formatos de lives e bate-papos, recebemos alunos em mais de 30 projetos, como hackathons, e estivemos presentes em 35 feiras, conferências e semanas acadêmicas.

5.2. Educação Corporativa

Treinamento e desenvolvimento são prioridades na Companhia. Os treinamentos buscam não só garantir que os associados estejam alinhados aos objetivos da Companhia, mas também proporcionar aprendizado constante e oportunidade de crescimento.

Nesse contexto destacam-se os seguintes programas:

Programa de Liderança DNA. Por meio de um complexo trabalho de people analytics, desenvolvido junto com professores pesquisadores de Harvard e West Point, identificamos e comprovamos estatisticamente os atributos que diferenciam um gerente excepcional, que o torna “fora da curva”, e construímos um Programa de Liderança. Esse programa voltado para os nossos gerentes de loja, visa uma mudança de patamar em nosso método de formação de profissionais e desenvolvimento interno.

Programa de Melhoria Contínua. A Companhia promoveu mais de 16 mil horas de capacitação em método através do Programa Lean Six Sigma (Master Black Belts, Black Belts, Green Belts e Yellow Belts), além de outros temas como gestão de processos, desenvolvimento de projetos e resolução de problemas.

Faculdade do Varejo. Programa de incentivo ao desenvolvimento que oferece bolsas de estudo para associados que se destacam em suas funções e estão há mais de 2 anos na Companhia.

A Companhia conta também com o Centro De Desenvolvimento Americanas (CDA). Criado em 2005 com base no conceito de universidade corporativa, o CDA tem sede no Rio de Janeiro, 43 pólos espalhados pelo país e um ambiente virtual de aprendizagem. Em 2020 os treinamentos foram intensificados, totalizando mais de 380 mil horas.

5.3. Engajamento

A Companhia realiza diversas iniciativas com o objetivo de fortalecer a cultura, proporcionar a integração entre os associados e o constante diálogo entre áreas. Destaca-se a Pesquisa de Engajamento, realizada anualmente com os associados para saber qual a percepção deles sobre temas importantes. A partir dos resultados, um plano de ação é elaborado e implementado.

Em 2020, Americanas, B2W Digital, Ame, e LET'S foram certificadas pelo Great Place to Work (GPTW). Esse foi um importante reconhecimento feito pelos associados, do compromisso das Companhias em investir continuamente nas pessoas e em seus ambientes de trabalho.

Periodicamente, o Universo Americanas realiza avaliação de desempenho de todos os associados, com objetivo de promover o aprendizado e desenvolvimento contínuo.

6. ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE (ESG)

O Universo Americanas está cada vez mais comprometido com o desenvolvimento sustentável de seus negócios, com o objetivo de construir uma sociedade inclusiva e potencializar a geração de valor. Acreditamos que promover a sustentabilidade é um propósito a ser realizado de forma conjunta e colaborativa, buscando o equilíbrio entre os pilares ambiental, econômico, social e de governança. Como signatários do Pacto Global, nos comprometemos com o alcance da Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas (ONU) e seus Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Em 2020, através do estudo de materialidade realizado para a nossa estratégia ESG, mapeamos os principais ODS que norteiam nossas ações, são eles: 4 - Educação de Qualidade, 5 - Igualdade de Gênero, 8 - Trabalho Decente e Crescimento Econômico, 10 - Redução das Desigualdades e 13 - Ação Contra a Mudança Global do Clima.

Pelo sétimo ano consecutivo, as ações da Americanas e da B2W integram o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), da B3 e estão no Índice Carbono Eficiente (IC02) da B3.

6.1. Combate à COVID-19

Diante da pandemia da Covid 19, criamos o Comitê de Crise para promover ações rápidas e priorizar as medidas necessárias para preservar a saúde de associados, clientes e sociedade.

Firmamos parceria com governos, instituições e a rede de participação voluntária “Juntos somos mais solidários”, com o objetivo de suprir as necessidades específicas de cada região. Realizamos mais de R\$ 74 milhões em doações, auxiliando na saúde e logística de diversos estados do país. Aportamos junto a parceiros, R\$ 45 milhões na construção do hospital de campanha Lagoa-Barra, no Rio de Janeiro (RJ), para atender pacientes com Covid-19. Contribuímos com R\$ 5,7 milhões em transporte de EPIs para o Governo Federal em dois voos vindos da China. Realizamos a doação de 1 milhão de unidades de garrafas de água da nossa marca própria Leven para ONGs parceiras como Unicef, Ação da Cidadania e Visão Mundial. Em conjunto com uma coalizão de empresas e instituições, realizamos a doação de R\$ 1 milhão para a adequação da fábrica de vacinas para produção de vacina contra a Covid-19. A fábrica está sendo montada na Bio-Manguinhos, no Rio de Janeiro, e depois será doada à Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), vinculada ao Ministério da Saúde.

