

AMERICANAS S.A.

Rua Sacadura Cabral, 102 - Rio de Janeiro - RJ
C.N.P.J. 00.776.574/0006-60

RELATÓRIO DA ADMINISTRAÇÃO 2021

2021 um ano histórico. 1. Perfil Organizacional. Americanas S.A. nasceu com o propósito de somar o que o mundo tem de bom para melhorar a vida das pessoas. Somos uma plataforma de inovação tecnológica capaz de entregar uma experiência de consumo omnichannel cada dia mais fluida e surpreendente, com infinitas possibilidades, que acelera o crescimento e nos torna mais ágeis. A Americanas possui ativos únicos, construídos a partir de uma trajetória de mais de 90 anos, que impulsionam e fortalecem sua estratégia de crescimento. São eles a base de 51 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). Americanas S.A. é listada na B3 S.A. (B3: AMER3) no segmento Novo Mercado, que possui o mais elevado padrão de governança corporativa. **2. Mensagem da Administração. 2021: um ano histórico para a Americanas S.A.** 2021 foi um ano histórico para a trajetória de mais de 90 anos da Americanas. Alcançamos grandes conquistas, anunciamos aquisições que nos colocam em outro patamar, vimos negócios criados internamente, como a AME, atingirem maturidade e gerarem resultados surpreendentes. Um ano histórico que termina, um novo capítulo que se inicia, com a combinação dos ativos e das bases acionárias de Lojas Americanas e B2W, criando uma só companhia para clientes e investidores, a Americanas S.A. O quarto trimestre de 2021 marcou o início da colheita dos benefícios da combinação dos dois negócios e os resultados já sinalizam que teremos ainda mais ganhos pela frente. Somamos agora 51 milhões de clientes ativos - número que indica que nossa marca faz parte hoje da vida de todas as famílias brasileiras. Fechamos dezembro do ano passado com o triplo de clientes comprando nas lojas físicas e também na virtual, quando comparado com dezembro de 2019. Com a combinação das operações, não há mais barreiras que impeçam a migração de uma plataforma para a outra e, no momento em que todo o mercado vê o custo de aquisição de clientes crescer, poder "pescar no próprio aquário" nos diferencia. Hoje, são realizados, por mês, mais de 1 milhão de downloads do app Americanas nas lojas físicas, um reflexo direto da combinação do físico e do digital. Além disso, entre outubro e dezembro do ano passado, meses importantes para o varejo, conseguimos dar um novo impulso ao que chamamos de O2O (*online to offline*), ampliando a entrega ultrarrápida em até 3 horas. A partir de inteligência de dados que nos apoiou nas projeções de demanda, utilizamos lojas do Brasil inteiro para a distribuição de itens que eram encontrados apenas no online (*dark stores*), fazendo com que o cliente pudesse receber sua mercadoria imediatamente após a compra, reduzindo também o custo de frete. Em dezembro de 2021, mais de 2 milhões de pedidos foram entregues em menos de três horas. Com uma companhia mais integrada, fruto da combinação operacional, cumprimos nosso compromisso de acelerar e crescer as vendas totais acima do mercado, mantendo uma saudável rentabilidade e gerando caixa. Conquistar esse feito em um ano com cenário macroeconômico tão desafiador, não é trivial. Em 2021, Americanas S.A. registrou um crescimento de 33% em relação a 2020 e atingiu o maior lucro da história: R\$ 731 milhões. A combinação das operações, que melhorou a experiência do cliente é o principal fator que explica esse desempenho. Mas também creditamos esse resultado a um modelo que seguimos ao longo de toda a nossa história: o amplo sortimento de 137 milhões de itens, com foco em oferecer mais conveniência para os clientes e menos dependência de eletroeletrônicos. Em tempos em que o poder de compra da população está comprometido, essa diversificação nos deixa mais relevantes, porque conseguimos participar de mais momentos de consumo do cliente. O ticket médio é menor, mas a recorrência é maior. Ao longo de décadas, a Americanas mostrou que estar presente na vida do brasileiro desta forma é um diferencial. Recorrência é o nome do jogo. E resiliência é o resultado. E essa estratégia está no centro dos movimentos que fizemos recentemente. Nos últimos dois anos, anunciamos 10 M&As. No quarto trimestre, depois de todas as aprovações regulatórias, começamos efetivamente a integrar as operações da rede de varejo de alimentos Hortifruti Natural da Terra, adquirida em agosto. No dia 30 de dezembro, o CADE também aprovou a criação da VEM Conveniência, *joint venture* com a Vibra (antiga BR Distribuidora), para unir