



americanas sa

resultados 1T22
12.05.2022

mensagem da administração

Uma só Americanas revela sua potência

A trajetória da Americanas é pautada pela reinvenção contínua, como forma de acompanhar as mudanças no comportamento da sociedade brasileira. Essa característica nos permitiu construir um modelo de negócios que está em constante mutação ao longo dos nossos mais de 90 anos de história, sempre gerando resultados relevantes, mesmo diante de diferentes cenários socioeconômicos.

Nos últimos anos, empreendemos uma profunda transformação, que teve início com a revisão da nossa estrutura de capital, que foi reforçada por movimentos estratégicos de M&A, e culminou com a combinação dos ativos e das bases acionárias de Lojas Americanas e B2W, criando uma só Americanas para clientes, investidores, fornecedores, sellers, merchants, franqueados, parceiros e sociedade como um todo.

Nossa trajetória é norteada pela estratégia de ser cada vez mais relevante no dia a dia dos clientes. Ao entrar em novas categorias, aumentamos a recorrência e participamos de diferentes jornadas de consumo.

O momento desafiador do cenário econômico - com alta das taxas de juros, inflação crescente, pressão em custos e queda na renda da população - exige que sejamos ainda mais eficientes na busca contínua do equilíbrio das principais variáveis operacionais e financeiras do nosso negócio.

O cenário atual amplifica a nossa responsabilidade. Somos conscientes do nosso papel social e da nossa relevância na relação com colaboradores, clientes, fornecedores, sellers, merchants, franqueados, entre outros parceiros estratégicos. Mantivemos a rotina de proximidade e com ouvidos atentos para encontrar as melhores soluções para todos os participantes do ecossistema Americanas: sortimento e ofertas que caibam no bolso dos nossos clientes; para os fornecedores, sellers e merchants a opção de antecipação de recebíveis e a oferta de crédito com taxas e prazos competitivos, por meio da AME, especialmente nesse período de maiores dificuldades; e para os franqueados, redução dos custos operacionais com ganho de escala - só para citar alguns exemplos.

Os reflexos destes feitos e dos ganhos preliminares da combinação operacional ficam evidentes quando constatamos que no 1T22 a base ativa de clientes atingiu a marca de 52 milhões, um crescimento de 8% (+4 MM), enquanto o número de itens vendidos e de transações apresentaram um crescimento ainda mais acelerado (+20% e +17%, respectivamente), uma importante demonstração de que os nossos clientes estão cada vez mais engajados e frequentes.

Nossa disciplina financeira permitiu a construção de um modelo resiliente, que ao longo dos anos resultou em crescimento com rentabilidade. A visão de longo prazo e a correta leitura dos movimentos do mercado resultaram também em uma condução harmônica da nossa visão estratégica.

Essa evolução passa pela oferta mais ampla de sortimento e melhoria contínua no nível de serviço. Ao longo dos últimos doze meses, nosso sortimento aumentou em 37%, totalizando 136 milhões de ofertas disponíveis para os clientes. Com a criação da Americanas S.A., a multicanalidade já é realidade da operação, com as lojas se tornando um importante hub de relacionamento e distribuição. Até o momento, foram inauguradas 28 novas lojas em 2022, totalizando 3.581 lojas. Como resultado, no primeiro trimestre de 2022, quase 35% das entregas foram realizadas em até 3 horas. Um ano atrás, esse percentual era de 14%. Atingimos um outro patamar.

A combinação dos negócios e o foco na recorrência nos permitem divulgar, hoje, mais um trimestre com resultados relevantes, que nos diferenciam e nos enchem de orgulho. Nossas vendas totais

(GMV) cresceram 22% em relação ao mesmo período do ano passado. Esse crescimento é reflexo da boa performance em todas as plataformas de negócios, com o físico crescendo 27% e o digital crescendo 20%, novamente acima da média dos nossos concorrentes, mesmo diante de uma base desafiadora (+89% no 1T21) e dos impactos do incidente de segurança ocorrido em fevereiro.

A baixa dependência de algumas categorias de tíquete médio alto, somada à alta recorrência de compras e à credibilidade que conquistamos entre os nossos clientes, ajudam a explicar essa performance. Hoje, somos uma das cinco marcas mais influentes do Brasil, segundo pesquisa divulgada em abril pela Ipsos (Instituto de Pesquisa de Mercado e Opinião Pública), sendo a primeira marca brasileira no ranking.

No 1T22, o EBITDA cresceu 58%, atingindo R\$ 660 milhões, o maior valor da história para o período, refletindo os ganhos de sinergias da combinação dos negócios, das iniciativas de crescimento sustentável e da rápida evolução do plano de negócios da AME.

AME segue sua trajetória de crescimento e monetização. A plataforma financeira superou a marca de 32 milhões de downloads e atingiu um TPV de R\$ 7,8 bilhões, crescendo 53%. Sempre que olhamos para esse novo negócio, criado dentro de casa em meados de 2018, nos surpreendemos com a evolução e com o potencial que ele tem de ser ainda maior. Hoje, este negócio é um exemplo tangível do que queremos mostrar quando falamos dos benefícios de “pescar no próprio aquário”. Para se ter uma ideia, a frequência de compra de clientes Americanas é 6,6 vezes maior entre os que usam o cartão AME.

Assim sendo, a AME nos inspira a repetir essa história em outros negócios. Por isso, nosso motor de inovação (IF), responsável por liderar 10 fusões e aquisições entre 2020 e 2021, segue com o objetivo de incentivar o uso de novas tecnologias e a entrada da companhia em novos negócios. No início de abril, anunciamos a estruturação da vertical de corporate venture capital (CVC) com a intenção de investir em até 20 startups neste ano, em setores que tenham conexão com a Americanas, como tecnologia, cybersecurity, fintech, logística e advertising.

Temos o compromisso de crescer com rentabilidade, mas sem tirar os olhos do futuro e do propósito de somar o que mundo tem de bom para melhorar a vida das pessoas. Nossa estratégia ESG também segue esses princípios e vem sendo reconhecida pelos avanços que já obteve até aqui. Em janeiro, entramos pela primeira vez no The Sustainability Yearbook 2022, anuário que reúne as empresas com melhores performances em sustentabilidade do mundo. Também fomos listados no ranking das companhias abertas com as melhores notas no Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da B3.

Essas conquistas só foram possíveis porque somos mais de 40 mil colaboradores, unidos pelo mesmo propósito, com espírito de dono e comprometidos com o negócio.