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

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

Em conjunto com uma coalizão de empresas realizamos a doação de 6 usinas de oxigênio para Manaus por meio da iniciativa Juntos pelo Amazonas, que busca arrecadar fundos para a luta contra a pandemia. Para apoiar a região do Xingu a combater a pandemia, doamos R\$ 100 mil em insumos e logística para a Associação de Moradores da Reserva do Rio Iriri (AMORERI).

6.2. Impacto Social Positivo

Em 2020, atuamos junto às comunidades por meio de projetos sociais e apoio a iniciativas externas em linha com a Agenda 2030 da ONU.

A Americanas, em parceria com a Fundação Amazonas Sustentável (FAS), atua na Amazônia desde 2018 promovendo educação e geração de renda na região para que os moradores locais possam se manter em suas comunidades com uma infraestrutura que não agrida o meio ambiente e que proporcione melhores condições de vida. A parceria tem duas frentes de atuação: de Empreendedorismo e de Gestão de Resíduos.

Na frente de Empreendedorismo, através do curso de Empoderamento Feminino, destinado à moradoras da Reserva de Desenvolvimento Sustentável do Rio Negro, o empreendedorismo é estimulado e uma rede de cooperação entre as habitantes locais é criada. Além disso, a reflexão sobre as desigualdades de gênero e os direitos da mulher é promovida.

Além disso, em parceria com o Projeto Grael e apoio do BNDES, já capacitamos mais de 100 jovens em situação de vulnerabilidade social no curso de Operador de varejo desde 2018 e em 2020, a quarta turma foi concluída, formando 15 alunos por meio de aulas adaptadas para o ensino remoto.

Também temos o compromisso com quatro Pactos voluntários de grande importância para a promoção da ética, diversidade e equidade dentro da Companhia e na sua cadeia de valor, sendo esses: o “Pacto Empresarial pela Integridade e Anticorrupção”; a “Coalizão Empresarial pela Equidade Racial e de Gênero”; a “Carta Empresarial pelos Direitos Humanos e pela Promoção do Trabalho Decente”, todos do Instituto Ethos; e os “Princípios de Empoderamento Feminino”, da ONU Mulheres.

Em 2020, na plataforma física, as mulheres representam 52% de seus associados, ocupando 60% dos cargos de gerência e 33% diretoria estatutária. Na plataforma digital, as mulheres representam 50% de seus associados, ocupando 39% dos cargos de gerência e 10% da diretoria estatutária. Na plataforma física, 5.268 associados foram promovidos e assumiram novos cargos, dos quais 48% são mulheres, enquanto na plataforma digital 1.941 associados foram promovidos e assumiram novos cargos, dos quais 51% são mulheres.

6.3. Gestão Ambiental

Conquistamos, pelo 4º ano consecutivo, o Selo Ouro do Programa Brasileiro GHG Protocol pela auditoria das emissões de Gases do Efeito Estufa (GEE) declaradas no Programa Brasileiro GHG Protocol, que fazemos parte desde 2010. Para contribuir com o alcance do ODS 13, Ação Contra a Mudança Global do Clima, pelo segundo ano consecutivo compensamos nossas emissões diretas e de energia elétrica, mantendo a nossa operação Carbono Neutro. Também

respondemos pelo 10º ano consecutivo o questionário CDP, reforçando nosso compromisso com a transparência na gestão das emissões.

Na frente de Gestão de resíduos, houve a coleta de mais de 900 quilos de resíduos sólidos na Amazônia, representando uma redução de 20% no montante produzido nas comunidades em relação a 2019. O projeto busca reduzir o descarte direto de resíduos no meio ambiente por meio de ações de educação ambiental, onde mais de 2 toneladas de materiais já foram coletadas.

Além disso, buscando integrar cada vez mais nosso negócio à estratégia de sustentabilidade da Companhia, realizamos a compensação das emissões históricas de CO2 da Ame Flash, tornando esse modelo carbono neutro.

6.4. Governança Corporativa

Valores como transparência, equidade, responsabilidade, ética, clareza nas prestações de contas e maior fluidez das informações fazem parte das boas práticas de governança da Americanas. Com base nesses princípios, o Conselho de Administração, a Diretoria e os Comitês internos orientam as decisões do negócio.

A Companhia é listada na B3 desde 1940 e possui uma base acionária composta por ações ordinárias (LAME3) e ações preferenciais (LAME4). Desde 2017 está no segmento especial de listagem Nível 1 de Governança Corporativa.

Em julho de 2020, a agência de classificação de risco Fitch Ratings, Inc, atribuiu à Companhia rating corporativo AAA(bra) na Escala Nacional Brasil, com perspectiva estável. Em setembro de 2020, a Moody's atribuiu à Companhia o rating corporativo Ba1 e a S&P e a Fitch Ratings atribuíram BB, todos na Escala Internacional. No mesmo mês, Moody's e S&P atribuíram rating corporativo AAA(bra) na Escala Nacional.

As ações preferenciais fazem parte do Ibovespa, o mais importante indicador do desempenho médio das cotações do mercado de ações brasileiro. Além disso, a Americanas também faz parte de outros importantes índices como IBRX-50, ISE, ITAG, IC02, ICON, IVBX-2, MLCX, MSCI-Barra e FTSE.