BR Mania, rede de lojas de conveniência franqueadas em postos BR, e rede Local, operada pela Americanas. Com isso, atingimos mais de 3,5 mil lojas - o dobro de dezembro de 2020 - e com potencial para entregar um forte plano de expansão nos próximos anos. Como uma companhia que está sempre perto do cliente, estamos atentos a todas as experiências de consumo e serviços. Assim, seguimos investindo no desenvolvimento da AME, uma plataforma financeira e *super-app*, com 87 funcionalidades, onde é possível efetuar pagamentos, fazer empréstimos e até contratar serviços de profissionais autônomos. Além de ser uma plataforma de engajamento da nossa base de clientes, a AME também fornece soluções de tecnologia para outras empresas e se consolida como uma plataforma completa de crédito, para pessoas físicas e jurídicas. Em 2021 esse case de inovação também alcançou uma performance de excelência: ultrapassamos a marca de 29 milhões de *downloads* e atingimos R\$ 26 bilhões em volume total de pagamentos (TPV). No quarto trimestre, a AME ainda registrou o primeiro *breakeven* mensal, o que só era esperado para 2022. Todos esses resultados estão alinhados ao nosso propósito de somar o que o mundo tem de bom para melhorar a vida das pessoas. Assim, em 2021, aceleramos ainda mais nossa trajetória de atuação com impacto, seguindo os pilares do ESG. Com nosso programa Americanas nas Favelas, levamos entregas e capacitação profissional para moradores de comunidades como Paraisópolis. O Americanas Social trouxe produtos certificados para os sites da companhia e o Americanas +Clima ampliou a utilização da frota ecoeficiente e de energia limpa em nossas lojas. Contribuímos para o desenvolvimento e a ampliação de fábricas de vacinas, doamos mais de R\$ 2 milhões em notebooks para secretarias de educação, levamos livros para comunidades carentes e viabilizamos a entrega de 75 toneladas de alimentos e água doados para regiões atingidas por fortes chuvas. Firmamos parcerias com o projeto MOVER, no combate ao racismo, e com o Unicef para reduzir evasão escolar e gerar empregos, onde, em apenas um ano, contratamos mais de 7 mil jovens em vulnerabilidade através do projeto 1 milhão de oportunidades (1mio). Toda essa atuação gerou reconhecimento: passamos a fazer parte do seletor grupo de companhias brasileiras que compõem o Índice Dow Jones de Sustentabilidade (DJSI) Mundo. Também fomos selecionados para integrar pelo oitavo ano consecutivo a carteira do ISE (Índice de Sustentabilidade Empresarial) da B3, que certifica as empresas que promovem as melhores práticas. O capítulo histórico que Americanas S.A. escreveu em 2021 foi fruto de muito trabalho de nosso time (associados e conselheiros), assim como da confiança de nossos acionistas, fornecedores, *sellers*, *merchants*, franqueados, clientes e da sociedade de uma forma geral, que nos apoiou e nos inspirou em nossa jornada de criação de valor. Essa história que escrevemos juntos nos mostra que estamos no caminho certo e prontos para inaugurar uma nova etapa em 2022. Com a experiência de 90 anos no mercado brasileiro, podemos dizer que o que vimos no último trimestre do ano passado é só o começo. Muito obrigado a todos. Miguel Gutierrez - CEO Americanas S.A. **3. 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. Nosso modelo busca crescimento com rentabilidade. Com nossos ativos únicos e diferenciais competitivos, conseguimos 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. **4. Investimentos.** A criação da Americanas S.A. somada ao nosso modelo estratégico e aos nossos ativos únicos, potencializa o crescimento orgânico e inorgânico das plataformas e permite capturar sinergias e oportunidades adicionais. A Companhia utiliza sua geração de caixa priorizando investimentos que apresentem os melhores retornos. O CAPEX foi de R\$ 1.753,1 milhões no 2021. **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 avançados 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. **SuperNow.** Em 13 de janeiro de 2020, foi adquirido o SuperNow, plataforma inovadora de *eCommerce* focada na categoria de Supermercado *online*. A empresa iniciou suas atividades em 2016 como uma alternativa ao modelo tradicional de entrega de supermercados, permitindo que o cliente escolha o supermercado de preferência e pode criar um carrinho de compras totalmente personalizável. **Bit Capital.