

AMBEV DIVULGA RESULTADO DO PRIMEIRO TRIMESTRE DE 2020 EM IFRS

São Paulo, 7 de maio de 2020 – Ambev S.A. [B3: ABEV3; NYSE: ABEV] anuncia hoje os resultados do primeiro trimestre de 2020. As informações operacionais e financeiras a seguir, exceto quando indicado o contrário, são apresentadas em Reais nominais, preparadas de acordo com os critérios do padrão contábil internacional (IFRS) emitidas pelo *International Accounting Standards Board* (IASB) e com as práticas contábeis adotadas no Brasil emitidas pelo Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC) e aprovadas pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM). As informações aqui contidas devem ser lidas em conjunto com os relatórios financeiros do período de três meses findo em 31 de março de 2020 arquivados na CVM e apresentados a *Securities and Exchange Commission* (SEC).

DESTAQUES OPERACIONAIS E FINANCEIROS

Receita líquida (ROL): A receita líquida diminuiu 1,6%, com queda no volume de 5,6% e crescimento na receita líquida por hectolitro (ROL/hl) de 4,3%. A receita líquida caiu no Brasil (-9,6%) e na América Central e Caribe (CAC) (-10,2%), enquanto subiu na América Latina Sul (LAS)¹ (+22,4%) e no Canadá (+3,3%). No Brasil, o volume caiu 9,1% e a ROL/hl diminuiu 0,5%. Na CAC, o volume caiu 13,5% e a ROL/hl cresceu 3,8%. Na LAS, o volume cresceu 6,4% e a ROL/hl subiu 15,0%. No Canadá, o volume e a ROL/hl cresceram 3,1% e 0,1%, respectivamente.

Custo dos Produtos vendidos (CPV): O CPV e o CPV excluindo a depreciação e amortização cresceram 9,3% e 10,2%, respectivamente. Em uma base por hectolitro, o CPV aumentou 15,8% enquanto o CPV excluindo a depreciação e amortização cresceu 16,7%, principalmente devido a taxas de câmbio desfavoráveis e a pressões inflacionárias na Argentina.

Despesas com vendas, gerais e administrativas (SG&A): O SG&A e o SG&A excluindo a depreciação e amortização cresceram 8,5% e 6,6%, respectivamente, abaixo de nossa inflação média ponderada (aproximadamente 9,3%). O aumento foi impulsionado principalmente pela pressão inflacionária na Argentina e pela antecipação planejada dos investimentos em vendas e *marketing* para o início do ano no Brasil.

EBITDA, Margem Bruta e Margem EBITDA: O EBITDA alcançou R\$ 4.232,5 milhões, o que corresponde a uma redução orgânica de 18,1%, com uma margem bruta de 55,2% (-450 pontos-base) e margem EBITDA de 33,6% (-680 pontos-base). A margem EBITDA foi impactada por um maior custo de venda resultante de taxas de câmbio desfavoráveis, maior SG&A resultante do faseamento de despesas com vendas e *marketing* no Brasil e desalavancagem operacional devido a menores volumes.

Lucro líquido ajustado e LPA: O lucro líquido ajustado foi de R\$ 1.227,8 milhões, 55,6% menor do que no 1T19, devido a um EBITDA menor e a despesas financeiras maiores. O lucro por ação ajustado no trimestre foi R\$ 0,07 (-58,6%).

Fluxo de caixa operacional e CAPEX: O fluxo de caixa das atividades operacionais foi de R\$ 1.544,1 milhões (-25,8%) e os investimentos em CAPEX alcançaram R\$ 1.346,3 milhões (+146,6%).

¹ Os impactos resultantes da aplicação da norma de Contabilidade e Evidenciação em Economia Altamente Inflacionária (IAS 29/CPC 42) estão detalhados na seção “Norma de Contabilidade e Evidenciação em Economia Altamente Inflacionária - Argentina” (página 21).



Destaques financeiros - consolidado R\$ milhões			%	
	1T19	1T20	Reportado	% Orgânico
Volume ('000 hl)	41.296,4	39.011,5	-5,5%	-5,6%
Receita líquida	12.640,1	12.602,6	-0,3%	-1,6%
Lucro bruto	7.532,4	6.959,4	-7,6%	-8,9%
% Margem bruta	59,6%	55,2%	-440 pb	-450 pb
EBITDA ajustado	5.120,7	4.232,5	-17,3%	-18,1%
% Margem EBITDA ajustado	40,5%	33,6%	-690 pb	-680 pb
Lucro líquido	2.749,1	1.211,3	-55,9%	
Lucro líquido ajustado	2.762,4	1.227,8	-55,6%	
LPA (R\$/ação)	0,17	0,07	-59,0%	
LPA ajustado	0,17	0,07	-58,6%	

Nota: O cálculo por ação é baseado nas ações em circulação (total de ações existentes menos ações em tesouraria).

COMENTÁRIOS DA ADMINISTRAÇÃO

A Ambev iniciou 2020 com um plano de longo prazo para continuar evoluindo e transformando o nosso negócio, em termos de foco no consumidor, nível de serviço para o cliente, transformação digital e aceleração da inovação, enquanto fortalecemos nosso ecossistema.

