

**ÍNDICE ANALÍTICO**

1 -	Cadastro.....	2
1.1 -	Fatos relevantes.....	2
2 -	Aspectos Societários.....	3
2.1 -	Controle Acionário.....	3
2.2 -	Dividendos.....	3
2.3 -	Administração.....	3
2.4 -	Breve Histórico da Empresa.....	3
2.5 -	Participações em Empresas Controladas/Coligadas.....	5
3 -	Aspectos de Produção e Mercado.....	6
3.1 -	Processo de Comercialização, Distribuição, Exportação, Expansão e Concorrência.....	6
3.2 -	"Break-down" do Faturamento.....	8
3.3 -	Evolução dos Principais Ind. Econômicos Financeiros (Dados Consolidados – US\$ mil) .	9
3.4 -	Análise Econômico Financeira (2008 versus 2007).....	10
4 -	Investimentos.....	12



1 - Cadastro

Nome:	Lojas Americanas S.A.
CNPJ:	33.014.556/0001-96
Sede:	Rio de Janeiro – RJ
Endereço:	Rua Sacadura Cabral, 102 – Saúde
Telefone / Fax:	(21) 2206-6930 / Fax: (21) 2206-6969
Site:	www.lojasamericanas.com.br
Diretor de Relações com o Mercado:	Roberto Martins de Souza
Ano da Constituição:	1929
Ordem de Faturamento (*):	US\$ 3,87 bilhões
Ordem de Patrimônio Líquido (*):	US\$ 138 milhões

(*) – *Dados consolidados anuais referentes ao ano de 2008*

1.1 - Fatos relevantes

Não há fatos relevantes até o momento para o período de 2009.



2 - Aspectos Societários

2.1 - Controle Acionário

Principais Acionistas	Ordinárias - %	Preferenciais - %	Total - %
Velame Adm. de Rec. e Part. S.A.	47.56	-	17.76
GIF3 LI-2 LLC	11.86	1.67	5.48
Tobias Cepelowicz	6.44	0.01	2.40
S-Velame Adm. de Rec. e Part. S.A.	4.36	-	1.63
Cia Brasileira de Varejo, LLC	-	26.65	16.70
Carlos Alberto da Veiga Sicupira	-	5.14	3.22
Volker LLC	3.78	-	1.41
Dreaming Spires LLC	3.85	-	1.43
Cia Brasileira de Varejo, LLC Citibank	0.07	-	0.02
Oppenheimer Developing Markets Fund	-	5.58	3.50
Ações em Tesouraria	2.92	4.27	3.77
Outros	19.16	56.68	42.68
Total	100.00	100.00	100.00
Qtde. de Ações (em mil)	281,689	472,773	754,462

Obs.: Dados referentes ao IAN/2008

2.2 - Dividendos

A empresa destina um mínimo de 25% do lucro líquido para pagamento de dividendos.

2.3 - Administração

Conselho de Administração		Diretoria	
Carlos Alberto da Veiga Sicupira	Presidente	Miguel Gomes P. S. Gutierrez	Dir. Presidente
Paulo Alberto Lemann	Membro	Roberto Martins de Souza	Dir. Rel. com Invest.
Ricardo Schenker Wajnberg	Membro	Osmair Antonio Luminatti	Diretor
Roberto Moses Thompson Motta	Membro	Anna Christina Ramos Saicali	Diretora
Alexandre Behring da Costa	Membro	Ronney Campos G. Pastro	Diretor
Amaury Guilherme Bier	Membro	Celso Alves Ferreira Louro	Diretor
Miguel Gomes P. S. Gutierrez	Membro	Flavio de Almeida Serapião	Diretor

Obs.: Dados referentes ao IAN/2008

2.4 - Breve Histórico da Empresa

A empresa foi fundada em 1929, pelos americanos John Lee, Glen Matson, James Marshall e Batson Borger que partiram dos Estados Unidos em direção a Buenos Aires com o objetivo de abrir uma loja no estilo *Five and Ten Cents* (lojas que vendiam mercadorias a 5 e 10 centavos, na moeda americana). A idéia era lançar uma loja com preços baixos, no modelo que já fazia sucesso nos Estados Unidos e na Europa no início do século. No navio em que viajavam, conheceram os brasileiros Aquino Sales e Max Landesman que os convidaram para conhecer o Rio de Janeiro.