** Em 07 de dezembro de 2020, foi adquirida a Bit Capital, *fintech* especializada em soluções de *Core Banking*. A Bit Capital é uma plataforma *Open Banking*, modular, baseada em *Blockchain* e *Open APIs*, que oferece soluções para integração nativa ao ecossistema financeiro, de forma simples e segura. Também tem soluções de integração com o PIX, sistema de pagamentos instantâneos do Banco Central. **Parati.** Em 29 de dezembro de 2020, foi adquirida a Parati, sociedade de crédito, financiamento e investimento (SCFI) regulada pelo Banco Central. A empresa possui acesso direto ao Sistema de Pagamentos Brasileiro e ao Sistema de Pagamentos Instantâneos e atua como *Bank as a Service (BaaS)* e *Regtech*, integrando *fintechs* ao sistema bancário e distribuindo, por meio de parceiros, soluções de crédito, nas quais é emissora de Cédula de Crédito Bancário. **Shipp.** Em 07 de abril de 2021, foi adquirida a Shipp, plataforma mobile de *food delivery* e conveniência. É uma *startup* de *delivery on demand*, que iniciou suas atividades em 2017 como uma alternativa ao modelo tradicional de entrega, oferecendo mais conveniência para os clientes, que podem, por meio do app, pedir em diversos estabelecimentos. A aquisição permite a entrada no modelo de *Ultra Fast Delivery*, melhoria da experiência do consumidor na categoria de *food delivery*, expansão da categoria de mercado e aceleração das soluções de O2O (*Online to Offline*). **Uni.co.** Em 20 de abril de 2021, foi adquirida 70% das ações do Grupo Uni.co, atuante em varejo especializado de franquias no Brasil e dono das marcas Puket, Imaginarium, MinD e Lovebrands. O Grupo possui mais de 30 anos de experiência, comercializando e distribuindo seus produtos em todo o território nacional, em uma estratégia *omnichannel* com uma rede de mais de 440 franquias, mais de 2.800 clientes multimarcas e canais digitais. **Nexxos.** Em 03 de maio de 2021, foi adquirida a Nexxos, *fintech* que conecta pequenas e médias empresas com investidores. Nexxos é uma Sociedade de Empréstimo entre Pessoas, autorizada pelo Banco Central do Brasil, possibilitando uma estrutura híbrida de *funding*, por meio de investidores institucionais e individuais (*P2P: Peer-to-Peer*); e uma plataforma digital de crédito completa, incluindo diferentes modalidades de empréstimos e o *CaaS (Credit as a Service)*. A plataforma da Nexxos opera com tecnologia proprietária, incluindo o sistema de score de crédito, que integrada ao modelo de *funding*, possibilita a oferta de soluções de crédito diferenciadas, com taxas de juros mais competitivas e sem risco de crédito para a Nexxos. **OOOOO.** Em 04 de maio de 2021, foi constituída uma parceria estratégica com a OOOOO, plataforma mobile de *social commerce* com escritórios em Xangai e Oxford, para o lançamento de uma plataforma inovadora de *live commerce*. Lançada em 2020, rapidamente se tornou um sucesso, principalmente entre os consumidores mais jovens, sendo o app de compras mais baixado da Inglaterra nos últimos meses. Com o conceito de *"entertainment first, shopping later"*, a plataforma é uma alternativa ao modelo tradicional de varejo, conectando marcas, criadores e compradores através de vídeos interativos. **Hortifruti.** Em 11 de agosto de 2021, foi adquirido o Hortifruti Natural da Terra ("HNT"), maior rede varejista especializada em produtos frescos com foco em frutas, legumes e verduras do Brasil e sendo referência digital do setor no país, com as vendas online representando 16% do total. A HNT oferece conveniência, atendimento diferenciado e alta recorrência de compra, por meio da capilaridade, localização estratégica das lojas e integração digital. Operando uma estratégia *omnichannel*, oferece diversos serviços para compras realizadas nas Lojas, Sites, *Apps* e WhatsApp, incluindo entregas no mesmo dia e retirada na loja em 100% da sua rede. **Skoob.** Em 15 de setembro de 2021, foi adquirida a Skoob, a maior plataforma digital de conteúdo para leitores do país, foi adquirida. Lançada em 2009, proporciona experiência literária digital, por meio de uma plataforma que oferece diversas funcionalidades. Entre elas, está uma biblioteca virtual, que permite a organização de leituras atuais, concluídas e futuras, acesso a resenhas e avaliação de obras, além de proporcionar interação entre leitores, editoras e autores. A plataforma e o app permitem interatividade com outras redes sociais, bem como com sites de *eCommerce*, por meio de um programa de afiliados. **Vem Conveniência.