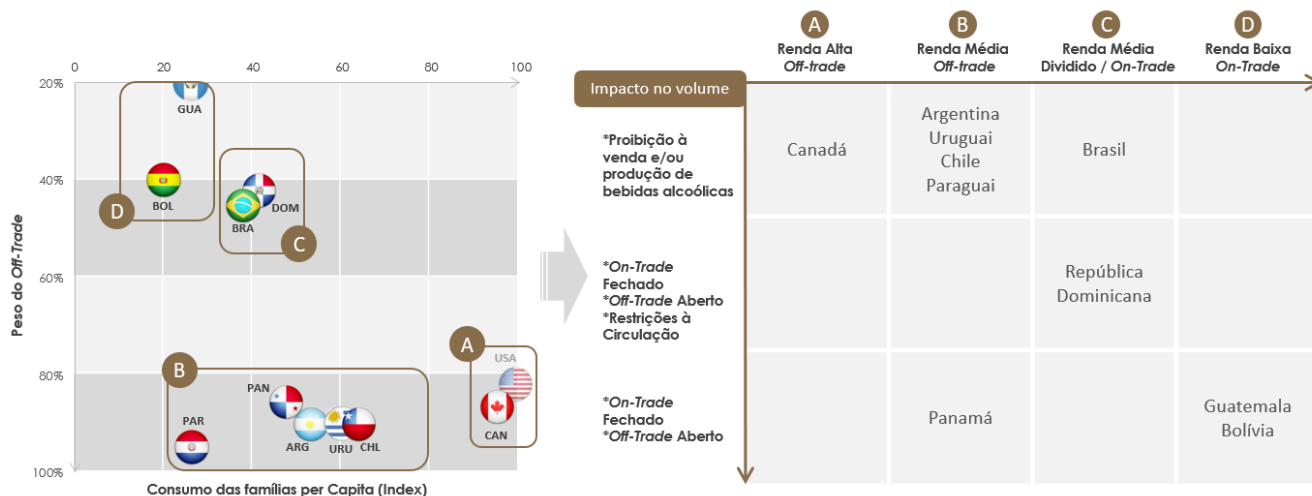
Apesar de nossa forte execução durante o carnaval, o Brasil começou o ano com fraco volume de cerveja, devido à baixa confiança do consumidor e às condições climáticas desfavoráveis. No Canadá, a indústria de cerveja e nosso volume ainda caíram, porém em um ritmo mais lento do que em 2019, mostrando sinais de recuperação. A CAC apresentou crescimento moderado de volume, enquanto a LAS apresentou um forte desempenho, resultado de nossa estratégia comercial de sucesso e suportada por comparáveis favoráveis na Argentina.

No decorrer de março, começamos a sentir os impactos da pandemia de COVID-19 em nossas operações. O surto levou a mudanças significativas nas dinâmicas de mercado nos canais *on-trade* e *off-trade*. Em mercados mais maduros com maiores níveis de renda e maior peso do canal *off-trade*, como o Canadá, a estocagem pelos consumidores resultou em aumento de volume no trimestre. Quando olhamos para países com mercados de cerveja de baixo/médio nível de maturidade e com menor renda disponível, a tendência de volume varia de acordo com o peso do canal *off-trade* em relação ao canal *on-trade*. Um importante elemento para o desempenho do volume é o nível de restrições impostas pelo governo sobre a circulação de pessoas e distribuição e vendas de bebidas alcoólicas. Em todos os mercados vimos um aumento relevante nas vendas do *e-commerce*.

No gráfico abaixo, definimos quatro grupos de países de acordo com o peso do canal *off-trade* em cada mercado de cerveja e o consumo das famílias², para então combinar os grupos com o nível de restrições impostas pelo governo de cada país em resposta à COVID-19, das menos rigorosas, como o fechamento do canal *on-trade*, aos casos mais severos, como a proibição da produção e/ou venda de bebidas alcoólicas. O tamanho do impacto negativo sobre os volumes aumenta ao longo dos eixos, e é mais severo no quadrante inferior direito, que contém a Bolívia e a Guatemala.

² O nível de consumo das famílias de cada país está indexado ao valor de consumo das famílias dos Estados Unidos, que foi definido como 100.





Fonte: Canback, Euromonitor, Nielsen, Internal Sources.

Estabelecemos comitês de crise em nossas regiões para implementar as medidas necessárias para mitigar o impacto da pandemia em nossos resultados. Algumas das medidas tomadas foram: (i) a suspensão da maioria das despesas com viagens, projetos de consultoria, e novas contratações; (ii) a redução da jornada de trabalho do time de vendas; e (iii) uma revisão dos nossos projetos de CAPEX e de todos os nossos CPV e SG&A *non-working money* e *working money*.

O impacto total da pandemia de COVID-19 em nossos resultados futuros permanece bastante incerto, mas esperamos que o impacto nos nossos resultados do 2T20 seja materialmente pior do que no 1T20. Isso já é evidente em nossos volumes de abril de 2020, que caíram aproximadamente 27% em uma base consolidada. Adicionalmente, com a queda do volume e a mudança em direção ao canal *off-trade*, esperamos um grande impacto em nossa rentabilidade, dada a desalavancagem operacional que deve acompanhar esse movimento.

Apesar das adversidades no curto prazo, continuaremos focados em: (i) nos tornar mais centrados nos clientes e consumidores; (ii) continuar a fortalecer e desenvolver o nosso portfólio; (iii) alavancar a nossa inigualável capacidade de distribuição; (iv) levar empolgantes inovações aos consumidores; (v) reforçar nossas iniciativas de transformação digital; e (vi) investir em nossa gente. Executando nossos planos com sucesso, criaremos condições para sairmos mais fortes dessa crise e impulsionarmos o crescimento sustentável no longo prazo.

Funcionamento das operações

O bloqueio do *on-trade* começou em meados de março em todos os países em que operamos, sendo alguns mais restritivos que outros em relação à circulação de pessoas e venda de bebidas alcoólicas.

- Brasil: a maioria dos bares e restaurantes está fechada em todo o país, enquanto o canal *off-trade* segue aberto em sua maioria, já que as restrições são determinadas em níveis estadual e municipal. Quase todas as nossas 38 unidades produtivas e a maioria de nossos centros de distribuição estão em operação.



- CAC: na terceira semana de março a República Dominicana instituiu um toque de recolher entre 20:00 e 06:00, o qual intensificado para o período entre 17:00 e 06:00 na quarta semana do mesmo mês. O canal *on-trade* só pode operar via *delivery* e nenhum consumo de álcool é permitido nos "Colmados" (pequenas lojas de conveniência). No Panamá, foi estabelecida uma lei seca na terceira semana de março em 33 dos 81 distritos, e em 25 de março o governo federal ampliou a lei seca para todo o território, assim como instituiu um toque de recolher de 24h pelo período que perdurar o estado de emergência. Todas as nossas fábricas na CAC estão em operação.
- LAS: o canal *on-trade* está fechado, com medidas mais restritivas na Bolívia, onde há um cenário de *lockdown*, com bloqueio completo e restrições à distribuição de cerveja, e no Chile, onde há um toque de recolher noturno. A maior parte de nossas plantas da região está em operação.
- Canadá: a maioria dos bares e restaurantes está fechada em todo o país, enquanto o *off-trade* e o canal de varejo permanecem abertos nas províncias. Todas as nossas cervejarias no país estão em operação.