6.3.1. Conselho de Administração

O Conselho de Administração é composto por no mínimo três e no máximo dez conselheiros com mandato de 2 anos, com direito à reeleição.

O Conselho de Administração tem as atribuições que lhe são conferidas por lei e pelo Estatuto Social, tendo também como competências: (i) eleger e destituir os Diretores, fixando atribuições e critérios de substituição; (ii) determinar a distribuição da remuneração fixada pela Assembleia Geral para seus membros e Diretores; (iii) deliberar sobre a emissão de ações e bônus de subscrição e notas promissórias comerciais; (iv) manifestar-se a respeito de reorganizações societárias, aumentos de capital e outras transações que impliquem na mudança do controle.

Atualmente, a Americanas possui sete membros no Conselho de Administração, os quais três são independentes, atingindo a marca de 43% de independência do conselho, conforme representado na tabela abaixo.

Membros do Conselho de Administração	Posição
Eduardo Saggio Garcia	Presidente
Carlos Alberto da Veiga Sicupira	Conselheiro (Efetivo)
Claudio Moniz Barreto Garcia	Conselheiro (Efetivo)
Paulo Alberto Lemann	Conselheiro (Efetivo)
Paulo Veiga Ferraz Pereira	Conselheiro Independente (Efetivo)
Sidney Victor da Costa Breyer	Conselheiro Independente (Efetivo)
Vanessa Claro Lopes	Conselheira Independente (Efetivo)

6.3.2. Diretoria

A Diretoria é composta por no mínimo dois e no máximo quatorze Diretores, sendo um designado Diretor Presidente, um Diretor Superintendente, um Diretor de Relações com Investidores e os demais sem designação especial, eleitos pelo Conselho de Administração para período de 1 ano com direito à reeleição.

A Diretoria atua como órgão colegiado nas deliberações sobre as matérias que são submetidas ao Conselho de Administração, como por exemplo: Relatório da Administração, Demonstrações Financeiras, Balancetes, propostas de aumento de capital e de distribuição de dividendos, e outras decisões que fogem da competência do Diretor.

Atualmente, a Americanas possui doze membros na Diretoria, os quais estão representados na tabela abaixo.

Membros da Diretoria	Posição
Miguel Gomes Pereira Sarmiento Gutierrez	Diretor Presidente
José Timótheo de Barros	Diretor Superintendente
Carlos Eduardo Rosalba Padilha	Diretor de Relações com Investidores
Andrea Silva Barra	Diretora
Anna Christina Ramos Saicali	Diretora
Celso Alves Ferreira Louro	Diretor
João Guerra Duarte Neto	Diretor
Marcelo Pinto	Diretor
Marcio Cruz Meirelles	Diretor
Maria Christina Ferreira Nascimento	Diretora
Milena de Andrade Sacramento	Diretora
Wellington de Almeida Souza	Diretor

6.3.3. O Papel dos Comitês e dos Auditores

O Conselho de Administração e a Diretoria determinam as diretrizes da Companhia apoiados por cinco Comitês internos: Comitê de Finanças, Comitê de Gente e Remuneração, Comitê Digital, Comitê de Auditoria e Comitê de Sustentabilidade. Eles funcionam como grupos de trabalho, com objetivos definidos para reportar temas e/ou situações por eles examinados, bem como apresentar sua recomendação ao órgão máximo de governança da Americanas.

Os Comitês se reúnem pelo menos uma vez por trimestre, ou extraordinariamente, sempre que convocados pelo seu Presidente, com exceção do Comitê de Sustentabilidade, que se reúne semanalmente.

Comitê de Finanças

O Comitê de Finanças tem por objetivo principal informar e aconselhar o Conselho de Administração em relação a todas as decisões envolvendo as políticas financeiras da Companhia, garantindo que a Companhia sempre cumpra suas obrigações, políticas e responsabilidades financeiras.

Membros	Posição
Paulo Alberto Lemann	Presidente do Comitê
Eduardo Saggio Garcia	Membro do Comitê
Roberto Moses Thompson Motta	Membro Externo do Comitê

Comitê de Gente e Remuneração

O Comitê de Gente e Remuneração tem por objetivo principal informar o Conselho de Administração em relação a todas as decisões envolvendo as políticas de gente e remuneração da Companhia, visando (i) que os membros do Conselho de Administração, da Diretoria e todos os associados tenham incentivos para alcançar resultados excepcionais, sendo recompensados adequadamente; e (ii) que a Companhia consiga atrair, captar, reter e desenvolver os melhores profissionais e líderes, garantindo a sucessão de seus principais executivos.

Membros	Posição
Claudio Moniz Barreto Garcia	Presidente do Comitê
Paulo Alberto Lemann	Membro do Comitê
Cecília Sicupira	Membro Externo do Comitê

Comitê Digital

O Comitê Digital tem por objetivo principal assessorar o Conselho de Administração no cumprimento de suas responsabilidades de supervisão digital nas áreas de tecnologia e da tecnologia envolvida no comércio por meio da internet, televisão, telefonia móvel, diretamente ao consumidor assim como canais emergentes.