** Em 30 de dezembro de 2021, foi aprovada a parceria com a Vibra, permitindo a constituição da sociedade Vem Conveniência S.A., cujo capital é detido pela Americanas e pela Vibra, ambas com participações de 50%. A Vem Conveniência conta com 1.257 lojas de pequeno varejo, sendo 55 lojas com operação própria, e 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. **combinação dos negócios.** A nova jornada de maximização de valor da Americanas S.A. iniciou com a combinação operacional dos negócios de Lojas Americanas e B2W, aprovada em junho com o foco na otimização da experiência do cliente. Considerando a bem-sucedida combinação operacional de negócios, foi identificada a oportunidade de reorganização societária, consolidando as bases acionárias das Companhias (LAME3, LAME4 e AMER3) no Novo Mercado. A transação, que simplificou a estrutura societária, foi aprovada nas Assembleias Gerais Extraordinárias, realizadas em 10 de dezembro de 2021 e concluída no dia 21 de janeiro, último dia de negociações de LAME4 e LAME3. Para tornar possível este novo passo, o antigo controlador da Lojas Americanas S.A. passou a ser um acionista de referência com 30% do capital da Americanas S.A., abrindo mão do controle sem cobrar prêmio por isso. Este grupo, presente na Companhia desde os anos 80, sempre teve como elemento norteador a estratégia de criação de valor de longo prazo, que garantiu o crescimento com rentabilidade da operação. Mais uma vez, o acionista de referência reforça o seu compromisso com a visão de longo prazo como norteadora da geração de valor futura. No processo de combinação operacional, priorizamos algumas frentes de atuação, das quais destacamos: **Concluídas.** • **data analytics:** unificação dos dados de clientes em um único *data lake* • **cnpi:** migração do CNPJ permitindo estoques da internet nas lojas • **estoques:** estoques unificados otimizando a gestão e alocação de recursos • **csc:** centro de serviços compartilhados servindo todo o ecossistema • **logística:** integração dos centros de distribuição em uma única malha • **comunicação:** otimização da comunicação com o cliente • **otimização financeira:** redução das antecipações e do endividamento bruto. **Em andamento.** • **plataformas tecnológicas:** otimização da conexão entre os sistemas por meio de uma infraestrutura (baseada em *cloud computing* e *big data*) • **dark stores:** postos avançados nas lojas, reduzindo prazo de entrega • **layout de loja:** otimização da experiência do cliente O2O • **polos tecnológicos:** recrutamento de talentos em todo o país. **Sinergias.** Dados preliminares da combinação operacional indicam 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. Entre as sinergias operacionais mensuradas estão custos com frete e *marketing*, tecnologia e logística. Já as sinergias financeiras passam pela otimização da gestão financeira e da antecipação de recebíveis. **ame digital.** A 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. 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 Nexxos (*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 baseada-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. A Ame já tem mostrado resultados consistentes, com mais de 29 milhões downloads, 12 milhões de usuários ativos mensais (MAU), 3,6 milhões de *merchants* e 87 *features*. Nos últimos 12 meses, a Ame atingiu um TPV de R\$ 26 bilhões, representando um crescimento de 2,4x em relação ao anterior. Os clientes Ame são 3,1x mais frequentes e têm um *spending* 3,2x maior do que os demais clientes. **5. Cenário Econômico.** O ano de 2021 foi desafiador, com a economia internacional ainda impactada pela pandemia e com a deterioração do cenário econômico brasileiro. Uma das principais consequências dessa conjuntura foi a alta inflacionária, que impactou o mundo inteiro e levou diversas autoridades monetárias a adotarem estratégias de aumento de juros. No Brasil, a inflação medida pelo IPCA encerrou o ano com alta de 10,06%, levando o Banco Central a elevar a SELIC de 2%, em dezembro de 2020, para 9,25%, na última reunião do COPOM de 2021. Já o PIB brasileiro, compensou a queda de 4,1% de 2020 e cresceu 4,7% em 2021, segundo estimativas da FGV. No entanto, a intensão de consumo do brasileiro, segundo a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), teve queda de 9,9% em 2021, em relação a 2020. Com isso, o varejo encerrou o ano com uma queda de 12,7% no 4T21 (e crescimento de 7,6% no acumulado do ano), segundo a GFK, enquanto o setor de *e-commerce* se mostrou resiliente, crescendo 27% em 2021, segundo a Neotrust, apesar de mostrar uma desaceleração em relação a forte performance de 2020. **6. Panorama dos Resultados**