Ambev como um ecossistema

Nossa prioridade número um é a saúde e segurança de nossos funcionários. Adicionalmente, acreditamos que devemos contribuir mais para nosso ecossistema e alavancar nossas capacidades para ajudar nossa comunidade:

- No Brasil, estamos produzindo e doando 1 milhão de unidades de álcool em gel e 3 milhões de máscaras plásticas de proteção facial para hospitais públicos. Construímos um centro para o tratamento de COVID-19 na cidade de São Paulo, com 100 leitos em anexo ao hospital do M'Boi Mirim em parceria com a Gerdau, o Hospital Israelita Albert Einstein, a Brasil ao Cubo e a prefeitura de São Paulo. Estamos doando 1,6 milhão de litros de água para comunidades vulneráveis. Por fim, a Stella Artois e a Bohemia lançaram campanhas para ajudar financeiramente restaurantes e bares, respectivamente.
- Na CAC, na República Dominicana estamos produzindo e doando garrafas de água para a comunidade e 32 mil litros de álcool 75% para hospitais em parceria com a Ron Barceló. No Panamá, estamos usando nossos caminhões para ajudar na entrega de alimentos por todo o país e estamos doando 100 mil garrafas de água.
- Na LAS, na Argentina doamos 150 mil unidades de álcool em gel, 700 leitos hospitalares, equipamentos de proteção, alimento, água e *kits* de higiene para os bairros mais vulneráveis. Também estamos produzindo e doando pães feitos com cevada em colaboração com ONGs no país. Em outros países, iniciativas incluem a produção e doação de aproximadamente 150 mil unidades de álcool em gel, campanhas de conscientização para que as pessoas fiquem em casa, iniciativas para ajudar restaurantes a sobreviverem com a venda de *vouchers* para jantares futuros e a doação de alimentos, água, respiradores, máscaras e equipamentos de segurança.
- No Canadá, produzimos e doamos 60 mil unidades de álcool em gel e 225 mil latas de água de 355ml, redirecionamos os investimentos esportivos da marca Budweiser para trabalhadores da linha de frente e para a Cruz Vermelha canadense e criamos a campanha *Rally for Restaurants* com a Stella Artois.

Transformação do Negócio

Enquanto a COVID-19 adicionou desafios significativos ao nosso negócio, também se tornou um catalisador para acelerar as mudanças que estamos implementando, especialmente estimulando um



mindset de inovação em toda a Companhia e avançando a transformação do nosso negócio por meio da tecnologia.

Um exemplo é a inovação na forma como nos conectamos com os consumidores. Como temos afirmado, nosso mantra de *marketing* é “pare de interromper, comece a entreter” e nossas campanhas já vinham sendo norteadas por esse conceito antes mesmo do surto de COVID-19. Com a entrada no período de quarentena, aplicamos esse conceito com a transmissão ao vivo de shows (*lives*), que começou como uma iniciativa da Ambev no Brasil patrocinada pela marca Bohemia no final de março. Foi uma transmissão de show ao vivo durante 5 horas que quebrou o recorde mundial de espectadores simultâneos no Youtube até então, com mais de 700 mil espectadores, alcançando 24 milhões de visualizações e 272 mil menções em mídias sociais.

Isso desencadeou uma aceleração sem precedentes na evolução do nosso modelo de conexões no Brasil e, através da Draftline, expandimos esse formato de transmissões ao vivo de shows de alta qualidade com cantores brasileiros famosos para várias outras marcas, como Brahma, Brahma Duplo Malte, Budweiser e Original, abrangendo diferentes gêneros musicais e pontos de paixão. Ao final de março, nossas transmissões tinham alcançado 24 milhões de visualizações e ao final de abril, mais de 350 milhões, um crescimento de 14 vezes que se traduziu em um aumento da força de muitas de nossas marcas.

Nossa transformação digital também ganhou tração com a busca de consumidores e clientes por conveniência. No B2C (contato com o consumidor), uma de nossas plataformas de *e-commerce*, o Zé Delivery, está aumentando rapidamente o número de POCs (pontos de contato), pedidos e volume total. O Zé conecta cerveja gelada dos supermercados, bares, restaurantes, Pit Stops e distribuidores terceiros com os nossos consumidores em menos de 60 minutos. Já no B2B (contato com os pontos de venda), os clientes estão utilizando cada vez mais soluções digitais, como o Parceiro Ambev e a Donus, que viabiliza a iniciativa patrocinada pela Bohemia para apoiar bares.

Na CAC, ajustamos rapidamente a nossa estratégia realocando recursos para o *off-trade*: (i) mobilizando a força de vendas para maximizar as oportunidades de volume, mudando funcionários do *on-trade* para o *off-trade* e aumentando a frequência de visitas; (ii) garantindo a disponibilidade de produtos com o aumento da produção de SKUs específicos para o *off-trade* e negociando espaços adicionais nas lojas; e (iii) incrementando iniciativas de vendas diretas ao consumidor, como promoções de portfólio nos principais aplicativos de *delivery* e a criação de nossa própria plataforma de entregas na República Dominicana, chamada Tucerveza.do. A “Tucerveza.do” é uma plataforma B2C que entrega cerveja gelada rapidamente para os consumidores usando varejistas como *dark stores*.

Na LAS, desenvolvemos plataformas de venda online para apoiar pequenos pontos de venda *off-trade* locais, como a plataforma Del Barrio na Argentina, e também estamos aprimorando nossas iniciativas de vendas diretas ao consumidor em diferentes frentes como clubes de assinatura, *e-commerce* e aplicativos de entrega.

No Canadá, direcionamos nossas campanhas para ocasiões específicas do período dentro de casa, com nossas principais marcas abrangendo suas plataformas específicas. A Stella Artois, por exemplo, trouxe para a plataforma digital os melhores chefs do *Rally for Restaurants* para fornecer vídeos interativos e receitas dos seus pratos favoritos que poderiam ser feitos em casa. Também estamos promovendo nossa plataforma de vendas diretas ao consumidor e acelerando lançamentos, especialmente na categoria *ready-to-drink* (bebidas prontas para beber), com o lançamento de 38 SKUs nesse trimestre.