Estamos apenas no começo de um novo capítulo da nossa história. Há muito mais por vir!

Muito obrigado a todos.

Miguel Gutierrez
CEO Americanas S.A.

destaques 1T22

PRINCIPAIS INDICADORES (MM)	1T22	1T21	Delta
Base de clientes ativos LTM	52	48	+4
# Itens vendidos LTM	1.607	1.335	+272
# de Transações LTM	431	369	+62
Sortimento	136	99	+37
# Sellers (Mil)	132	96	+36

- **Foco no Cliente:** A base ativa de clientes atingiu a marca de 52 milhões, um crescimento de 8% vs 1T21 (+4 MM). O número de itens vendidos e de transações apresentaram um crescimento ainda mais acelerado (+20% e +17% respectivamente), impulsionados pelo aumento na frequência de compras. Essas conquistas demonstram que estamos avançando rapidamente em nossa estratégia de ser cada vez mais relevantes do dia a dia dos clientes.
- **Vendas Totais (GMV):** As vendas totais, incluindo lojas físicas e digital, cresceram 21,7% no 1T22 (+R\$ 2,5 Bi vs 1T21) vs um crescimento de 3,6% do varejo. *Fonte Varejo: GFK*
- **eCommerce:** A plataforma de eCommerce apresentou crescimento de 20,1% (1P: +24,3% e 3P: +16,9%), novamente acima da média dos nossos concorrentes, mesmo diante de uma base desafiadora (+89% no 1T21) e dos impactos do incidente de segurança ocorrido em fevereiro.
- **Lojas Físicas:** A Receita Bruta da plataforma física cresceu 27,7% no 1T22, reflexo da reabertura total da base de lojas e retomada do fluxo de clientes. No quadrimestre, para eliminar o “efeito Páscoa”, as vendas no conceito “mesmas lojas” (SSS) cresceram 10,3%. Até o momento foram inauguradas 28 novas lojas (Americanas: 9, HNT: 3, Uni.co: 4 e Vem: 12), totalizando 3.581 lojas, funcionando como hubs avançados de venda, relacionamento e distribuição.
- **Entrega Rápida:** No 1T22, as entregas em até 3h representaram 34,9% do total (vs 14,3% no 1T21), refletindo os ganhos de sinergia da combinação de negócios, com uma base única de lojas atuando como hubs de distribuição (*ship from store* em 900 cidades). As entregas em até 24h totalizaram 58,6% do volume de entregas realizadas, ou seja, incluindo 1P e 3P.
- **Ame Digital (Fintech):** O TPV segue em rápido crescimento, atingindo R\$ 7,8 bilhões no 1T22 (+53% vs 1T21). Refletindo o crescimento exponencial das frentes de monetização (engajamento, plataforma e crédito), o EBITDA da Ame apresentou uma evolução de 55% no período. No 1T22, o volume financeiro concedido pelo Marketplace de crédito da Ame (sem risco de crédito para a Companhia) cresceu 3,5x.
- **EBITDA:** No 1T22, o EBITDA Ajustado atingiu R\$ 660 milhões, maior EBITDA da história para o período, avançando 57,9% vs. 1T21. A margem EBITDA do trimestre foi de 9,8%, avançando 1,9 p.p. em relação ao 1T21, refletindo os ganhos de sinergias da combinação operacional dos negócios, a rápida evolução na monetização da Ame e as iniciativas de crescimento sustentável.
- **Geração de Caixa:** Para neutralizar o efeito da sazonalidade, a geração de caixa ajustada, quando analisada nos últimos seis meses (4T21+1T22), foi positiva em R\$ 119 milhões, uma evolução de R\$ 481 milhões versus o consumo de R\$ 362 milhões no mesmo período do ano anterior. No 1T22, a geração de caixa ajustada, desconsiderando efeitos extraordinários, totalizou -R\$ 1,8 bilhão, devido a sazonalidade normal do período.

indisponibilidade do ambiente de eCommerce

Conforme informado nos comunicados ao mercado que divulgamos, fomos vítimas de incidente de segurança, entre os dias 19 e 20 de fevereiro, e nossos ambientes de e-commerce precisaram ficar fora do ar para garantir a segurança de nossos clientes, fornecedores e parceiros. Durante este período, as lojas físicas permaneceram em funcionamento, assim como a operação de logística, que seguiu realizando as entregas dos pedidos feitos antes do ocorrido.

Para somar forças ao nosso time interno e às empresas parceiras de segurança, na resolução e investigação deste incidente, acionamos especialistas mundialmente reconhecidos e com experiência em situações como essa.

No dia 23/02, começamos a restabelecer gradualmente nossos ambientes de e-commerce, sempre observando os devidos protocolos de segurança, e, no dia 24/02, retornamos com todos os nossos canais de atendimento e ampliamos horários e benefícios para os clientes. Não há evidências de outros danos, além do fato de termos ficado com nossas operações de e-commerce suspensas.

Após o incidente de segurança, que impactou o GMV na segunda quinzena de fevereiro, vimos o ritmo de vendas ser retomado nas semanas seguintes. Nossos clientes seguiram comprando conosco. Dessa forma, o GMV do eCommerce cresceu 20% no 1T22, mesmo diante de uma base desafiadora (+89% no 1T21). Desconsiderando os efeitos do período de indisponibilidade do eCommerce, estimamos que o crescimento teria sido de 30%.



estratégia

O modelo estratégico da Americanas S.A. têm como foco oferecer jornadas de consumo cada vez mais customizadas e com mais conveniência a todos os perfis de clientes. Ativos únicos, construídos a partir de uma trajetória de mais de 90 anos, impulsionam e fortalecem sua estratégia de crescimento. São eles a base de 52 milhões de clientes ativos, as plataformas de negócios e seus mais de 40 mil associados com forte cultura de dono. Graças aos ativos únicos, foram construídos diferenciais competitivos como: amplo sortimento com foco em itens de recorrência e conveniência, capilaridade nacional multicanal e baixo custo de aquisição de clientes (CAC).

Nosso modelo busca crescimento com rentabilidade. Com nossos ativos únicos e diferenciais competitivos, conseguiremos acelerar o nosso sonho de crescimento orgânico, conduzido pelo desenvolvimento e evolução das nossas plataformas. Para tal, temos metas bem definidas:

Digital

- Ganhar *market share* com aceleração do 3P.
- Atingir o melhor NPS do *eCommerce*.
- Seguir gerando caixa.

Física

- Crescer SSS acima da inflação e com rentabilidade.
- Expandir a área de vendas com diferentes tipos de lojas.
- Aprimorar a experiência com novas tecnologias e novos layouts.