Membros	Posição
Sidney Victor da Costa Breyer	Presidente do Comitê
Claudio Moniz Barreto Garcia	Membro do Comitê
Roberto Moses Thompson Motta	Membro Externo do Comitê

Comitê de Auditoria

O Comitê de Auditoria passou a ser previsto em Estatuto na AGOE de 2019. O comitê tem por objetivo assessorar o Conselho de Administração no monitoramento e controle de qualidade das demonstrações financeiras, controles internos, gerenciamento de riscos e *compliance*.

Membros	Posição
Paulo Veiga Ferraz Pereira	Presidente do Comitê
Vanessa Claro Lopes	Membro do Comitê
Maria Helena Cardoso Figueira	Membro Externo do Comitê

Comitê AME

O Comitê Ame tem por objetivo assessorar o Conselho de Administração no cumprimento de suas responsabilidades de supervisão relacionadas ao negócio Ame Digital – plataforma mobile de produtos e serviços financeiros.

Membros	Posição
Eduardo Saggiaro Garcia	Presidente do Comitê
Paulo Veiga Ferraz Pereira	Membro do Comitê
Elinton Bobrik	Membro Externo do Comitê

Comitê de Sustentabilidade

O Comitê de Sustentabilidade tem por objetivo principal assessorar o Conselho de Administração na definição das melhores práticas de gestão, com base na busca do equilíbrio entre os pilares econômico, ambiental e social. O Comitê busca discutir, planejar e implementar ações que promovam o desenvolvimento sustentável da Companhia, tendo sempre como base as necessidades das partes interessadas.

Membros	Posição
Anna Christina Ramos Saicali	Presidente do Comitê
Miguel Gomes Pereira Sarmiento Gutierrez	Membro do Comitê
Carlos Eduardo Rosalba Padilha	Membro do Comitê

6.3.4. Conselho Fiscal

A Americanas também conta com um Conselho Fiscal, de funcionamento não permanente, formado por até cinco membros efetivos e até 5 membros suplentes.

Atualmente, a Americanas possui três membros efetivos e três membros suplentes no Conselho Fiscal, sendo um eleito pelos controladores, um pelos acionistas preferencialistas e um pelos acionistas ordinaristas, os quais estão representados no quadro abaixo.

Membros Do Conselho Fiscal	Posição
Márcio Luciano Mancini	Conselheiro Efetivo (Indicado por Ordinaristas)
Ricardo Scalzo	Conselheiro Efetivo (Indicado por Preferencialistas)
Vicente Antonio de Castro Ferreira	Conselheiro Efetivo
Carlos Alberto de Souza	Conselheiro Suplente
Pedro Carvalho de Mello	Conselheiro Suplente
André Amaral de Castro Leal	Conselheiro Suplente

6.3.5. Auditores Independentes

Em conformidade com a Instrução CVM nº 381, a Companhia informa que os auditores independentes PricewaterhouseCoopers prestaram serviços de auditoria externa no ano de 2020. A política da Companhia na contratação de serviços, que não auditoria externa, de auditores independentes garante que não haja conflito de

interesses e que os serviços contratados não comprometam a independência dos seus auditores. Assim, a companhia busca que seus auditores prestem serviço de forma objetiva e emitam uma opinião imparcial acerca das Demonstrações Financeiras da Companhia.

6.3.6. Tag Along de 100% a todos os Acionistas

O Estatuto Social da Americanas firma, desde 2006, o compromisso de conceder *Tag Along* integral (100%) às ações ordinárias e preferenciais da Companhia. Com isso, todos os acionistas da Americanas têm tratamento igualitário no caso de troca de controle da Companhia, sendo assegurado o direito de vender suas ações nas mesmas condições negociadas pelos controladores

6.3.7. Política de Dividendos

Em 2020, foi proposta aos acionistas a distribuição de lucros de R\$ 400,8 milhões, em juros sobre o capital próprio (antes do imposto de renda retido na fonte), com base no lucro líquido do exercício. No ano, também foi proposto o aumento de capital da Companhia com a possibilidade de integralização do crédito dos juros sobre capital. O Estatuto Social da Companhia, em linha com os princípios da legislação vigente, fixa o valor mínimo para dividendos em 25% do lucro líquido do exercício, após a formação de reserva legal de 5%.

6.3.8. Programa de Recompra de Ações

A Companhia não possui Programa de Recompra de Ações vigente.

6.3.9. Políticas e Regulamentos

Durante 2020, a Americanas manteve o seu compromisso de combate à corrupção e de promoção da ética no relacionamento com todos os seus stakeholders. Além do Código de Ética e Conduta, aprovado pelo Conselho de Administração e Diretoria, a Companhia tem uma Política de *Compliance* e Combate à Corrupção, valorizando o comportamento íntegro, transparente e solidário.