Plataformas estratégicas



Expandir o premium com escala

- Continuamos vendo a tendência de expansão do segmento *premium* como uma oportunidade significativa entre nossas geografias e continuamos trabalhando na construção do melhor portfólio para liderar essa tendência, que irá impulsionar os nossos resultados nos próximos anos. O portfólio *premium* da Ambev cresceu um dígito médio no trimestre.
- No Brasil, mesmo com uma leve queda no nosso portfólio *premium* no 1T20, tivemos destaques comerciais significativos.
 - A Stella Artois teve um papel chave em grandes eventos, como o Carnaval, o Dia Internacional da Mulher e agora, durante o período de quarentena, liderando um movimento que incentiva consumidores a resgatar restaurantes por meio da venda de um *voucher* subsidiado para um jantar futuro.
 - O trimestre da Budweiser foi marcado pela campanha Bud X Miami do SuperBowl, um evento global com 20 influenciadores brasileiros.
 - A Beck's continuou seu *roll-out* focado na região sudeste do país. Esse trimestre ela cresceu substancialmente com o lançamento das garrafas *one-way* e retornáveis de 600ml que alcançam diferentes ocasiões de consumo.
 - A Corona fortaleceu seu posicionamento de marca com o anúncio do patrocínio de Chloe Calmon, uma surfista brasileira, convidando consumidores a viajar e se reconectar com a natureza durante o Carnaval e lançando sua estratégia de entretenimento, com vídeos semanais da comunidade Corona viajando e explorando paraísos ao redor do mundo.
- Nosso portfólio *premium* na CAC entregou resultados empolgantes, liderados pela Corona, Stella Artois e Modelo Especial. Na República Dominicana lançamos a nova lata de 12oz da Modelo Especial e na Guatemala lançamos a Michelob Ultra.
- Na LAS, o portfólio *premium* apresentou crescimento de dois dígitos no trimestre liderado pela Argentina, com um forte desempenho de nossas marcas globais e a campeã *premium* local, Patagonia. A Cusqueña cresceu dois dígitos altos no Chile, adotando a plataforma gastronômica.
- No Canadá, nossa estratégia de expandir o *premium* entregou um sólido crescimento, impulsionado principalmente pela Corona, e nossas cervejas *craft* foram impulsionadas pelas vendas diretas ao consumidor em seus mercados locais.

Diferenciar o Core

- No Brasil, continuamos investindo em mudanças transformacionais para diferenciar nosso portfólio *core*.
 - Estamos focados em construir um portfólio puro malte forte e completo. A Bohemia lidera o caminho, tendo crescido dígitos duplos ou triplos em todos os trimestres desde 3T17, e agora está ainda mais forte com a recém lançada nova identidade visual de marca. A estratégia é reforçada pelo desenvolvimento contínuo da Skol Puro Malte e pelo *roll-out* da recém lançada Brahma Duplo Malte. Fomos capazes de adaptar e impulsionar seu plano de lançamento, usando o circuito Brahma de transmissões ao vivo em conjunto com uma estratégia direcionada a parcerias em *trade marketing* digital, *e-commerce* e *e-retail*.
 - O primeiro trimestre é sempre um momento chave para nossas marcas *core*, já que elas assumem uma posição de destaque nas celebrações do Carnaval pelo país. A Skol, com seu novo posicionamento – [“Cerveja leve, a diversão vai mais longe, a diversão com mais pessoas”] – esteve presente nas principais cidades brasileiras e focada em criar ativações



relevantes para os consumidores locais de cada região. A campanha “Aviãozinho Skol”, teve uma grande repercussão não só no Brasil como na mídia estrangeira, a exemplo da The Economist. A Brahma foi a cerveja oficial do carnaval de rua do Rio, reforçando o relacionamento duradouro com a cidade através da campanha “O Carnaval N° 1 está de volta”. Como resultado, as menções digitais da Brahma e Skol cresceram mais de 300% no Carnaval.

- Os destaques do trimestre na CAC foram o patrocínio da Presidente ao carnaval da República Dominicana, com uma campanha de orgulho nacional, já que o país celebra a identidade dominicana e suas tradições em fevereiro. No Panamá, o carnaval foi patrocinado pela Atlas Golden Light com a campanha “Buena Vibra” impactando milhares de pessoas através de experiências aos consumidores e shows.
- Na LAS, continuamos investindo na diferenciação de nossas marcas: na Argentina, a Quilmes, nossa *lager* clássica, voltou a ser a patrocinadora do Cosquin Rock, um festival tradicional em Córdoba, e a Brahma, nossa *easy drinking lager*, lançou a Brahma Lima, um sabor associado ao verão. No Chile, lançamos a nova identidade visual de marca para a nossa principal marca, a Becker. No segmento *core plus*, a Andes Origen continua crescendo dois dígitos na Argentina e, nesse trimestre, lançamos a Andes Origen Trigueña, uma cerveja de trigo com baixo teor alcoólico.
- No Canadá, o segmento *core* continua sob pressão com consumidores se deslocando para segmentos com maiores preços e migrando para a categoria *ready-to-drink* (bebidas prontas para beber). Nosso portfólio acima do *core* superou a indústria mais uma vez, com a Michelob Ultra liderando a tendência.

Impulsionar Acessibilidade de Maneira Inteligente

- Nossas cervejas regionais brasileiras, Nossa, Magnífica e Legítima, continuam entregando resultados empolgantes, com ganhos de participação nos estados em que foram lançadas. A Magnífica já é a marca líder do segmento *value* no estado do Maranhão.
- Na Argentina, estamos expandindo a presença das garrafas retornáveis de 340ml em nosso portfólio, em conjunto com o avanço da garrafa retornável de 1 litro no Paraguai.
- Na CAC, estamos implementando a estratégia de acessibilidade na República Dominicana através das garrafas de 1 litro e *packs* pequenos.

Bebidas do Futuro

- No 1T20 estivemos absolutamente focados na ativação de nossas inovações Beats GT e Beats 150 BPM no Carnaval. Conseguimos gerar experimentação, já que, de acordo com uma pesquisa do Instituto Provokers, aproximadamente 40% dos participantes dos eventos do Carnaval experimentaram nossos lançamentos, e nos conectar com os consumidores, com a campanha da Beats GT em parceria com a Anitta e o Tinder levando a um aumento de mais de 300% no número de menções nas mídias sociais.