Fulfillment

- Expandir *Ultra Fast Delivery* (entrega em minutos).
- Acelerar as *dark stores* em todas as regiões do país.
- Ampliar o corredor aéreo, reduzindo o tempo de entrega do *Cross Border*.

Fintech

- Democratizar o acesso ao sistema financeiro.
- Desenvolver o *Credit as a Service*: soluções financeiras PJ e PF.
- Implementar o programa de fidelidade.

Publicidade (Ads)

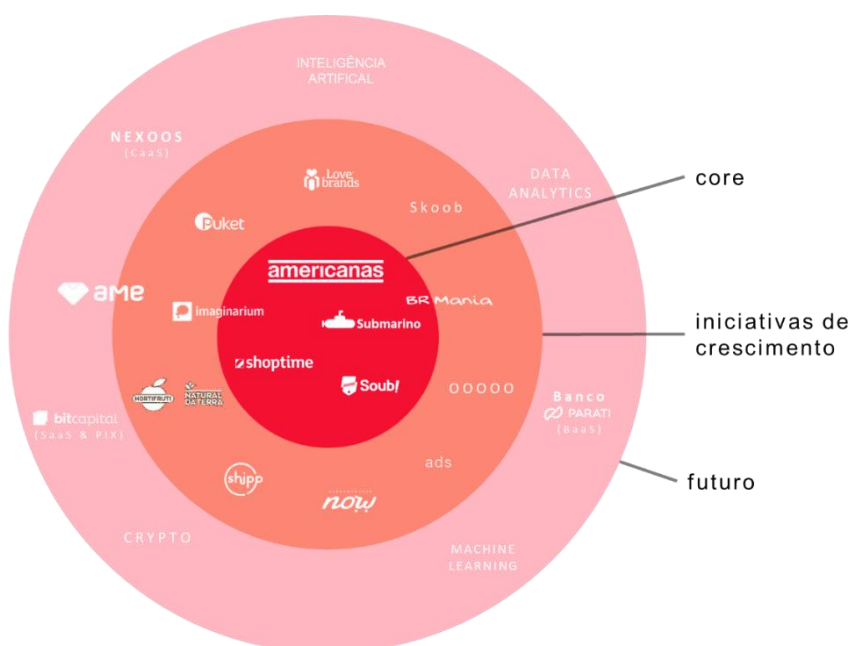
- Evoluir em modelos de Inteligência Artificial para efetividade de publicidade (ads).
- Desenvolver novas soluções para os *sellers*.
- Criar ofertas integradas multiplataforma.

Motor de Inovação (IF)

- Conduzir a entrada em novas verticais e negócios (Motor de M&A).
- Incubar, investir e acelerar novos negócios (*Venture Capital*).
- Promover o uso de novas tecnologias em todas as plataformas.

O modelo estratégico da Americanas S.A. tem como elemento central os três horizontes de crescimento, que possuem papéis específicos e juntos se potencializam.

- **Core (H1)** - O primeiro horizonte é a nossa multiplataforma de commerce que deu origem a Americanas S.A. Com uma estrutura de capital e corporativa adequadas para se tornar o player mais competitivo do mercado, capturando sinergias entre nossos ativos únicos e buscando a melhor combinação de crescimento, rentabilidade e geração de caixa.
- **Iniciativas de Crescimento (H2)** - O segundo horizonte tem o objetivo de acelerar novos negócios, marcas e categorias com grande potencial de digitalização, tendências de crescimento secular, grandes mercados endereçáveis e modelos de negócio de alta qualidade que buscamos acelerar com nossos ativos únicos.
- **Futuro (H3)** – O terceiro horizonte, liderado pela IF, é a nossa plataforma de inovação, com o objetivo de estimular o uso de novas tecnologias em todas as plataformas e desenvolver negócios disruptivos.



motor de M&A

Nossa estratégia de crescimento também contempla o crescimento inorgânico, a partir de aquisições estratégicas para expandir negócios e marcas.

Buscamos novos negócios que complementem a jornada de consumo dos clientes e que possam ser alavancados pelos nossos ativos únicos. Buscamos empresas que tenham alto potencial de digitalização, que estejam presentes em mercados relevantes, que sejam bons modelos de negócio e que tenham um time talentoso. Buscamos *enablers* que reforcem nossa infraestrutura e aumentem

a capacidade das plataformas. E buscamos também novas tecnologias, modelos de negócio que sejam inovadores e pessoas que tenham habilidades que complementem o nosso time.

Com o objetivo de preservar a essência dos negócios adquiridos por nosso motor de M&A, a integração das companhias é baseada em três pilares:

- **Governança:** garantir a autonomia e proteger a essência do negócio, enquanto aproximamos os executivos da liderança da Americanas.
- **Business Plan:** desenvolvimento do plano de negócios com os líderes dos negócios, garantindo sonhos grandes e inspiradores, assim como objetivos de longo prazo.
- **Plano de Criação de Valor:** Elaboração do plano de criação de valor com os líderes dos negócios, endereçando como as plataformas da Americanas podem contribuir para alavancar o crescimento saudável.

Nos últimos quinze anos, a Companhia fez 29 movimentos de M&A, incluindo 10 novos negócios em 2020/2021, que contribuíram para acelerar o crescimento dos nossos negócios, trazendo conhecimento, talentos, inovação, novas verticais e soluções tecnológicas, que ampliaram a jornada do consumidor e a potência de todas as plataformas.

▪ Shoptime 2005 e-commerce	▪ Direct 2014 delivery	▪ Shopgram 2015 tech	▪ Shipp 2021 delivery
▪ Submarino 2006 e-commerce	▪ E-smart 2015 tech	▪ Vialog 2016 delivery	▪ Uni.co 2021 franquia
▪ Blockbuster 2007 varejo	▪ Skyhub 2015 tech	▪ Boolabs 2016 tech	▪ Nexoos 2021 fintech
▪ Uniconsult 2013 tech	▪ Site Blindado 2015 tech	▪ Pedala 2019 delivery	▪ OOOOO (JV) 2021 live commerce
▪ Click-Rodo 2013 delivery	▪ Infoprice 2015 tech	▪ Courri 2019 delivery	▪ Hortifruti 2021 mercado
▪ Tarkena 2013 tech	▪ Sieve 2015 tech	▪ Supermercado Now 2020 mercado	▪ Skoob 2021 conteúdo
▪ Ideais 2013 tech	▪ Admatic 2015 ads	▪ Bit Capital 2020 fintech	▪ BR Mania (JV) 2021 franquia
		▪ Parati 2020 fintech	



Em 30 de dezembro de 2021, foi aprovada a parceria com a Vibra, através da constituição da sociedade Vem Conveniência S.A., cujo capital é detido pela Americanas e pela Vibra, ambas com participações de 50%. Em 1º de fevereiro foram iniciadas as operações, com 1.257 lojas de pequeno varejo, sendo 55 lojas com operação própria, que utilizarão a marca Local, e 1.202 lojas em postos de combustíveis, operadas por franqueados, as quais continuarão a utilizar a marca BR Mania.