PRINCIPAIS INDICADORES (MM)	4T21	4T20	Δ
Base de clientes ativos L TM	51	46	+5
# de itens vendidos L TM	1.553	1.153	+400
# de Transações L TM	427	319	+108
Sortimento	137	87	+50
# Sellers (Mil)	122	87	+35

• **Market Share:** O GMV Total, incluindo a venda das lojas físicas e do digital, cresceu 28,3% no 4T21(+R\$ 4,0 Bi vs 4T20) vs uma queda de 12,7% do varejo. Em 2021, o GMV Total cresceu 32,8% (+R\$ 13,7 Bi vs 2020) vs um crescimento de 7,6% do varejo. *Fonte Varejo: GFK.* • **eCommerce:** A plataforma de *eCommerce* apresentou crescimento de 36,2% no 4T21 (+R\$ 3,5 Bi vs 4T20), +31% no 1P e +41% no 3P, vs 19,8% do mercado. Em 2021, o crescimento foi de 43,6% (+R\$ 12,8 Bi vs 2020), +42% no 1P e +45% no 3P, vs 27,0% do mercado. Em jan/22, seguimos acelerando mesmo contra uma base desafiadora, apresentando crescimento de 40% (vs +83% em jan/21). *Fonte Mercado: Neotrust.* • **Lojas Físicas:** A Receita Bruta da plataforma física cresceu 10,7% no 4T21, mesmo com 14% da área de venda das lojas com restrições de operação, em função da pandemia. A venda no conceito "mesmas lojas" (SSS) cresceu 4,1% no 4T21. Em 2021, a receita bruta cresceu 7,0%, o SSS cresceu 4,6% e foram inauguradas 168 novas lojas nos formatos Tradicional e Express, entrando em 127 novas cidades. • **Entrega Rápida:** No 4T21, as entregas em até 3h representaram 24,1% do total (vs 15,0% no 3T21), refletindo os ganhos de sinergia da combinação de negócios, com uma base única de lojas atuando como *hubs* de distribuição (*ship from store* em 892 cidades). As entregas em até 24h totalizaram 53,8% do volume de entregas realizadas, ou seja, incluindo 1P e 3P. • **Ame Digital (Fintech):** O TPV segue em rápido crescimento, atingindo R\$ 9,7 bilhões no 4T21. Em nov/21 a Ame atingiu o primeiro *breakeven* mensal, reflexo do crescimento exponencial das frentes de monetização (engajamento, plataforma e crédito). Em 2021, o TPV atingiu R\$ 26 bilhões, crescimento de 138% vs 2020 (não inclui R\$ 23 bilhões de desconto de recebíveis de sellers). Em dez/21, o cartão de crédito Ame superou a marca de 1,3 milhão de cartões emitidos. • **Lucro Líquido:** O Lucro Líquido atingiu R\$ 489,7 milhões no 4T21. Desconsiderando o reconhecimento de R\$ 143,8 milhões de IR diferido (referente a baixa realizada pela B2W em 2015), o Lucro Líquido recorrente foi de R\$ 345,9 milhões. Em 2021 registramos Lucro Líquido recorde, totalizando R\$ 730,9 milhões. • **Geração de Caixa:** No 4T21, a geração de caixa foi de R\$ 1.964,3 milhões. A geração de caixa é medida pela variação da dívida, desconsiderando efeitos extraordinários, como M&A e programa de recompra de ações. Em 31 de dezembro, a posição de caixa líquido totalizou R\$ 1,8 bilhão. **destaques financeiros¹**