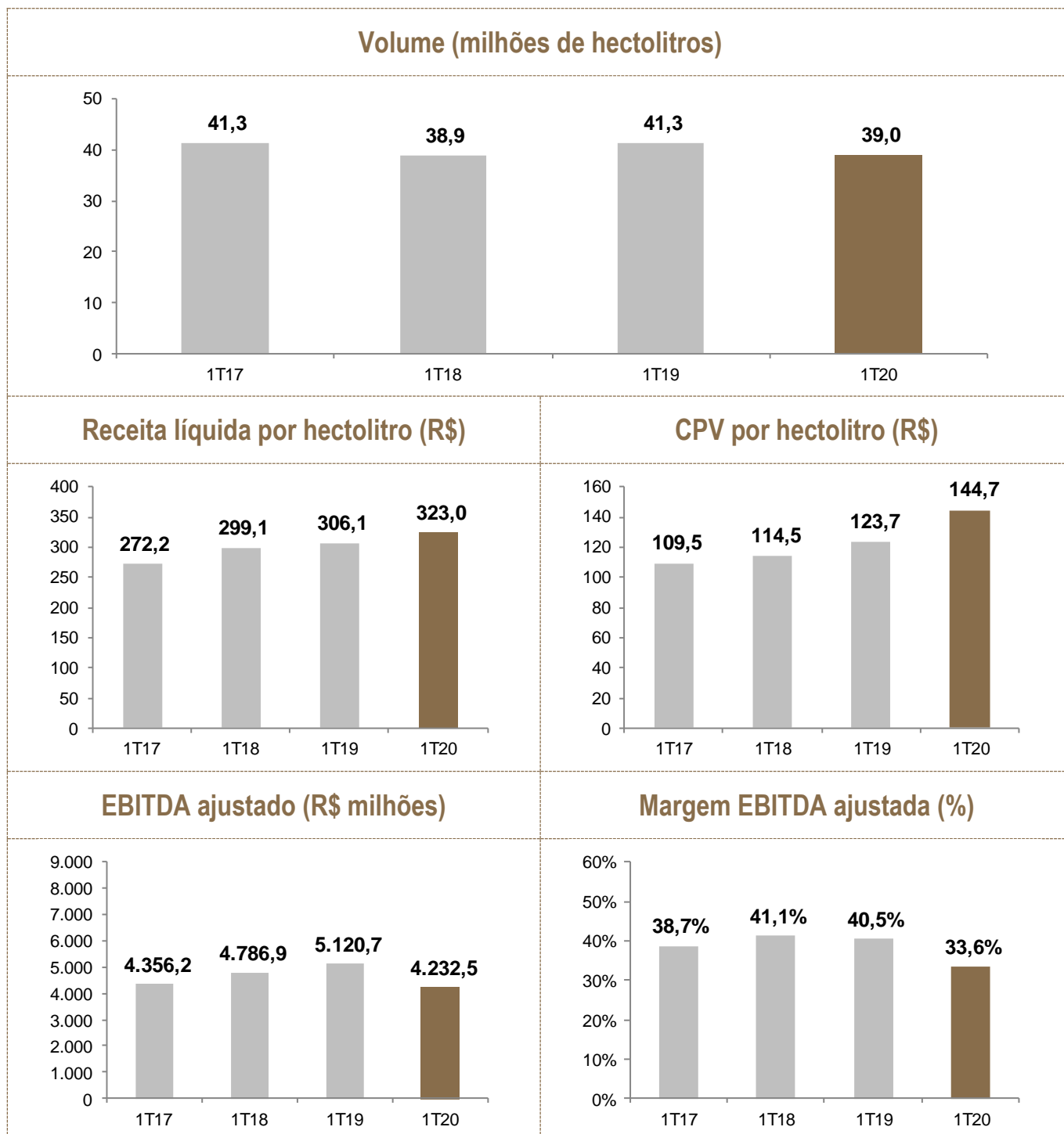
DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO CONSOLIDADO AMBEV

Resultado consolidado <i>R\$ milhões</i>	1T19	Escopo	Conversão de Moeda	Crescimento Orgânico	1T20	% Reportado	% Orgânico
Receita líquida	12.640,1	17,5	142,8	(197,9)	12.602,6	-0,3%	-1,6%
Custo produto vendido	(5.107,7)	(8,5)	(50,8)	(476,3)	(5.643,2)	10,5%	9,3%
Lucro bruto	7.532,4	9,0	92,1	(674,1)	6.959,4	-7,6%	-8,9%
SG&A total	(3.689,5)	(10,2)	(59,8)	(312,6)	(4.072,2)	10,4%	8,5%
Outras receitas/(despesas) operacionais	231,3		(2,8)	(57,2)	171,3	-25,9%	-24,7%
Lucro operacional (EBIT ajustado)	4.074,2	(1,2)	29,5	(1.044,0)	3.058,5	-24,9%	-25,6%
Itens não recorrentes antes do EBIT	(18,4)		(0,1)	(5,5)	(24,1)	30,7%	29,9%
Resultado financeiro	(672,1)				(1.536,9)	128,7%	
Participação nos resultados de empreendimentos controlados em conjunto	(2,1)				(6,6)	ns	
Imposto de renda	(632,5)				(279,7)	-55,8%	
Lucro líquido	2.749,1				1.211,3	-55,9%	
Atribuído a Ambev	2.661,9				1.091,8	-59,0%	
Atribuído a não controladores	87,2				119,5	37,0%	
Lucro líquido ajustado	2.762,4				1.227,8	-55,6%	
Atribuído a Ambev	2.674,8				1.107,3	-58,6%	
EBITDA ajustado	5.120,7	(0,8)	37,9	(925,3)	4.232,5	-17,3%	-18,1%



RESULTADO CONSOLIDADO AMBEV

A combinação dos resultados no Brasil, na América Central e Caribe (CAC), na América Latina Sul (LAS) e no Canadá, após a eliminação de operações entre empresas do grupo, corresponde ao nosso resultado consolidado. Os números apresentados abaixo refletem o resultado na forma como foram reportados.



AMBEV CONSOLIDADO

Ambev R\$ milhões	1T19	Escopo	Conversão de Moeda	Crescimento Orgânico	1T20	% Reportado	% Orgânico
Volume ('000 hl)	41.296,4	21,9		(2.306,8)	39.011,5	-5,5%	-5,6%
Receita líquida	12.640,1	17,5	142,8	(197,9)	12.602,6	-0,3%	-1,6%
ROL/hl (R\$)	306,1	0,3	3,7	13,0	323,0	5,5%	4,3%
CPV	(5.107,7)	(8,5)	(50,8)	(476,3)	(5.643,2)	10,5%	9,3%
CPV/hl (R\$)	(123,7)	(0,1)	(1,3)	(19,5)	(144,7)	17,0%	15,8%
CPV excl. deprec. & amort.	(4.468,1)	(8,5)	(45,9)	(454,1)	(4.976,6)	11,4%	10,2%
CPV/hl excl. deprec. & amort. (R\$)	(108,2)	(0,1)	(1,2)	(18,0)	(127,6)	17,9%	16,7%
Lucro bruto	7.532,4	9,0	92,1	(674,1)	6.959,4	-7,6%	-8,9%
% Margem bruta	59,6%				55,2%	-440 pb	-450 pb
SG&A excl. deprec. & amort.	(3.282,6)	(9,9)	(56,2)	(216,1)	(3.564,8)	8,6%	6,6%
SG&A deprec. & amort.	(406,9)	(0,3)	(3,6)	(96,5)	(507,4)	24,7%	23,7%
SG&A total	(3.689,5)	(10,2)	(59,8)	(312,6)	(4.072,2)	10,4%	8,5%
Outras receitas/(despesas) operacionais	231,3		(2,8)	(57,2)	171,3	-25,9%	-24,7%
EBIT ajustado	4.074,2	(1,2)	29,5	(1.044,0)	3.058,5	-24,9%	-25,6%
% Margem EBIT ajustado	32,2%				24,3%	-790 pb	-780 pb
EBITDA ajustado	5.120,7	(0,8)	37,9	(925,3)	4.232,5	-17,3%	-18,1%
% Margem EBITDA ajustado	40,5%				33,6%	-690 pb	-680 pb