A Parceria visa oferecer uma nova proposta de valor a consumidores, franqueados, revendedores e atendentes de lojas, contando com o somatório de forças da Vibra e da Americanas, que compreende ampla experiência de varejo no mercado brasileiro, uma rede de pontos de venda com capilaridade nacional, escala e estrutura de suprimentos e logística, tecnologia e atuação no varejo digital, além de marcas reconhecidas, e representa um importante passo para a expansão no mercado de lojas de pequeno varejo no Brasil.

ame digital

AME, plataforma financeira da Americanas S.A., surgiu com o propósito de democratizar o acesso a serviços financeiros e com o objetivo de monetizar o ecossistema, de forma a ter uma participação substancial nos resultados da Americanas S.A.



AME foi criada em meados de 2018 como a carteira digital do nosso ecossistema e, no ano seguinte, o plano do *super-app* era de expandir a aceitação dentro do *On-us*, nas lojas e sites, como meio de pagamento. Em 2020, iniciamos a expansão da aceitação no *Off-us*, em estabelecimentos fora do ecossistema, por meio de parcerias estratégicas em segmentos de elevada frequência.

Em 2021 seguimos desenvolvendo a nossa plataforma financeira, incluindo importantes aquisições: Parati (*Bank as a Service* e *Regtech*), Bit Capital (*Software as a Service* e PIX) e Nexoos (*Credit as a Service* e empréstimos P2P).

Dessa forma, estamos ampliando o nosso alcance, com a oferta de serviços financeiros para clientes, *sellers*, *merchants*, fornecedores e franqueados.

A Ame baseia-se em três pilares: engajamento, plataforma e crédito:

- **Engajamento:** programa de *Loyalty*, carteira digital e *marketplace* de produtos e serviços financeiros e não financeiros (*super-app*)
- **Plataforma:** plataformas de serviço para oferta de varejo: BaaS (*Bank as a Service*), CaaS (*Credit as a Service*) e SaaS (*Software as a Service*)
- **Crédito:** serviços financeiros para fornecedores (1P), *sellers*, *merchants*, franqueados e clientes.

AME já tem mostrado resultados consistentes, com mais de 32,5 milhões downloads, 12 milhões de usuários ativos mensais (MAU), 3,6 milhões de *merchants* e 89 *features*. Nos últimos 12 meses, a Ame atingiu um TPV de R\$ 28 bilhões, representando um crescimento de quase 2 vezes em relação ao mesmo período do ano anterior. Os clientes Ame são 3,1x mais frequentes e têm um *spending* 3,0x maior do que os demais clientes.

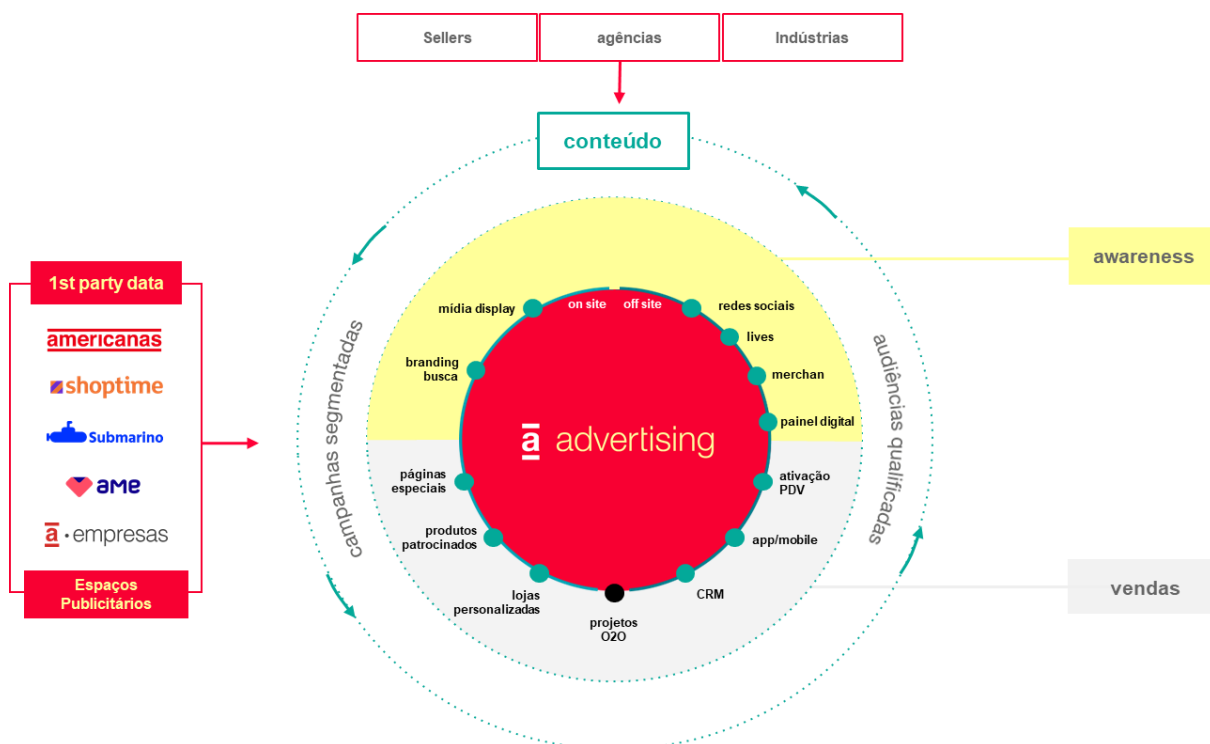
AME segue avançando em suas frentes de monetização, em linha com a trajetória para atingir o EBITDA anual positivo em 2022.

americanas advertising

Americanas Advertising é o hub *omnichannel* de publicidade da Americanas, que oferece um portfólio de soluções de mídia, tecnologia e conteúdo, com recursos de publicidade totalmente integrados entre o digital e o físico, permitindo que nossos parceiros se conectem com os clientes em diversos momentos da sua jornada de compra. Em 2021, o tráfego nas nossas plataformas de venda (apps, sites e lojas) ultrapassou a marca de 4 bilhões, fazendo do Americanas Advertising um dos principais canais de publicidade do Brasil.