Na visita ao Rio de Janeiro, os americanos perceberam que havia muitos funcionários públicos e militares com renda estável, porém com salários modestos, e a maioria das lojas não eram destinadas a esse público. As lojas existentes, em geral, vendiam mercadorias caras e especializadas, o que obrigava uma dona de casa ir a diferentes estabelecimentos para fazer as compras. Foi assim que decidiram que o Rio de Janeiro era a cidade perfeita para lançar o sonhado empreendimento – uma loja de preços baixos para atender àquela população “esquecida” e que vendesse vários tipos de mercadorias. Eles desejavam oferecer uma maior variedade de produtos a preços mais acessíveis.

Assim, no ano de 1929, inauguraram a 1ª Lojas Americanas, em Niterói (RJ), com o slogan “Nada além de 2 mil réis”.

Durante a primeira hora de funcionamento, nenhum cliente apareceu. O fracasso parecia eminente. No entanto, uma garotinha, após passar minutos olhando através da vidraça, entrou e comprou uma boneca. A Lojas Americanas conquistava, assim, seu primeiro cliente, dos muitos que viriam depois.

Em 1940, as Lojas Americanas se tornou uma sociedade anônima e abrindo assim seu capital.

Em 1982, os principais acionistas do Grupo Garantia entraram na composição acionária de Lojas Americanas como controladores.

No 1º semestre de 1994, as Lojas Americanas concretizou a formação de uma “joint venture” com o nome de Wal Mart Brasil S/A, com participação de 40% das Lojas Americanas S.A, e 60% por parte da Wal Mart Store Inc. na composição do capital.

Em dezembro de 1997, por decisão do Conselho de Administração da empresa, foi aprovada a venda total da participação de 40% na “joint venture” para o Wal Mart Inc. Essa decisão foi tomada após a conclusão de que seria necessária a total concentração de recursos no próprio negócio da companhia.

Em agosto de 1998, o Conselho de Administração aprovou a venda total da participação acionária das Lojas Americanas na empresa 5239 Comércio e Participações S.A, subsidiária que detinha o controle acionário de suas 23 lojas de supermercado, para a empresa francesa Comptoirs Modernes (pertencente ao Grupo Carrefour). A decisão pela saída do segmento supermercadista deveu-se ao processo de consolidação pelo qual passa este setor no Brasil com a entrada de grandes concorrentes internacionais, o que exigiria expressivos investimentos para a manutenção da posição de mercado da Companhia. Desta forma, a Lojas Americanas decidiu novamente focar em seu principal negócio: lojas de descontos.

No final do ano de 1999 a empresa iniciou a venda de mercadorias através da Internet criando a controlada indireta Americanas.com.

O ano de 2003 teve como principal característica a aceleração do programa de expansão. Com o objetivo de expandir a rede de lojas, foram inauguradas 13 lojas convencionais, fortalecendo a presença da companhia em mercados importantes das regiões Sudeste e Sul do país. Duas outras lojas foram reformadas para possibilitar um melhor atendimento aos clientes. O conjunto de inaugurações contemplou também a abertura, no Rio de Janeiro, das três primeiras lojas “Americanas Express. São lojas compactas, com sortimento selecionado, mas com os mesmos padrões de qualidade e preço que diferenciam a atuação de Lojas Americanas.