A Companhia possui, ainda, outras 14 políticas e regimentos, que contribuem no processo de governança estabelecendo normas rígidas e punições severas aos infratores e praticantes de atos fraudulentos, de modo a estar cada vez mais alinhado às melhores práticas de Governança Corporativa.

Fazemos parte de 4 pactos de grande importância para a promoção da diversidade, equidade e ética na Companhia, que são: “Princípios de Empoderamento Feminino”, da ONU Mulheres; a “Coalizão Empresarial pela Equidade Racial e de Gênero”; a “Carta Empresarial pelos Direitos Humanos e pela Promoção do Trabalho Decente”; e o “Pacto Empresarial pela Integridade e Anticorrupção, do Instituto Ethos.”

No ano, foi mantida a evolução do nível de engajamento da adesão ao Pacto Global ONU, do qual a Companhia faz parte desde 2013 e que reúne empresas comprometidas com as melhores práticas corporativas de respeito aos direitos humanos, principalmente em relação às questões trabalhistas, ao meio ambiente e à ética nos negócios.

O Universo Americanas promove e valoriza a difusão de princípios de proteção e valorização dos direitos humanos, destacando esses termos nos contratos comerciais com o propósito de colaborar na erradicação do trabalho forçado e no combate a qualquer prática que não respeite o Princípio da Dignidade Humana na cadeia produtiva de valor. Todos os contratos impõem cláusulas punitivas como previsão de multas e descredenciamento imediato no caso desse tipo de irregularidade. Além disso, a Companhia apoia diversas iniciativas dos setores público e privado, engajados na identificação dos riscos e potenciais impactos de violação dos direitos humanos associados às suas atividades.

6.5. Prêmios e Reconhecimentos

A Americanas investe em ações que aprimoram seus processos de gestão e promovem a sustentabilidade. Como consequência deste trabalho, a Companhia recebeu diversas premiações e reconhecimentos que reforçam o valor da marca, sua reputação e seu compromisso com os clientes e associados. Os destaques de 2020 foram:

- ✓ **B2W Digital recebeu o Troféu Transparência 2020 (ANEFAC):** com base na análise técnica da FIPECAFI das demonstrações financeiras de 2019, o prêmio reconhece práticas de transparência ao mercado e a clareza das informações prestadas.
- ✓ **Americanas e B2W Digital receberam o Selo Verde – Prêmio Socioambiental Chico Mendes (Instituto Socioambiental Chico Mendes):** o prêmio busca reconhecer iniciativas sustentáveis, com os melhores cases de sucesso das empresas, certificando as instituições com o selo. A Americanas ganhou o Selo Verde por meio do case Projeto Grael e a B2W venceu com o case “Grafitarte”.
- ✓ **Americanas em 1º lugar das Lojas de Departamento em Imagem e Faturamento do Ranking IBEVAR-FIA (IBEVAR-FIA):** o resultado do ranking se dá a partir da opinião dos consumidores, abordando como principais aspectos o faturamento e ordenamento das empresas em termo de eficiência operacional das lojas e dos colaboradores.
- ✓ **Americanas em 1º lugar na categoria Varejo – Ranking Época Negócios 360º (Época Negócios):** o ranking aponta as melhores empresas do Brasil, levando em consideração fatores como desempenho financeiro, sustentabilidade, governança corporativa e inovação.
- ✓ **Americanas – Loja Online em 1º lugar nas categorias E-Commerce Marketplace e Equipe Campeã de Atendimento e Ame Digital em 1º lugar em Meios de Pagamentos Digitais – Prêmio Reclame Aqui (Reclame Aqui):** o prêmio reconhece as empresas que mais respeitam os consumidores e disseminam práticas bem-sucedidas, de acordo com o voto popular.
- ✓ **Americanas – Loja Online é a Loja Diamante Mais Querida – Prêmio Ebit Melhores do E-commerce (Ebit):** o prêmio reconhece as lojas online que mais se destacaram no mercado ao longo do ano, com base na avaliação dos consumidores.
- ✓ **Americanas – Loja Online é a Loja Que Faz a Melhor Black Friday do Brasil – Prêmio Black Friday de Verdade (Proxy Media):** o prêmio tem como objetivo reconhecer, por meio de votação popular, as melhores empresas e as melhores práticas na Black Friday do Brasil.