BRASIL

Brasil R\$ milhões	1T19	Escopo	Conversão de Moeda	Crescimento Orgânico	1T20	% Reportado	% Orgânico
Volume ('000 hl)	27.509,1			(2.497,7)	25.011,4	-9,1%	-9,1%
Receita líquida	7.214,4			(689,2)	6.525,1	-9,6%	-9,6%
ROL/hl (R\$)	262,3			(1,4)	260,9	-0,5%	-0,5%
CPV	(3.057,6)			107,5	(2.950,1)	-3,5%	-3,5%
CPV/hl (R\$)	(111,1)			(6,8)	(117,9)	6,1%	6,1%
CPV excl. deprec. & amort.	(2.680,0)			76,9	(2.603,1)	-2,9%	-2,9%
CPV/hl excl. deprec. & amort. (R\$)	(97,4)			(6,7)	(104,1)	6,8%	6,8%
Lucro bruto	4.156,8			(581,7)	3.575,1	-14,0%	-14,0%
% Margem bruta	57,6%				54,8%	-280 pb	-280 pb
SG&A excl. deprec. & amort.	(1.826,0)			(80,5)	(1.906,5)	4,4%	4,4%
SG&A deprec. & amort.	(271,3)			(74,4)	(345,7)	27,4%	27,4%
SG&A total	(2.097,2)			(155,0)	(2.252,2)	7,4%	7,4%
Outras receitas/(despesas) operacionais	233,4			(70,9)	162,5	-30,4%	-30,4%
EBIT ajustado	2.292,9			(807,6)	1.485,3	-35,2%	-35,2%
% Margem EBIT ajustado	31,8%				22,8%	-900 pb	-900 pb
EBITDA ajustado	2.941,8			(763,8)	2.178,0	-26,0%	-26,0%
% Margem EBITDA ajustado	40,8%				33,4%	-740 pb	-740 pb



CERVEJA BRASIL

O desempenho de nossa ROL/hl foi impulsionado por um *mix* de marca favorável, compensado parcialmente pelo *mix* de canal e *mix* geográfico. O desempenho de volume foi impactado por uma indústria fraca e por um *mix* desfavorável, uma vez que o segmento *premium*, no qual temos menor participação de mercado, teve um desempenho consideravelmente melhor que a indústria total. O surto de COVID-19 resultou no fechamento da maior parte do canal *on-trade* a partir de meados de março, levando a uma redução no volume de 29,1% naquele mês. De acordo com a Nielsen, a indústria cervejeira caiu um dígito médio no trimestre.

O aumento do CPV/hl, excluindo depreciação e amortização, é explicado, em sua maioria, pela taxa de câmbio desfavorável, que não foi totalmente compensada pelos preços favoráveis de *commodities*, enquanto o crescimento do SG&A excluindo depreciação e amortização foi resultado de uma antecipação planejada dos investimentos em vendas e *marketing* para o início do ano.

Cerveja Brasil	Conversão		Crescimento	%			
R\$ milhões	1T19	Escopo	de Moeda	Orgânico	1T20	Reportado	% Orgânico
Volume ('000 hl)	21.003,4			(2.421,8)	18.581,5	-11,5%	-11,5%
Receita líquida	6.132,8			(678,2)	5.454,6	-11,1%	-11,1%
ROL/hl (R\$)	292,0			1,6	293,6	0,5%	0,5%
CPV	(2.498,2)			96,9	(2.401,4)	-3,9%	-3,9%
CPV/hl (R\$)	(118,9)			(10,3)	(129,2)	8,7%	8,7%
CPV excl. deprec. & amort.	(2.170,5)			69,0	(2.101,4)	-3,2%	-3,2%
CPV/hl excl. deprec. & amort. (R\$)	(103,3)			(9,8)	(113,1)	9,4%	9,4%
Lucro bruto	3.634,6			(581,3)	3.053,3	-16,0%	-16,0%
% Margem bruta	59,3%				56,0%	-330 pb	-330 pb
SG&A excl. deprec. & amort.	(1.559,8)			(58,0)	(1.617,8)	3,7%	3,7%
SG&A deprec. & amort.	(242,9)			(59,4)	(302,3)	24,5%	24,5%
SG&A total	(1.802,7)			(117,5)	(1.920,1)	6,5%	6,5%
Outras receitas/(despesas) operacionais	175,6			(44,7)	130,9	-25,5%	-25,5%
EBIT ajustado	2.007,5			(743,5)	1.264,0	-37,0%	-37,0%
% Margem EBIT ajustado	32,7%				23,2%	-950 pb	-950 pb
EBITDA ajustado	2.578,2			(711,9)	1.866,3	-27,6%	-27,6%
% Margem EBITDA ajustado	42,0%				34,2%	-780 pb	-780 pb



NAB BRASIL

O desempenho da receita líquida foi impactado principalmente pela epidemia de COVID-19, que levou a um declínio da indústria de um dígito médio segundo a Nielsen, assim como a um impacto negativo na ROL/hl resultante do *mix* de embalagem e marca, com o ganho de participação de produtos mais acessíveis.

A diminuição do CPV/hl, excluindo depreciação e amortização, foi impulsionada principalmente pelo menor preço do açúcar, que mais do que compensou a taxa de câmbio desfavorável, enquanto o crescimento do SG&A excluindo depreciação e amortização foi resultado de uma antecipação planejada dos investimentos em vendas e *marketing* para o início do ano.