Em 2004, a companhia deu continuidade ao processo de expansão através da abertura de 35 lojas, a conclusão da construção de um novo Centro de Distribuição em São Paulo (em Barueri, na grande São Paulo)

O ano de 2005 foi um ano de importantes realizações para maximizar o valor de Lojas Americanas: foram inauguradas 37 novas lojas, foi adquirido por meio da Americanas.com o equivalente a 44% do capital social da TV Sky Shop e 98,8% do capital social da Shoptime, este último detentor de 56% do capital da primeira. O valor final pago na aquisição dessa participação foi de R\$ 117,0 milhões, apurando-se um ágio de R\$ 74,9 milhões em 2006 e R\$ 59,5 milhões em 2005.

O Shoptime utiliza três canais de venda: Tv por assinatura e antenas parabólicas, catálogo e internet. Em 31 de março de 2007, o Shoptime contava com mais de 19 milhões de antenas parabólicas. O catálogo da Shoptime é uma ferramenta de forte fidelização, sendo distribuído sete vezes ao ano em todo o Brasil. O site na internet oferece 18 “lojas”, entre elas artigos do lar, cama, mesa e banho, eletrônicos e informática, além de oferecer produtos diferenciados e exclusivos como a linha de utensílios para cozinha.

Em 2006, dando prosseguimento aos sonhos da companhia para a geração de valor de Lojas Americanas S.A., foram consolidadas as iniciativas estabelecidas em 2005, quando realizaram uma “joint venture” com o Banco Itaú, criando a Financeira Americanas Itaú – FAI, abrindo 45 novas lojas. Ainda em 2006, ocorreu a fusão da Submarino e Americanas.com resultando na criação de uma nova sociedade denominada B2W, a qual consolidou as operações das duas primeiras. Como consequência da fusão, LASA recebeu 53,25% das ações representativas do capital social total e votante da B2W.

Em 07 de maio de 2006, a Lojas Americanas lançou o cartão de crédito próprio – cartão Private Label.

No ano de 2007, a Lojas Americanas anunciou a aquisição da BWU Comércio e Entretenimento S.A. – empresa detentora da marca BLOCKBUSTER® no Brasil –, por R\$ 186,2 milhões. Com isso, somou mais 127 lojas à sua rede.

Em 12 de junho de 2007, as Lojas Americanas inaugurou as primeiras unidades da Blockbuster reformadas com a marca da Americana Express. No total foram 4 lojas instaladas no Rio de Janeiro.

Em 2008, com o objetivo de criar valor para os acionistas e seguindo o lema interno “Queremos Sempre Mais”, a Lojas Americanas inaugurou um total de 58 lojas, distribuídas em 18 Estados. Um recorde para a Companhia. Muitas cidades, como Santo Antônio de Jesus/BA, Teresina/PI, Barreiras/BA e Crato/CE, inauguraram suas primeiras unidades.

2.5 - Participações em Empresas Controladas/Coligadas

Empresa	Classificação	% Part. no Capital da investida	% PL da investidora
BWU Com. E Entretenimento S.A.	Fechada controlada	100.00	100.00
B2W – Companhia Global do Varejo	Aberta controlada	56.62	40.25
Financeira Americanas Itaú	Fechada controlada	29.72	6.47
Vitória Participações S.A.	Fechada controlada	50.00	4.72



3 - Aspectos de Produção e Mercado

A Companhia se dedica ao comércio de varejo de produtos de consumo, através de 469 lojas, situadas nas principais capitais e cidades do País e 3 centros de distribuição. A Companhia atua em quatro diferentes segmentos:

- No comércio eletrônico, através da sua controlada B2W – Companhia Global do Varejo, que reúne os sites: www.americanas.com.br, www.submarino.com.br, www.blockbuster.com.br e www.shoptime.com.br;
- Na venda de ingressos para eventos, shows, e pacotes turísticos através das suas controladas indiretas Ingresso.com S.A. (www.ingresso.com.br) e Submarino Viagens e Turismo Ltda. , além de oferecer serviços de comércio eletrônico terceirizado para algumas das empresas líderes na área de bens de consumo;
- Na exploração do desenvolvimento e sub-franquia no Brasil das atividades de locação, vendas de DVDs e games, sob a marca BLOCKBUSTER[®] através, principalmente, das lojas modelo Americanas Express e da controlada BWU – Comércio e Entretenimento S.A.; e
- Através das suas controladas em conjunto, FAI- Financeira Americanas Itaú S.A. Crédito, Financiamento e Investimento e Facilita Promotora S.A., na oferta de operações permitidas nas disposições legais e regulamentares, às sociedades de crédito, financiamento e investimentos, que incluem empréstimo pessoal, nas modalidades de cheque e cartão, seguros, bem como a emissão e administração de cartões de créditos de marca própria (“Private Label”) e cartão VISA e MASTERCARD.

Nos últimos anos, o varejo brasileiro vem sofrendo grandes alterações. Com a mudança de perfil dos supermercados de bairro e o crescimento dos hipermercados e de grandes lojas especializadas em eletro-eletrônicos, cama & mesa, utilidades domésticas, entre outros. Grandes grupos supermercadistas estrangeiros e nacionais iniciaram um processo de consolidação e aquisições alterando o cenário competitivo. Hoje, um mesmo produto pode ser vendido num hipermercado, num supermercado de bairro, numa farmácia, através da Internet e também numa loja de departamentos.

3.1 - Processo de Comercialização, Distribuição, Exportação, Expansão e Concorrência

Comercialização

Em 31 de dezembro de 2008, a comercialização de mercadorias é feita diretamente ao consumidor final através de uma rede de 469 (272 no formato Tradicional, 193 no formato Express e 4 no formato BLOCKBUSTER[®]) lojas de departamentos de abrangência nacional com característica predominante de auto-serviço. A vasta gama de mercadorias é classificada em 6 setores, denominados “Mundos”, de acordo com o seu uso final. Os “Mundos” são: Lazer, Beleza, Lar, Infantil, Confeção e Alimentos de Conveniência.



Distribuição

As lojas são abastecidas diariamente através de 3 centros de distribuição (São Paulo, Rio de Janeiro e Recife) ou diretamente do fornecedor, no caso de mercadorias perecíveis e de Páscoa.

Centro de Distribuição	Área construída	Lojas atendidas
São Paulo	57.091 m ²	264
Rio de Janeiro	48.367 m ²	140
Recife	35.531 m ²	65

Exportação

A empresa não trabalha com exportações.

Expansão

A empresa tem buscado expandir-se em locais onde há demanda, com perspectivas de geração de valor e rentabilidade. Com isso, em 2008 foram inauguradas 67 lojas através do programa de expansão orgânica, sendo 34 no modelo Tradicional e 24 no modelo Express – e foram reformadas 22 lojas. Além disso, reformaram e ampliaram os 3 centros de distribuição com o objetivo de aumentar a capacidade e melhorar a operação logística. No mesmo sentido, a B2W encontra-se em fase final na construção de seu novo centro de distribuição visando centralizar as operações de suas marcas.

Concorrência

Os principais concorrentes das Lojas Americanas são os supermercados e lojas de departamento, levando-se em consideração a região/área de atuação e a localização, sendo:

Principais Concorrentes
Carrefour
Pão de Açúcar
Casas Bahia
Casa & Vídeo
Ponto Frio
Wall Mart
Magazine Luiza
C&A Modas
Lojas Renner
Lojas Riachuelo
Leader Magazine



No varejo eletrônico, representado pelos controladas B2W – Companhia Global do Varejo (resultante da fusão entre as empresas Submarino S.A. e Americanas.com S.A. - Comércio Eletrônico) são:

Principais Concorrentes

Ponto Frio
Fast Shop
Magazine Luiza
Extra.com
Saraiva
Wal Mart
Casas Bahia

3.2 - "Break-down" do Faturamento

Principais Produtos ou Serviços	% Receita Líquida 2008
Utilidades Domésticas/Eletrrodomésticos	19.00
CD's/DVD's e Entretenimento	18.00
Alimentos de Conveniência	17.00
Vestuário	17.00
Brinquedos	12.00
Perfumaria e Cosméticos	11.00
Outros	6.00

**3.3 - Evolução dos Principais Ind. Econômicos Financeiros (Dados Consolidados – US\$ mil)**

Desempenho Econômico Financeiro	Anuais		
	Dez/2006	Dez/2007	Dez/2008
Balanco*			
Patrimônio Líquido	236.627	163.459	137.562
Ativo Total	2.015.438	2.852.370	2.814.676
Qde de Ações	35.273.358	425.757	323.938
Resultados*			
Receita Líquida	1.740.436	2.953.394	3.873.197
Custo Prods. Vendidos	1.203.610	2.009.375	2.632.802
Lucro Bruto	536.826	944.019	1.240.395
Lucro Operacional	111.406	103.544	134.413
Lucro Líquido	56.812	53.058	64.74
Indicadores			
Geração Operacional de Caixa Líquida	-243.242,06	156.727,09	-607.287,30
Margem Bruta - %	30,84	31,96	32,03
Margem Operacional - %	6,40	3,51	3,47
Margem Líquida - %	2,65	1,61	1,74
Endiv. Financ./P. Líquido - %	343,71	585,78	947,25
Liquidez Corrente - x	1,26	1,07	1,23
Liquidez Seca - x	0,97	0,79	0,97
Exig.Oner.CP/Exig.Oner.Tot.-%	45,00	57,19	48,02
Lucro por Ação - \$/a	0,001	0,063	0,089
Retorno sobre Patrim. Líq.- %	28,64	25,08	45,98
Valor Patr.da Ação - \$/a	0,00	0,22	0,18
<i>Obs. * US\$ (mil)</i>			
<i>Dólar do dia 17/06/2009</i>			

**3.4 - Análise Econômico Financeira (2008 versus 2007)**

Demonstrativo do Resultado em R\$ mil	Anual 2008	AV %	Anual 2007	AV %	AH %
RECEITA LÍQUIDA	6,975,090	100.00	5,731,327	100.00	21.70
Custo de Prods. Vendidos	-4,741,311	(67.97)	-3,899,373	(68.04)	21.59
LUCRO BRUTO	2,233,779	32.03	1,831,954	31.96	21.93
Despesas com Vendas	-1,217,186	(17.45)	-983,324	(17.16)	23.78
Despesas Adm. Gerais	-120,958	(1.73)	-129,093	(2.25)	(6.30)
Desps. Financ. Brutas	-759,138	(10.88)	-448,062	(7.82)	69.43
Receitas Financ.	399,639	5.73	82,041	1.43	387.12
<i>Resultado Financeiro</i>	-359,499	(5.15)	-366,021	(6.39)	(1.78)
Res. Equiv. Patrimonial	0	0.00	0	0.00	-
Outras Desp. Oper. LÍq.	-294,076	(4.22)	-152,579	(2.66)	92.74
LUCRO OPERACIONAL	242,060	3.47	200,937	3.51	20.47
Res. Não-oper. LÍq.	0	0.00	347	0.01	(100.00)
LUCRO ANTES DO IR E CS	242,060	3.47	201,284	3.51	20.26
Prov. IR e Contrib. Social	-80,211	(1.15)	-68,336	(1.19)	17.38
LUCRO DEPOIS DO IR E CS	161,849	2.32	132,948	2.32	21.74
Participações	-40,505	(0.58)	-40,758	(0.71)	(0.62)
Reversão dos Juros sobre Capital Próprio	0	0.00	0	0.00	-
LUCRO LÍQUIDO NORMALIZADO	121,344	1.74	92,190	1.61	31.62
Resultado Extraordinário	-4,756	(0.07)	10,774	0.19	(144.14)
LUCRO PUBLICADO	116,588	1.67	102,964	1.80	13.23