Atualmente, a Americanas Advertising conta com mais de 20 soluções de publicidade com o objetivo de potencializar e acelerar negócios de diferentes tamanhos e segmentos, construindo estratégias de comunicação baseadas em insights comportamentais para melhorar a performance de vendas e a lembrança de marca. As soluções atendem diferentes perfis de anunciantes, incluindo sellers do Americanas Marketplace, fornecedores, parceiros de negócios, entre outros.

Entre os destaques do 1T22, seguimos otimizando o algoritmo investindo em vitrines por contexto e comportamento. Além disso, ampliamos nossas soluções de MOOH (Mídia *out-of-home*), chegando em 12 lojas nesta primeira fase do projeto com presença de soluções de painéis digitais em suas vitrines. A plataforma de vitrines patrocinadas apresentou um crescimento de 114% de receita oriunda do investimento dos vendedores, além de 66% de crescimento de GMV transacionados por esta solução. Em displays e projetos especiais apresentamos um crescimento em receita de 78%.



combinação dos negócios

A jornada de maximização de valor da Americanas S.A. teve início com a combinação operacional dos negócios de Lojas Americanas e B2W, aprovada em junho de 2021, com o foco na otimização da experiência do cliente. No processo de combinação operacional, priorizamos algumas frentes de atuação destacadas abaixo e estimamos sinergias operacionais e financeiras que totalizam R\$ 2,3 bilhões até 2024 e um VPL de R\$ 1,6 bilhão, já descontados os custos da reorganização.

COMBINAÇÃO OPERACIONAL DOS NEGÓCIOS

REALIZADAS

Unificação das bases de dados para alavancar CRM e ativação dos clientes

Unificação dos estoques, otimizando a gestão do sortimento, melhorando o nível de serviço e a disponibilidade de itens

Integração do centro de serviços compartilhados (CSC): back office único, com otimização de custos e simplificação de processos

Integração dos centros de distribuição em uma única malha

Otimização financeira: redução das antecipações de cartão de crédito e do endividamento bruto

EM ANDAMENTO

Download dos apps da americanas e da Ame nas lojas (pescar no aquário, com menor CAC)

Alocar estoques nas lojas e CDs, acelerando o crescimento do O2O, entregando mais rápido (em horas) e mais barato

Otimização da estrutura e operação para promover mais agilidade e eficiência

Otimização da utilização dos créditos tributários

Aumento da abrangência dos modelos de pricing dinâmico (regionalização, clusterização por local, canal e nível de concorrência)

Otimização dos investimentos em marketing por meio de uma abordagem única, aprimorando o relacionamento com o cliente

Maior conhecimento do cliente e seus hábitos de consumo (data lake único, com visão integrada de todas as interações)

Plano de sortimento: definição da alocação e do canal de venda

Monetização do ecossistema americanas, ampliando a oferta de produtos e serviços financeiros por meio da Ame

Plataformas de tecnologia: combinação dos sistemas e unificação da infraestrutura (baseada em cloud computing e big data)

Dark stores: unidades avançadas de estocagem e distribuição de produtos a partir das lojas, oferecendo entregas mais rápidas

Transformação da experiência nas lojas, refletindo os novos comportamentos do cliente (layout, sortimento, tecnologia embarcada)

Polos tecnológicos em parceria com universidades locais para atrair, recrutar e desenvolver talentos em diversas cidades

nosso compromisso ESG

A Americanas S.A. tem o propósito de somar o que o mundo tem de bom para melhorar a vida das pessoas e, para isso, reconhece a importância de sua participação na construção de um mundo mais inclusivo e mais sustentável. Alinhada com a Agenda 2030 das Nações Unidas, tem trabalhado em cinco ODS prioritários, tendo alcançado conquistas importantes. 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.

Em linha com o ODS 13 - Ação Contra a Mudança Global do Clima e o Acordo de Paris, assinamos o Compromisso Business Ambition for 1.5°, demonstrando nosso comprometimento em desenvolver uma meta de redução de emissões com base na ciência (SBTi) e um plano para o alcance do Net Zero. Também fomos listados no Índice CDP de Resiliência Climática (ICDPR-70), que destaca empresas pelo elevado nível de conscientização sobre as questões climáticas e integração de medidas efetivas na redução de suas pegadas de carbono.

Dando sequência a sua agenda social, a Americanas, em parceria com a União BR - organização de voluntários que atua no apoio a comunidades vulneráveis pelo país - e o G10 Favelas, auxiliou no suporte logístico para transporte de 95 toneladas de alimentos e água doados para cidades do Sul da Bahia, afetadas pelas fortes chuvas, que deixaram muitas famílias desabrigadas. Também em parceria com a União BR, doamos mais de 50 mil itens de marcas próprias para as famílias afetadas pelas chuvas em Petrópolis, incluindo roupas, sapatos, utensílios domésticos, cobertores e máscaras de proteção facial. Além disso, em parceria com o G10 Favelas, doamos mais de 25 mil livros de diversos temas para bibliotecas e centros comunitários e culturais em comunidades de 15 favelas no Rio de Janeiro, São Paulo e Pernambuco, beneficiando mais de 1,5 milhão de pessoas.

Como consequência dessas nossas ações, estamos entre as 10 varejistas líderes em sustentabilidade no mundo, de acordo com o The Sustainability Yearbook 2022 e recebemos o destaque de "Industry Mover", por termos apresentado a maior evolução no setor. Fomos novamente selecionados para a carteira do ICO2 (Índice Carbono Eficiente) da B3, do qual participamos desde seu início em 2010, afirmando nosso comprometimento com a transparência de nossas emissões.