DESTAQUES FINANCEIROS (R\$ MM)	4T21	4T20	Δ	2021	2020	Δ
GMV Total	18.108	14.118	+28,3%	55.275	41.608	+32,8%
GMV Parceiros	7.332	5.215	+40,6%	23.088	15.912	+45,1%
Receita Bruta	10.777	8.903	+21,0%	32.187	25.696	+25,3%
Físico	4.853	4.386	+10,7%	13.080	12.228	+7,0%
Digital	5.924	4.518	+31,1%	19.107	13.468	+41,9%
Receita Líquida	9.096	7.473	+21,7%	27.560	21.478	+28,3%
Lucro Bruto	2.703	2.483	+8,9%	8.706	7.041	+23,6%
Margem Bruta (%RL)	29,7%	32,2%	-3,5 p.p.	31,6%	32,8%	-1,2 p.p.
EBITDA Ajustado	1.072	1.201	-10,8%	3.303	3.232	+2,2%
Margem EBITDA Aj. (%RL)	11,8%	16,1%	-4,3 p.p.	12,0%	15,0%	-3,1 p.p.
Lucro Líquido	490	406	+20,5%	731	315	+131,9%
Margem Líquida (%RL)	5,4%	5,4%	0 p.p.	2,7%	1,5%	+1,2 p.p.

¹ Resultado pró-forma, considerando a combinação de negócios desde 01 de janeiro de 2021 e resultados comparáveis. **GMV.** No 4T21, o GMV Total da Americanas foi de R\$ 18,1 bilhões, um crescimento de 28,3% vs 4T20. Em 2021, o GMV Total da Americanas foi de R\$ 55,3 bilhões, um crescimento de 32,8% vs 2020. O GMV Total é composto por: • GMV Parceiros: R\$ 7,3 bilhões, um crescimento de 40,6% vs. 4T20. No ano, o GMV Parceiros foi de R\$ 23,1 bilhões, um crescimento de 45,1% vs. 2020. • Receita Bruta Digital: R\$ 5,9 bilhões, um crescimento de 31,1% vs. 4T20. No ano, a receita bruta digital foi de R\$ 19,1 bilhões, um crescimento de 41,9% vs. 2020. • Receita Bruta Física: R\$ 4,9 bilhões (incluindo consolidação do HNT a partir de nov/21), um crescimento de 10,7% vs. 4T20. No ano, a receita bruta física foi de R\$ 13,1 bilhões, um crescimento de 7,0% vs. 2020. O GMV Digital (GMV Parceiros + receita bruta digital) atingiu R\$ 13,3 bilhões no trimestre, um crescimento de 36,2% no 4T21. No ano, o GMV Digital atingiu R\$ 42,2 bilhões, um crescimento de 43,6% vs 2020. O Crescimento no conceito "mesmas lojas" foi de 4,1% no 4T21. Importante mencionar que durante o trimestre, 14% da área de venda das lojas físicas operou com restrições de funcionamento em função da pandemia. No ano, o crescimento no conceito "mesmas lojas" foi de 4,6%. **Lucro bruto.** No 4T21, o lucro bruto atingiu R\$ 2,7 bilhões, avançando 8,9% vs 4T20. A margem bruta atingiu 29,7% da receita líquida. Em 2021, o lucro bruto atingiu R\$ 8,7 bilhões, avançando 23,6% vs 2020, e a margem bruta atingiu 31,6%. A variação na margem bruta reflete, principalmente, a maior participação das vendas online. **despesas com vendas, gerais e administrativas.** O aumento das despesas com vendas reflete os investimentos em nível de serviço, incluindo serviços de entrega rápida, melhora na experiência de loja, crescimento orgânico das plataformas de negócios e investimentos feitos em novas iniciativas como o desenvolvimento da plataforma financeira. O aumento nas despesas gerais e administrativas reflete os investimentos de *headcount* em novos projetos, principalmente, na frente de *data analytics* e na criação dos polos tecnológicos regionais, além de despesas relacionadas com as combinações operacional e das bases acionárias. **EBITDA ajustado.** No 4T21, o EBITDA Ajustado atingiu R\$ 1.071,6 milhões, apresentando forte aceleração sequencial versus os R\$ 742,9 milhões registrados no 3T21. A margem EBITDA do trimestre foi de 11,8%. Em 2021, o EBITDA Ajustado atingiu R\$ 3.303,3 milhões, com a margem EBITDA totalizando 12,0% no ano. **resultado financeiro líquido.** No 4T21, o resultado financeiro líquido atingiu R\$ 290,7 milhões, crescimento de 374% em relação ao 4T20. Em 2021, o resultado financeiro líquido atingiu -R\$ 709,6 milhões, crescimento de 31,8% em relação a 2020. O resultado reflete a elevação da taxa básica de juros e custos pontuais relacionados ao pagamento antecipado de dívidas no período, em linha com a estratégia de redução do endividamento bruto. **lucro líquido.** No 4T21, o lucro líquido atingiu R\$ 489,7 milhões, incluindo a reversão de provisão de IR diferido, no valor de R\$ 143,8 milhões. O lucro líquido ajustado (recorrente) foi de R\$ 345,9 milhões no 4T21. Em 2021, registramos Lucro Líquido recorde, totalizando R\$ 730,9 milhões. **gestão de caixa. CAPEX:** A Companhia utiliza sua geração de caixa priorizando investimentos que apresentem os melhores retornos. O CAPEX foi de R\$ 1.753,1 milhões em 2021. **Geração de caixa:** No 4T21, a geração de caixa foi de R\$ 1.964,3 milhões. 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 eventuais recursos de operações de aumento de capital, M&A e recompra de ações. (1) Aportes na operação de financiamento a fornecedores, sem risco de crédito. Em 2021, os efeitos extraordinários na geração de caixa da Companhia totalizaram R\$ 3.919,7 milhões, incluindo: M&A (R\$ 2.744,1 milhões), Crédito Fornecedor (R\$ 748,0 milhões), Compra AMER3 (427,6 milhões). **endividamento** Em 31 de dezembro, a Americanas apresentava uma sólida posição de caixa líquida de R\$ 1,8 bilhão. Como parte do plano de otimização da estrutura de capital da Companhia, a dívida bruta foi reduzida em R\$ 6,7 bilhões.