ANEXO I – DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO CONSOLIDADO

Lojas Americanas S.A.						
Demonstração do Resultado	Consolidado			Consolidado		
	Trimestres findos em 31 de Dezembro			Períodos findos em 31 de Dezembro		
(em milhões de reais)	4T20	4T19	Variação	2020	2019	Variação
Gross Merchandise Volume (GMV)	13.499,7	11.397,8	18,4%	39.673,8	32.387,5	22,5%
Receita Bruta de Vendas e Serviços	8.852,4	7.642,2	15,8%	25.457,5	22.179,7	14,8%
Impostos sobre vendas e serviços	(1.419,4)	(1.181,5)	20,1%	(4.166,1)	(3.517,0)	18,5%
Receita Líquida de Vendas e Serviços	7.433,0	6.460,7	15,0%	21.291,4	18.662,7	14,1%
Custo das mercadorias vendidas e serviços prestados	(4.916,2)	(4.184,0)	17,5%	(14.162,1)	(12.061,6)	17,4%
Lucro Bruto	2.516,8	2.276,7	10,5%	7.129,3	6.601,1	8,0%
<i>Margem Bruta (% RL)</i>	33,9%	35,2%	-1,3 p.p.	33,5%	35,4%	-1,9 p.p.
Despesas Operacionais	(1.716,7)	(1.346,7)	27,5%	(5.366,5)	(4.514,5)	18,9%
Com vendas	(1.122,0)	(893,7)	25,5%	(3.371,0)	(2.842,0)	18,6%
Gerais e administrativas	(159,6)	(76,7)	108,0%	(438,5)	(303,0)	44,7%
Depreciação e amortização	(435,1)	(376,3)	15,6%	(1.556,9)	(1.369,5)	13,7%
Resultado Operacional antes do Resultado Financeiro	800,1	930,0	-14,0%	1.762,8	2.086,6	-15,5%
Resultado Financeiro Líquido	(245,6)	(398,3)	-38,3%	(1.128,2)	(1.525,2)	-26,0%
Outras receitas (despesas) operacionais*	(99,4)	(71,6)	38,8%	(303,3)	(145,8)	108,0%
Participação minoritária	(29,4)	(21,8)	34,8%	55,4	121,1	-54,2%
Imposto de renda e contribuição social	(25,2)	(40,3)	-37,4%	7,2	(31,2)	-123,1%
Resultado Líquido	400,4	398,0	0,6%	394,0	505,5	-22,1%
<i>Margem Líquida (% RL)</i>	5,4%	6,2%	-0,8 p.p.	1,9%	2,7%	-0,8 p.p.
EBITDA Ajustado	1.235,1	1.306,3	-5,5%	3.319,7	3.456,1	-3,9%
<i>Margem EBITDA Ajustada (% RL)</i>	16,6%	20,2%	-3,6 p.p.	15,6%	18,5%	-2,9 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 – DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO CONTROLADORA

Lojas Americanas S.A. Demonstração do Resultado (em milhões de reais)	Controladora			Controladora		
	Trimestres findos em 31 de Dezembro			Períodos findos em 31 de Dezembro		
	4T20	4T19	Variação	2020	2019	Variação
Receita Bruta de Vendas e Serviços	4.701,2	4.915,6	-4,4%	13.017,8	14.006,5	-7,1%
Impostos sobre vendas e serviços	(588,9)	(598,2)	-1,6%	(1.669,1)	(1.837,5)	-9,2%
Receita Líquida de Vendas e Serviços	4.112,3	4.317,4	-4,8%	11.348,7	12.169,0	-6,7%
Custo das mercadorias vendidas e serviços prestados	(2.599,4)	(2.680,3)	-3,0%	(6.999,1)	(7.432,7)	-5,8%
Lucro Bruto	1.512,9	1.637,1	-7,6%	4.349,6	4.736,3	-8,2%
<i>Margem Bruta (% RL)</i>	36,8%	37,9%	-1,1 p.p.	38,3%	38,9%	-0,6 p.p.
Despesas Operacionais	(793,5)	(817,0)	-2,9%	(2.621,1)	(2.716,8)	-3,5%
Com vendas	(432,8)	(556,3)	-22,2%	(1.505,7)	(1.761,7)	-14,5%
Gerais e administrativas	(86,6)	(26,0)	233,1%	(183,6)	(115,6)	58,8%
Depreciação e amortização	(274,1)	(234,7)	16,8%	(931,8)	(839,5)	11,0%
Resultado Operacional antes do Resultado Financeiro	719,4	820,1	-12,3%	1.728,5	2.019,5	-14,4%
Resultado Financeiro Líquido	(139,2)	(264,5)	-47,4%	(720,2)	(939,6)	-23,3%
Equivalência patrimonial	(47,0)	(15,2)	209,2%	(239,6)	(232,5)	3,0%
Outras receitas (despesas) operacionais*	(81,2)	(64,3)	26,3%	(225,9)	(100,2)	125,4%
Participação Estatutária	(23,6)	(30,0)	-21,3%	(23,6)	(30,0)	-21,3%
Imposto de renda e contribuição social	(28,0)	(48,1)	-41,8%	(125,2)	(211,7)	-40,8%
Resultado Líquido	400,4	398,0	0,6%	394,0	505,5	-22,0%
<i>Margem Líquida (% RL)</i>	9,7%	9,2%	+0,5 p.p.	3,5%	4,2%	-0,7 p.p.
EBITDA Ajustado	993,5	1.054,8	-5,8%	2.660,4	2.859,0	-6,9%
<i>Margem EBITDA Ajustada (% RL)</i>	24,2%	24,4%	-0,2 p.p.	23,4%	23,5%	-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.