No primeiro trimestre de 2022, a companhia figurou em 1º lugar do Varejo e em 3º lugar geral do Ranking de Confiança e Admiração da consultoria Caliber.

destaques financeiros¹

DESTAQUES FINANCEIROS (R\$ MM)	1T22	1T21	Delta
GMV Total	14.202	11.670	+21,7%
GMV Parceiros	6.197	5.300	+16,9%
Receita Bruta	8.004	6.370	+25,7%
Físico	3.205	2.510	+27,7%
Digital	4.799	3.860	+24,3%
Receita Líquida	6.765	5.269	+28,4%
Lucro Bruto	2.064	1.588	+30,0%
<i>Margem Bruta (%RL)</i>	<i>30,5%</i>	<i>30,1%</i>	<i>+0,4 p.p.</i>
EBITDA Ajustado	660	418	+57,9%
<i>Margem EBITDA Aj. (%RL)</i>	<i>9,8%</i>	<i>7,9%</i>	<i>+1,9 p.p.</i>
Resultado Líquido	-137	-224	+38,8%
<i>Margem Líquida (%RL)</i>	<i>-2,0%</i>	<i>-4,3%</i>	<i>+2,3 p.p.</i>

¹ Resultado pró-forma, considerando a combinação de negócios desde 01 de janeiro de 2021 e resultados comparáveis.

GMV

No 1T22, o GMV Total da Americanas foi de R\$ 14,2 bilhões, um crescimento de 21,7% vs 1T21. O GMV Total é composto por:

- GMV Parceiros: R\$ 6,2 bilhões, um crescimento de 16,9% vs. 1T21.
- Receita Bruta Digital: R\$ 4,8 bilhões, um crescimento de 24,3% vs. 1T21.
- Receita Bruta Física: R\$ 3,2 bilhões, um crescimento de 27,7% vs. 1T21.

O GMV Digital (GMV Parceiros + Receita Bruta Digital) atingiu R\$ 11,0 bilhões no trimestre, um crescimento de 20,1% no 1T22.

Na plataforma física, o crescimento no conceito “mesmas lojas” foi de 10,3% no quadrimestre (4M22), como forma de eliminar o descasamento da páscoa (efeito páscoa).

lucro bruto

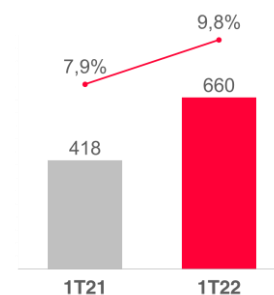
No 1T22, o lucro bruto atingiu R\$ 2,1 bilhões, avançando 30,0% vs 1T21. A margem bruta atingiu 30,5% da receita líquida.

despesas com vendas, gerais e administrativas

O aumento das despesas com vendas, na visão 1T22 vs.1T21, reflete, majoritariamente, a consolidação das empresas adquiridas entre os períodos.

EBITDA ajustado

No 1T22, o EBITDA Ajustado atingiu R\$ 659,7 milhões, maior EBITDA da história para o período, avançando 57,9% vs. 1T21. Apesar do impacto negativo da inflação nas despesas, os ganhos com as sinergias da combinação de negócios, a monetização da Ame e as iniciativas de crescimento sustentável geraram uma evolução de 1,9 p.p na margem EBITDA vs 1T21, totalizando 9,8%.



resultado financeiro líquido

No 1T22, o resultado financeiro líquido atingiu -R\$ 462,8 milhões, crescimento de 82,3% em relação ao 1T21. O resultado reflete basicamente os efeitos da elevação da taxa básica de juros.

resultado líquido

No 1T22, o resultado líquido atingiu -R\$ 137,3 milhões, evolução de 38,8% em relação ao 1T21. Desconsiderando os efeitos não recorrentes do ágio da Local, no valor de R\$ 100,9 milhões, o resultado líquido seria de -R\$ 238,2 milhões.

gestão de caixa

CAPEX: A Companhia utiliza sua geração de caixa priorizando investimentos que apresentem os melhores retornos. O CAPEX foi de R\$ 448,7 milhões no 1T22.

Geração de caixa: Para neutralizar o efeito da sazonalidade, a geração de caixa ajustada, quando analisada nos últimos seis meses (4T21+1T22), foi positiva em R\$ 119 milhões, uma evolução de R\$ 481 milhões versus o consumo de R\$ 362 milhões no mesmo período do ano anterior. No 1T22, a geração de caixa ajustada, desconsiderando efeitos extraordinários, totalizou -R\$ 1.766,4 milhões, devido a sazonalidade normal do período.

Como forma de capturar todos os efeitos, a geração de caixa é medida pela variação da dívida líquida em relação ao trimestre anterior, sempre desconsiderando efeitos extraordinários, como recursos de operações de aumento de capital, M&A, recompra de ações, entre outros.

No quadro abaixo apresentamos a reconciliação da geração de caixa dos últimos 6 meses (4T21 + 1T22) e do ano anterior (4T20 + 1T21).

Geração (Consumo) de Caixa (R\$ MM)	4T21+1T22	4T20+1T21
Geração (Consumo) de Caixa - 6 Meses	-4.595	-129
Efeitos Extraordinários	-4.714	233
M&A	-2.611	-58
Recompra de Ações	-592	-
Antecipação Fornecedores	-789	-
Incidente de Segurança (perda de venda)	-923	-
Sazonalidade Páscoa	201	291
Geração (Consumo) de Caixa Ajustado - 6 Meses	119	-362
Delta	+481	

endividamento¹

Em 31 de março, a Americanas apresentava uma posição de dívida líquida de R\$ 1,6 bilhão.

	Consolidado	
	31/03/2022	31/03/2021
Endividamento Consolidado - R\$ MM		
Empréstimos e Financiamentos de Curto Prazo	1.047,1	2.112,8
Debêntures de Curto Prazo	187,8	64,3
Endividamento de Curto Prazo	1.234,9	2.177,1
Empréstimos e Financiamentos de Longo Prazo	10.863,5	9.902,0
Debêntures de Longo Prazo	2.035,9	4.023,4
Cash Flow Hedge Account ²	(935,0)	(591,8)
Endividamento de Longo Prazo	11.964,4	13.333,7
Endividamento Bruto (1)	13.199,3	15.510,8
Disponibilidades	6.029,9	17.276,2
Contas a Receber de Cartão de Crédito Líquido de Antecipação	5.601,0	3.035,2
Disponibilidades Totais (2)	11.630,9	20.311,4
Caixa (Dívida) Líquida (2) - (1)	(1.568,3)	4.800,6
Prazo Médio de Vencimento da Dívida (dias)	1.940	1.965

contas a receber

	Consolidado	
	31/03/2022	31/03/2021
Conciliação Contas a Receber Consolidado - R\$ MM		
Recebíveis de Cartões de Crédito Bruto	11.061,8	8.945,7
Desconto de Recebíveis	(5.460,7)	(5.910,5)
Contas a Receber de Cartão de Crédito Líquido de Antecipação	5.601,0	3.035,2

¹Para fins de comparabilidade, foi apresentado o endividamento de Lojas Americanas consolidado em dezembro de 2020.