No ano de 2008, a Lojas Americanas apresentou um avanço em sua Receita Líquida de 21,70% quando comparado com o ano anterior, atingindo o montante de aproximadamente R\$ 6,98 bilhões, seguindo de acordo com as alterações feitas na legislação societária introduzidas pela Lei 11.638/07 e pela MP 449/08. A companhia atua com uma estrutura multicanal, ou seja, além de lojas físicas, como Lojas Americanas, Lojas Americanas Express e Blockbuster, existem também as vendas feitas via Internet através da Americanas.com, B2W, Submarino, entre outras. Com isso, a demanda de clientes torna-se maior, incrementando em receita para a companhia. Além dessas empresas, que tem como finalidade a revenda de seus produtos, existe também a FAI – Financeira Americanas Itaú, que dedica-se ao financiamento das compras.

Apesar do aumento de 21,59% nos Custos dos Produtos Vendidos, a companhia apresentou uma elevação de 21,93% em seu Lucro Bruto no ano de 2008, chegando ao valor de R\$ 2,23 bilhões contra aproximadamente R\$ 1,83 bilhões alcançados no ano anterior. Desta forma, no ano de 2008, a Lojas Americanas registrou uma margem bruta de 32,03%, praticamente igual a 31,96% apurada no ano de 2007. Cabe mencionar que para a análise das margens em percentual da receita líquida, o Regime de Substituição Tributária do ICMS (ST) passou a vigorar em alguns Estados brasileiros, no qual altera a forma de recolhimento do ICMS para alguns segmentos de produtos, registra este tributo no Custo da Mercadoria Vendida (CMV) e não na linha de impostos sobre vendas.



As despesas operacionais da companhia, que representam as despesas com vendas e despesas administrativas recuaram 0,08 p.p. em comparação com o ano anterior, atingindo aproximadamente R\$ 1,34 bilhões.

Diante desses argumentos apresentados, o aumento do Lucro Operacional da companhia somou R\$ 242,06 milhões em 2008, apontando uma aceleração de 20,47% em comparação ao mesmo período de 2007, cujo montante foi cerca de R\$ 200,94 milhões.

Já o Lucro Líquido da companhia foi cerca de R\$ 116,59 milhões no ano de 2008, valor superior em 13,23% ao informado no ano de 2007, que foi de R\$ 102,96 milhões.

O EBITDA (lucro antes dos efeitos financeiros, impostos sobre a renda, depreciação e amortização) apresentou um crescimento de 30,9% em relação a 2007. É importante destacar que a FAI, uma de suas controladas, apresentou uma variação negativa no EBITDA de R\$ 36,2 milhões quando comparado com o ano de 2007, reportando um EBITDA negativo de R\$ 54,9 milhões. Apesar disto, a companhia informa que esse resultado está em linha com o plano de negócios.

Os investimentos feitos pela Lojas Americanas no ano de 2008 somaram cerca de R\$ 492 milhões ante os R\$ 490 milhões investidos em 2007, sendo totalmente utilizados para participação em controladas, tanto individualmente como em conjunto com outras companhias.

A Lojas Americanas afirma seu compromisso com a política conservadora de aplicação do caixa, manifestada pela utilização de instrumentos de "hedge", em moedas estrangeiras, para fazer frente a eventuais flutuações do câmbio. Estes instrumentos anulam o risco cambial, transformando o custo da dívida para moeda e taxa de juros locais.

Para o ano de 2009, a empresa acredita que irá exigir uma maior cautela por todas as empresas, mas ao mesmo tempo, entende que existem muitas oportunidades a serem exploradas no setor varejista. Além disso, a companhia celebra os 80 anos de existência da LOJAS AMERICANAS S.A..



Comércio Varejista

LAME

LAFIS
INFORMAÇÃO DE VALOR

4 - Investimentos

Não disponível para o ano de 2009.