ANEXO III – BALANÇO PATRIMONIAL

Lojas Americanas S.A. Balço Patrimonial (Em Milhões de Reais)	Controladora		Consolidado	
	31/12/2020	31/12/2019	31/12/2020	31/12/2019
ATIVO				
CIRCULANTE				
Caixa e equivalentes de caixa	7.354,5	2.752,6	14.009,2	6.291,7
Títulos, valores mobiliários e outros ativos financeiros	2.393,1	836,5	7.622,1	4.314,8
Contas a receber de clientes	1.408,0	1.664,9	3.365,3	2.321,1
Estoques	2.420,8	2.607,1	4.122,5	3.558,5
Impostos a recuperar	544,0	552,4	1.240,1	1.243,8
Contas a receber partes relacionadas	189,6	37,2	-	-
Despesas antecipadas	18,5	11,2	65,2	46,6
Outros circulantes	634,0	589,6	1.143,6	1.132,2
Total do Ativo Circulante	14.962,4	9.051,4	31.567,9	18.908,7
NÃO CIRCULANTE				
Títulos, valores mobiliários e outros ativos financeiros	58,5	54,8	47,2	193,5
Contas a receber partes relacionadas	2,1	2,2	-	-
Contas a receber de acionistas - Plano de subscrição de ações	41,4	50,1	41,4	50,1
Imposto de renda e contribuição social diferidos	8,9	0,6	1.630,8	1.338,0
Depósitos judiciais	275,8	318,7	414,6	427,3
Impostos a recuperar	1.054,9	797,1	2.348,6	1.994,3
Outros não Circulantes	-	-	68,3	69,0
Investimentos	6.714,1	4.412,1	-	-
Imobilizado	3.622,3	3.670,3	4.028,3	4.094,3
Intangível	869,9	520,3	4.730,3	3.972,7
Direito de uso de imóveis	2.585,5	1.969,0	2.832,1	2.221,1
Total do Ativo Não Circulante	15.233,5	11.795,2	16.141,6	14.360,3
TOTAL DO ATIVO	30.195,9	20.846,6	47.709,5	33.269,0
PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO				
CIRCULANTE				
Fornecedores	3.004,6	3.273,1	7.093,8	6.031,7
Arrendamentos a pagar	436,8	360,5	527,2	440,2
Empréstimos e financiamentos	908,0	566,3	1.832,9	2.113,4
Debêntures	507,1	199,7	415,8	199,7
Salários e encargos trabalhistas	103,4	108,7	190,2	172,2
Tributos a recolher	131,8	163,7	241,5	271,0
Imposto de renda e contribuição social correntes	87,0	76,6	91,3	80,2
Dividendos e participações propostos	371,0	296,0	371,0	296,0
Provisão para processos judiciais e contingências	35,2	40,5	35,2	40,5
Contas a pagar - combinação de negócios	-	-	5,6	10,3
Adiantamento recebido de clientes	-	-	498,0	141,5
Contas a pagar partes relacionadas	112,0	123,1	-	-
Outros circulantes	428,5	405,7	785,5	761,2
Total do Passivo Circulante	6.125,3	5.613,8	12.088,1	10.557,8
PASSIVO NÃO CIRCULANTE				
Exigível a longo prazo:				
Arrendamentos a pagar	2.266,2	1.903,5	2.461,3	2.113,2
Empréstimos e financiamentos	2.955,5	2.944,8	12.833,6	7.857,0
Debêntures	6.143,7	5.105,0	3.938,0	5.105,0
Provisão para processos judiciais e contingências	120,3	96,5	295,3	246,8
Provisão para perda com investimento	273,5	15,4	-	-
Contas a pagar - combinação de negócios	-	-	135,0	5,5
Outros não circulantes	-	-	87,6	3,8
Total do Passivo Não Circulante	11.759,2	10.065,2	19.750,8	15.331,3
PATRIMÔNIO LÍQUIDO				
Capital social	12.014,8	4.010,0	12.014,8	4.010,0
Reservas de capital	30,7	189,3	30,7	189,3
Ágio em transações do Capital	(737,8)	(42,2)	(737,8)	(42,2)
Reservas de lucros	1.048,3	1.055,1	1.048,3	1.055,1
Ações em tesouraria	(44,5)	(44,5)	(44,5)	(44,5)
Participação de acionistas não controladores	-	-	3.559,2	2.212,2
Total do Patrimônio Líquido	12.311,4	5.167,6	15.870,6	7.379,9
TOTAL DO PASSIVO E DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO	30.195,9	20.846,6	47.709,5	33.269,0