²A Companhia optou por adotar a metodologia Cash Flow Hedge Account na 5ª emissão de debênture (emissão dos bonds) e na 16ª emissão de debênture (emissão dos bonds). Pelos princípios contábeis desta metodologia, o objeto do hedge é marcado a mercado no endividamento por custo amortizado, com contrapartida no Patrimônio Líquido. Para melhor comparabilidade entre os períodos, a dívida líquida ajustada deve ser considerada excluindo esse efeito.

demonstração de resultado

As informações contábeis que servem de base aos comentários deste relatório 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\$). A demonstração de resultado apresentada a seguir é pró-forma, considerando a combinação de negócios desde 01 de janeiro de 2021 para os resultados de 2021. O resultado do 1T21 foi ajustado para fins de comparabilidade entre os períodos.

Americanas S.A. Demonstração de Resultados (em milhões de reais)	Consolidado Trimestres findos em 31 de Março		
	1T22	1T21	Varição
Vendas Totais	14.201,9	11.670,0	21,7%
Receita Bruta de Vendas e Serviços	8.004,5	6.370,4	25,7%
Impostos sobre vendas e serviços	(1.239,3)	(1.101,7)	12,5%
Receita Líquida de Vendas e Serviços	6.765,2	5.268,7	28,4%
Custo das mercadorias vendidas e serviços prestados	(4.701,3)	(3.680,9)	27,7%
Lucro Bruto	2.063,9	1.587,8	30,0%
<i>Margem Bruta (% RL)</i>	30,5%	30,1%	0,4 p.p.
Despesas Operacionais	(1.899,9)	(1.624,5)	17,0%
Com vendas	(1.313,3)	(1.092,7)	20,2%
Gerais e administrativas	(90,9)	(77,2)	17,7%
Depreciação e amortização	(495,7)	(454,7)	9,0%
Resultado Operacional antes do Resultado Financeiro	164,0	(36,8)	545,7%
Resultado Financeiro Líquido	(462,8)	(253,9)	82,3%
Equivalência patrimonial	1,4	-	-
Outras receitas (despesas) operacionais	117,5	(34,0)	-
Imposto de renda e contribuição social	42,5	100,4	-57,7%
Resultado Líquido	(137,3)	(224,3)	38,8%
<i>Margem Líquida (% RL)</i>	-2,0%	-4,3%	2,3 p.p.
EBITDA Ajustado	659,8	417,9	57,9%
<i>Margem EBITDA Ajustada (% RL)</i>	9,8%	7,9%	1,9 p.p.

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

demonstração de resultado – conciliação

Americanas S.A. Demonstração de Resultados (em milhões de reais)	Consolidado Trimestres findos em 31 de Março		
	<u>1T22</u>	<u>Efeitos não recorrentes</u>	<u>1T22 Ajustado</u>
Vendas Totais	14.201,9	-	14.201,9
Receita Bruta de Vendas e Serviços	8.004,5	-	8.004,5
Impostos sobre vendas e serviços	(1.239,3)	-	(1.239,3)
Receita Líquida de Vendas e Serviços	6.765,2	-	6.765,2
Custo das mercadorias vendidas e serviços prestados	(4.701,3)	-	(4.701,3)
Lucro Bruto	2.063,9	-	2.063,9
<i>Margem Bruta (% RL)</i>	30,5%		30,5%
Despesas Operacionais	(1.899,9)	-	(1.899,9)
Com vendas	(1.313,3)	-	(1.313,3)
Gerais e administrativas	(90,9)	-	(90,9)
Depreciação e amortização	(495,7)	-	(495,7)
Resultado Operacional antes do Resultado Financeiro	164,0	-	164,0
Resultado Financeiro Líquido	(462,8)	-	(462,8)
Equivalência patrimonial	1,4	-	1,4
Outras receitas (despesas) operacionais	117,5	153,0	(35,5)
Imposto de renda e contribuição social	42,5	(52,1)	94,6
Resultado Líquido	(137,3)	100,9	(238,2)
<i>Margem Líquida (% RL)</i>	-2,0%		-3,5%
EBITDA Ajustado	659,8	-	659,7
<i>Margem EBITDA Ajustada (% RL)</i>	9,8%		9,8%

balanço patrimonial

Americanas S.A.		
Balancos Patrimoniais		
	<u>31/03/2022</u>	<u>31/12/2021</u>
(em milhões de reais)		
ATIVO		
CIRCULANTE		
Caixa e equivalentes de caixa	1.859,0	2.706,9
Títulos e valores mobiliários	4.051,3	4.224,2
Contas a receber de clientes	5.853,8	7.021,6
Estoques	5.887,0	5.228,0
Impostos a recuperar	1.629,2	1.458,8
Outros ativos circulantes	1.120,9	1.273,4
Total do Ativo Circulante	20.401,3	21.912,9
NÃO CIRCULANTE		
Títulos e valores mobiliários	119,6	73,3
Imposto de renda e contribuição social diferidos	2.261,9	2.008,7
Impostos a recuperar	3.835,4	3.811,5
Investimentos	531,0	8,6
Imobilizado	4.430,9	4.473,1
Intangível	8.592,7	8.369,9
Ativo de direito de uso	3.121,6	3.352,1
Outros créditos a receber	523,6	508,8
Total do Ativo Não Circulante	23.416,6	22.605,9
TOTAL DO ATIVO	43.817,9	44.518,8
PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
CIRCULANTE		
Fornecedores	7.386,9	8.646,4
Arrendamento	714,2	766,9
Empréstimos e financiamentos	1.047,1	946,2
Contas a pagar - partes relacionadas	9,7	11,7
Debêntures	187,8	106,8
Salários, provisões e contribuições sociais	314,5	308,2
Tributos a recolher	217,1	223,2
Imposto de renda e contribuição social	25,3	7,8
Outras obrigações	1.711,9	2.319,8
Total do Passivo Circulante	11.614,5	13.336,9
PASSIVO NÃO CIRCULANTE		
Exigível a longo prazo:		
Arrendamento	2.646,3	2.818,4
Empréstimos e financiamentos	10.863,5	9.245,9
Debêntures	2.035,9	2.042,0
Outras obrigações	1.330,4	1.164,7
Total do Passivo Não Circulante	16.876,1	15.271,0
PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
Capital social	15.358,3	14.882,6
Reservas de capital	286,3	262,5
Outros resultados abrangentes	(593,7)	(219,4)
Reserva de lucros	625,1	1.212,9
Lucros (prejuízos) acumulados	(137,3)	-
(-) Ações em tesouraria	(211,3)	(227,6)
Total do Patrimônio Líquido	15.327,3	15.911,0
TOTAL DO PASSIVO E DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO	43.817,9	44.518,8