	Consolidado	
Endividamento Consolidado - R\$ MM	31/12/2021	31/12/2020
Empréstimos e Financiamentos de Curto Prazo	946,2	1.832,9
Debêntures de Curto Prazo	106,8	415,8
Endividamento de Curto Prazo	1.052,9	2.248,7
Empréstimos e Financiamentos de Longo Prazo	9.245,9	12.833,6
Debêntures de Longo Prazo	2.042,0	3.938,0
Cash Flow Hedge Account¹	(376,1)	(385,4)
Endividamento de Longo Prazo	10.911,7	16.386,2
Endividamento Bruto (1)	11.964,6	18.634,9
Disponibilidades	7.004,4	21.678,4
Contas a Receber de Cartão de Crédito Líquido de Antecipação	6.771,9	3.271,0
Disponibilidades Totais (2)	13.776,3	24.949,4
Caixa (Dívida) Líquida (2) - (1)	1.811,7	6.314,5
Prazo Médio de Vencimento da Dívida (dias)	2.133	1.864

contas a receber

Os finais do trimestre, o contas a receber da Americanas totalizava R\$ 6,8 bilhões. Essa rubrica é composta, principalmente, por recebíveis de cartão de crédito, líquidos do valor descontado, que possuem liquidez imediata e podem ser considerados como caixa.

	Consolidado	
Conciliação Contas a Receber Consolidado - R\$ MM	31/12/2021	31/12/2020
Recebíveis de Cartões de Crédito Bruto	11.399,9	8.884,0
Desconto de Recebíveis	(4.628,0)	(5.613,0)
Contas a Receber de Cartão de Crédito Líquido de Antecipação	6.771,9	3.271,0

¹ Para fins de comparabilidade, foi apresentado o endividamento de Lojas Americanas consolidado em dezembro de 2020. ² A 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. **Indisponibilidade do Ambiente de Ecommerce.** Conforme informado nos recentes comunicados ao mercado, 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.

continua