ANEXO IV – FLUXO DE CAIXA

Lojas Americanas S.A. DEMONSTRAÇÃO DOS FLUXOS DE CAIXA - MÉTODO INDIRETO (Em Milhões de Reais)	Controladora		Consolidado	
	31/12/2020	31/12/2019	31/12/2020	31/12/2019
Lucro líquido (prejuízo) do Período	394,0	704,1	314,9	581,3
Ajustes ao lucro líquido:				
Depreciação e amortização	518,6	499,1	1.044,6	954,8
Depreciação direito de uso imóveis	413,0	340,4	510,6	417,7
Valor residual do ativo imobilizado baixado	56,1	17,5	68,4	17,8
Participações em controladas	239,5	187,4	-	-
Imposto de renda e contribuição social correntes	145,7	158,3	152,7	180,2
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(20,2)	132,5	(158,9)	(32,1)
Juros sobre demais créditos e débitos	(1,1)	1,2	(1,1)	1,2
Juros e variações sobre financiamentos	517,6	786,2	831,4	1.310,7
Constituição de provisão para contingências	45,6	75,6	98,4	94,9
Reversão de provisão para processos judiciais e contingências	(5,4)	(8,7)	(33,5)	(29,6)
Pagamento baseado em ações	36,3	36,1	96,0	50,2
Provisão para perdas de créditos estimada - cartões de crédito	1,0	0,7	(5,5)	6,7
Provisão para perdas nos estoques	55,9	(3,7)	49,5	(9,2)
Participação de empregados e diretores	23,6	42,2	23,6	42,2
Outros	(91,5)	(4,4)	(134,9)	(24,3)
Lucro líquido ajustado	2.328,7	2.964,6	2.855,2	3.562,6
Redução (aumento) nos ativos operacionais:				
Contas a receber de clientes	262,3	163,6	(1.037,3)	(454,4)
Estoques	192,5	23,2	(560,9)	(44,1)
Impostos a recuperar	(249,4)	(525,8)	(350,7)	(645,5)
Despesas antecipadas	(7,7)	2,9	26,8	30,3
Depósitos judiciais	42,9	1,8	12,7	(22,6)
Demais contas a receber	(43,3)	29,5	(10,6)	(69,8)
	197,2	(304,8)	(1.920,0)	(1.206,1)
Aumento (redução) nos passivos operacionais:				
Fornecedores	(334,0)	304,7	1.009,8	1.060,0
Salários e encargos trabalhistas	(5,3)	14,8	18,1	19,9
Impostos, taxas e contribuições	(85,7)	0,7	(85,6)	48,7
Pagamento de contingências	(26,0)	(29,3)	(26,0)	(29,3)
Operações com partes relacionadas	(163,5)	(62,0)	-	-
Demais contas a pagar	22,8	248,6	657,2	440,2
	(591,7)	477,5	1.573,4	1.539,4
Juros Pagos sobre empréstimos e debêntures	(372,0)	(596,1)	(656,1)	(1.085,7)
Juros Pagos sobre Arrendamentos	(129,7)	(152,9)	(151,8)	(176,0)
IR/CS Pagos	(88,8)	(227,4)	(95,1)	(263,2)
Caixa líquido gerado nas atividades operacionais	1.343,6	2.160,8	1.605,6	2.371,0
Fluxo de caixa das atividades de investimentos				
Titulos e valores mobiliários	(1.560,3)	283,6	(3.161,0)	(1.268,8)
Investimentos em controladas	(2.739,9)	(1.578,8)	-	-
Imobilizado	(424,9)	(899,6)	(479,6)	(934,0)
Intangível	(451,5)	(224,9)	(1.299,1)	(655,2)
Dividendos recebidos	205,7	0,5	-	-
Caixa líquido aplicado nas atividades de investimentos	(4.970,9)	(2.419,2)	(4.939,7)	(2.858,0)
Fluxo de caixa das atividades de financiamento				
Empréstimos e financiamentos (circulante e não circulante):				
Captações	1.769,9	1.105,5	8.227,4	3.546,9
Pagamento de principal	(1.482,4)	(1.879,8)	(4.057,1)	(4.559,6)
	287,5	(774,3)	4.170,3	(1.012,7)
Debêntures (circulante e não circulante):				
Captações	4.100,0	1.000,0	1.694,4	1.000,0
Pagamento de principal	(2.586,3)	(427,5)	(2.554,1)	(427,5)
	1.533,7	572,5	(859,7)	572,5
Arrendamento direito de uso imóveis	(501,5)	(359,5)	(596,3)	(429,2)
Contas a receber plano de ações	14,4	6,7	14,4	6,7
Ágio em transações de ações de controlada	(695,6)	(22,1)	(695,6)	(22,1)
Aumento de capital	7.886,5	20,9	7.886,5	20,9
Recursos aporte não controladores	-	-	1.427,8	957,6
Dividendos e participações pagos	(296,0)	(126,2)	(296,0)	(126,2)
Caixa líquido gerado (aplicado) nas atividades de financiamento	8.229,1	(682,1)	11.051,5	(32,6)
Aumento (Redução) de caixa e equivalentes de caixa	4.601,9	(940,5)	7.717,4	(519,6)
Caixa e equivalentes de caixa no início do período	2.752,6	3.693,2	6.291,7	6.813,8
Caixa e equivalentes de caixa no final do período	7.354,5	2.752,6	14.009,2	6.291,7
Aumento (Redução) de caixa e equivalentes de caixa	4.601,9	(940,5)	7.717,4	(521,1)