NAB Brasil R\$ milhões	1T19	Escopo	Conversão de Moeda	Crescimento Orgânico	1T20	% Reportado	% Orgânico
Volume ('000 hl)	6.505,7			(75,8)	6.429,9	-1,2%	-1,2%
Receita líquida	1.081,6			(11,0)	1.070,5	-1,0%	-1,0%
ROL/hl (R\$)	166,2			0,2	166,5	0,1%	0,1%
CPV	(559,4)			10,6	(548,7)	-1,9%	-1,9%
CPV/hl (R\$)	(86,0)			0,6	(85,3)	-0,7%	-0,7%
CPV excl. deprec. & amort.	(509,5)			7,9	(501,6)	-1,5%	-1,5%
CPV/hl excl. deprec. & amort. (R\$)	(78,3)			0,3	(78,0)	-0,4%	-0,4%
Lucro bruto	522,2			(0,4)	521,8	-0,1%	-0,1%
% Margem bruta	48,3%				48,7%	40 pb	40 pb
SG&A excl. deprec. & amort.	(266,2)			(22,5)	(288,7)	8,5%	8,5%
SG&A deprec. & amort.	(28,4)			(15,0)	(43,4)	52,9%	52,9%
SG&A total	(294,6)			(37,5)	(332,1)	12,7%	12,7%
Outras receitas/(despesas) operacionais	57,8			(26,2)	31,6	-45,3%	-45,3%
EBIT ajustado	285,4			(64,1)	221,3	-22,5%	-22,5%
% Margem EBIT ajustado	26,4%				20,7%	-570 pb	-570 pb
EBITDA ajustado	363,7			(51,9)	311,8	-14,3%	-14,3%
% Margem EBITDA ajustado	33,6%				29,1%	-450 pb	-450 pb



AMÉRICA CENTRAL E CARIBE (CAC)

O desempenho da receita líquida foi consequência da queda no volume resultante das severas restrições adotadas para mitigar o surto de COVID-19 na região, a qual mais do que compensou o aumento da ROL/hl.

O aumento no CPV/hl, excluindo depreciação e amortização, foi impulsionado por um maior *mix* de marcas importadas e desalavancagem operacional, enquanto a diminuição do SG&A, excluindo depreciação e amortização, é explicada por economias em *non-working money*.

CAC		Conversão	Crescimento		%		
R\$ milhões	1T19	Escopo	de Moeda	Orgânico	1T20	Reportado	% Orgânico
Volume ('000 hl)	3.175,9			(427,9)	2.748,1	-13,5%	-13,5%
Receita líquida	1.462,1		111,5	(149,2)	1.424,4	-2,6%	-10,2%
ROL/hl (R\$)	460,4		40,6	17,4	518,3	12,6%	3,8%
CPV	(643,3)		(55,4)	20,4	(678,4)	5,4%	-3,2%
CPV/hl (R\$)	(202,6)		(20,2)	(24,1)	(246,9)	21,9%	11,9%
CPV excl. deprec. & amort.	(566,2)		(48,8)	24,0	(591,0)	4,4%	-4,2%
CPV/hl excl. deprec. & amort. (R\$)	(178,3)		(17,7)	(19,0)	(215,0)	20,6%	10,7%
Lucro bruto	818,8		56,1	(128,8)	746,1	-8,9%	-15,7%
% Margem bruta	56,0%				52,4%	-360 pb	-340 pb
SG&A excl. deprec. & amort.	(322,5)		(27,7)	34,5	(315,7)	-2,1%	-10,7%
SG&A deprec. & amort.	(34,6)		(3,4)	(2,4)	(40,4)	16,9%	7,0%
SG&A total	(357,1)		(31,1)	32,1	(356,1)	-0,3%	-9,0%
Outras receitas/(despesas) operacionais	4,7		0,3	0,3	5,3	13,2%	6,7%
EBIT ajustado	466,4		25,3	(96,4)	395,3	-15,3%	-20,7%
% Margem EBIT ajustado	31,9%				27,8%	-410 pb	-370 pb
EBITDA ajustado	578,1		35,4	(90,4)	523,1	-9,5%	-15,6%
% Margem EBITDA ajustado	39,5%				36,7%	-280 pb	-240 pb



AMÉRICA LATINA SUL (LAS)³

A receita líquida cresceu na LAS impulsionada pela Argentina, onde o volume teve aumento de um dígito alto, à frente da indústria e suportado por comparáveis favoráveis e a ROL/hl cresceu como resultado de nossas contínuas iniciativas de gerenciamento de receita.

O crescimento significativo do CPV/hl, excluindo depreciação e amortização, é principalmente explicado pela taxa de câmbio desfavorável, enquanto o crescimento SG&A, excluindo depreciação e amortização, foi, em sua maioria, impulsionado pela alta inflação na Argentina.

LAS R\$ milhões	1T19	Escopo	Conversão de Moeda	Crescimento Orgânico	1T20	% Reportado	% Orgânico
Volume ('000 hl)	8.772,5			561,4	9.333,9	6,4%	6,4%
Receita líquida	2.670,2		(148,4)	598,4	3.120,2	16,9%	22,4%
ROL/hl (R\$)	304,4		(15,9)	45,8	334,3	9,8%	15,0%
CPV	(953,6)		74,9	(535,9)	(1.414,6)	48,3%	56,2%
CPV/hl (R\$)	(108,7)		8,0	(50,9)	(151,6)	39,4%	46,8%
CPV excl. deprec. & amort.	(794,0)		66,6	(508,9)	(1.236,3)	55,7%	64,1%
CPV/hl excl. deprec. & amort. (R\$)	(90,5)		7,1	(49,1)	(132,4)	46,3%	54,2%
Lucro bruto	1.716,6		(73,6)	62,6	1.705,6	-0,6%	3,6%
% Margem bruta	64,3%				54,7%	-960 pb	-990 pb
SG&A excl. deprec. & amort.	(604,5)		42,8	(169,8)	(731,6)	21,0%	28,1%
SG&A deprec. & amort.	(72,2)		4,8	(11,4)	(78,8)	9,2%	15,8%
SG&A total	(676,8)		47,6	(181,2)	(810,4)	19,8%	26,8%
Outras receitas/(despesas) operacionais	0,0		(1,5)	18,1	16,7	ns	ns
EBIT ajustado	1.039,8		(27,5)	(100,6)	911,8	-12,3%	-9,7%
% Margem EBIT ajustado	38,9%				29,2%	-970 pb	-1020 pb
EBITDA ajustado	1.271,7		(40,5)	(62,2)	1.169,0	-8,1%	-4,9%
% Margem EBITDA ajustado	47,6%				37,5%	-1010 pb	-1060 pb

³ Os números reportados são apresentados aplicando a norma de Contabilidade e Evidenciação em Economia Altamente Inflacionária para nossas operações na Argentina, assim como explicado na página 21.