fluxo de caixa

Americanas S.A. Demonstração dos Fluxos de Caixa (em milhões de reais)	CONSOLIDADO		
Atividades Operacionais	<u>31/03/2022</u>	<u>31/03/2021</u>	<u>Variação</u>
Resultado Líquido do Período	(137,3)	(163,6)	26,3
Ajustes ao Resultado Líquido:			
Depreciações e amortizações	497,7	157,5	340,2
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(42,6)	(49,4)	6,8
Juros, variações monetárias e cambiais	419,8	79,1	340,7
Equivalência patrimonial	(1,4)	51,4	(52,8)
Ajuste ao valor Justo - Combinação de negócios	(169,6)	-	(169,6)
Outros	12,3	13,1	(0,8)
Resultado Líquido Ajustado	579,1	88,1	491,0
Variações de Capital de Giro:			
Contas a receber	1.483,6	48,6	1.435,0
Estoques	(627,8)	(317,6)	(310,2)
Fornecedores	(1.263,1)	(112,6)	(1.150,5)
Variações em Capital de Giro:	(407,3)	(381,6)	(25,7)
Variações em Ativos:			
Despesas antecipadas	(9,8)	(1,4)	(8,4)
Depósitos judiciais	(14,6)	(20,7)	6,1
Impostos a recuperar	(189,3)	(130,4)	(58,9)
Demais contas a receber (circulante e não circulante)	151,4	(26,3)	177,7
Variações em Ativos:	(76,0)	(189,3)	113,3
Variações em Passivos:			
Salários e encargos sociais	5,8	8,1	(2,3)
Tributos a recolher (circulante e não circulante)	(53,6)	(1,7)	(51,9)
Pagamento de contingências	(13,7)	(10,5)	(3,2)
Outras obrigações (circulante e não circulante)	(181,5)	(11,3)	(170,2)
Contas a receber/pagar empresas ligadas	(291,4)	16,2	(307,6)
Variações em Passivos:	(534,4)	0,8	(535,2)
Liquidação de juros sobre empréstimos e debêntures	(60,4)	(52,8)	(7,6)
Liquidação de juros sobre arrendamentos	(73,6)	(4,9)	(68,7)
Imposto de Renda e Contribuição Social Pagos	(3,4)	(1,2)	(2,2)
Fluxo de Caixa de Atividades Operacionais	(562,3)	(530,3)	(32,0)
Atividades de Investimento			
Títulos e valores mobiliários	126,7	1.396,7	(1.270,0)
Imobilizado	(134,7)	(18,3)	(116,4)
Intangível	(365,2)	(147,1)	(218,1)
Aumento de capital em controladas e coligada	-	(105,6)	105,6
Valor pago pelas aquisições de controladas	(71,2)	(1,7)	(69,5)
Fluxo de Caixa de Atividades de Investimento	(444,4)	1.124,0	(1.568,4)
Atividades de Financiamento			
Captações	1.149,3	-	1.149,3
Liquidações de debêntures e empréstimos e financiamentos	(233,1)	(2.875,5)	2.642,4
Pagamentos de passivo de arrendamento	(185,2)	(23,2)	(162,0)
Aumento de capital em dinheiro	300,6	1,6	299,0
Dividendos e participações pagos	(301,1)	-	(301,1)
Ações em tesouraria	(571,6)	-	(571,6)
Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamento	158,8	(2.897,1)	3.055,9
Variação do caixa e equivalentes de caixa	(847,9)	(2.303,3)	1.455,4
Saldo inicial de caixa e equivalentes de caixa	2.706,9	6.634,3	(3.927,4)
Saldo final de caixa e equivalentes de caixa	1.859,0	4.331,0	(2.472,0)

sobre Americanas

A Americanas combina plataformas digital, física, fulfillment, fintech, ads e o motor de inovação, possuindo ativos únicos que impulsionam o seu crescimento com rentabilidade. São eles, 52 milhões de clientes ativos, as plataformas de negócios e mais de 40 mil associados com forte cultura de dono. Graças aos ativos únicos, foram construídos diferenciais competitivos como: amplo sortimento, capilaridade nacional e baixo custo de aquisição de clientes (CAC).

Americanas S.A. é listada na B3 S.A. (B3: AMER3) no segmento Novo Mercado, que possui o mais elevado padrão de governança corporativa.

expansão de lojas

FORMATO	1T22		4T21		1T21	
	# de lojas	Área (mil m ²)	# de lojas	Área (mil m ²)	# de lojas	Área (mil m ²)
Tradicionalis	1.015	996	1.012	994	947	962
Express	786	283	788	283	703	254
Digitais	2	0	2	0	2	0
Ame Go	3	0	3	0	2	0
Hortifruti Natural da Terra	79	40	79	40	0	0
Uni.co (franquias)	439	20	442	22	0	0
Vem Conveniência	1.257	88	-	-	-	-
<i>Local</i>	55	4	53	4	53	4
<i>BR Mania (franquias)</i>	1.202	84	-	-	-	-
TOTAL	3.581	1.427	2.326	1.339	1.654	1.216

glossário

GMV Total

Venda de mercadorias próprias, venda de parceiros e outras receitas, após devoluções e incluindo impostos.

GMV Digital

Venda digital de mercadorias próprias, venda de parceiros e outras receitas, após devoluções e incluindo impostos.

GMV Parceiros

Venda de parceiros das nossas plataformas.

EBITDA Ajustado (LAJIDA)

Lucro operacional antes de juros, impostos, depreciação e amortização e excluindo outras receitas/despesas operacionais e equivalência patrimonial.

Caixa (Dívida) Líquido

Calculado como a soma das disponibilidades e contas a receber de cartão de crédito líquido de antecipação, menos a soma do endividamento de curto prazo e longo prazo.

agenda de divulgação

O conference call de resultados do 1T22 será no dia 13 de maio, às 12h00. O acesso ao call em português será através dos telefones +55 11 4210-1803 ou +55 11 3181-8565 (código: americanas), com tradução simultânea para inglês através dos números +55 11 4210-1803 ou +1 412 717-9627.

O webcast com tradução simultânea estará disponível em ri.americanas.com e o replay do conference call estará disponível no site por uma semana.