CANADÁ⁴

O crescimento da receita líquida no Canadá decorreu do aumento do volume, impulsionado pelo sucesso de nossas estratégias de liderar o crescimento de inovações e de expansão do *premium*, em conjunto com estocagem por parte dos consumidores nas primeiras semanas da pandemia de COVID-19. A ROL/hl se manteve estável, tendo sido negativamente impactada pelo *mix* de marca e embalagem.

O CPV/hl, excluindo depreciação e amortização, aumentou, impactado por um maior *mix* de produtos *premium* e pelo faseamento entre dos trimestres, enquanto o SG&A, excluindo depreciação e amortização, permaneceu estável, devido a economias em *non-working money*.

Canadá R\$ milhões	1T19	Escopo	Conversão de Moeda	Crescimento Orgânico	1T20	% Reportado	% Orgânico
Volume ('000 hl)	1.838,9	21,9		57,3	1.918,1	4,3%	3,1%
Receita líquida	1.293,5	17,5	179,7	42,2	1.532,8	18,5%	3,3%
ROL/hl (R\$)	703,4	1,1	93,7	0,9	799,2	13,6%	0,1%
CPV	(453,2)	(8,5)	(70,2)	(68,3)	(600,1)	32,4%	15,1%
CPV/hl (R\$)	(246,4)	(1,6)	(36,6)	(28,2)	(312,9)	27,0%	11,4%
CPV excl. deprec. & amort.	(428,0)	(8,5)	(63,8)	(46,1)	(546,3)	27,6%	10,8%
CPV/hl excl. deprec. & amort. (R\$)	(232,7)	(1,8)	(33,3)	(17,0)	(284,8)	22,4%	7,3%
Lucro bruto	840,3	9,0	109,6	(26,1)	932,7	11,0%	-3,1%
% Margem bruta	65,0%				60,8%	-420 pb	-400 pb
SG&A excl. deprec. & amort.	(529,6)	(9,9)	(71,3)	(0,3)	(611,0)	15,4%	0,0%
SG&A deprec. & amort.	(28,8)	(0,3)	(5,0)	(8,2)	(42,4)	47,0%	28,6%
SG&A total	(558,5)	(10,2)	(76,3)	(8,5)	(653,4)	17,0%	1,5%
Outras receitas/(despesas) operacionais	(6,9)		(1,6)	(4,7)	(13,2)	91,5%	68,8%
EBIT ajustado	274,9	(1,2)	31,7	(39,4)	266,1	-3,2%	-14,3%
% Margem EBIT ajustado	21,3%				17,4%	-390 pb	-370 pb
EBITDA ajustado	329,0	(0,8)	43,1	(8,9)	362,4	10,1%	-2,7%
% Margem EBITDA ajustado	25,4%				23,6%	-180 pb	-140 pb

⁴ A mudança de escopo no Canadá refere-se à aquisição, em janeiro de 2020, da G&W Distilling Inc, uma empresa que produz um portfólio de bebidas da categoria *ready-to-drink*.



OUTRAS RECEITAS/DESPESAS OPERACIONAIS

Outras receitas operacionais diminuíram devido a menores subvenções governamentais, dada a queda no volume observada no Brasil e um faseamento entre trimestres.

Outras receitas/(despesas) operacionais <i>R\$ milhões</i>	1T19	1T20
Subvenção governamental/AVP de incentivos fiscais	204,1	156,6
(Adições)/reversões de provisões	2,8	(2,6)
(Perda)/ganho na alienação de imobilizado, intangível e ativo mantido para venda	2,7	16,0
Outras receitas/(despesas) operacionais	21,7	1,3
Outras receitas/(despesas) operacionais	231,3	171,3

ITENS NÃO RECORRENTES

Itens não recorrentes corresponderam a (i) despesas não recorrentes incorridas devido à pandemia de COVID-19, incluindo ações realizadas para assegurar a saúde e segurança dos nossos funcionários, como a aquisição de álcool em gel, máscaras e limpeza adicional de nossas instalações, assim como doações para a comunidade, e (ii) despesas de reestruturação ligadas primariamente a projetos de centralização e redimensionamento no Brasil e na LAS.

Itens não recorrentes <i>R\$ milhões</i>	1T19	1T20
Reestruturação	(18,2)	(13,9)
Efeito da aplicação da IAS 29/CPC 42 (hiperinflação)	(0,2)	
Impactos COVID-19		(10,2)
Itens não recorrentes	(18,4)	(24,1)



RESULTADO FINANCEIRO LÍQUIDO

O desempenho do resultado financeiro líquido é explicado abaixo:

- Receita de juros de R\$ 147,6 milhões, impulsionada por nossa posição de caixa, principalmente em reais, dólares norte-americanos e dólares canadenses;
- Despesas de juros de R\$ 426,5 milhões, que incluem despesas com juros de passivos de arrendamento, como determinado pelo IFRS 16; despesas com juros incorridas em conexão com o Programa Brasileiro de Regularização Tributária – PERT; provisão de juros relacionada a incentivos fiscais estaduais de longo prazo no Brasil; bem como uma provisão, sem efeito caixa, de aproximadamente R\$ 90 milhões, relacionada à opção de venda associada ao nosso investimento na República Dominicana;
- R\$ 945,4 milhões de perdas com instrumentos derivativos, explicadas principalmente por perdas em *equity swaps*, e pelo aumento do custo de carregamento de *hedges* cambiais vinculados à nossa exposição do CPV e Capex na Argentina;
- Perdas com instrumentos não-derivativos de R\$ 204,2 milhões, principalmente explicadas pela variação cambial de transações *intercompany* sem efeito caixa, majoritariamente ligadas à depreciação do peso argentino e do real;
- R\$ 86,6 milhões de impostos sobre operações financeiras;
- R\$ 101,9 milhões de outras despesas financeiras, principalmente explicadas por provisões de contingências legais e despesas com plano de pensão;
- R\$ 80,1 milhões de receita financeira sem efeito de caixa resultante da norma de Contabilidade e Evidenciação em Economia Altamente Inflacionária, conforme detalhado na página 21.

Resultado financeiro líquido R\$ milhões	1T19	1T20
Receitas de juros	135,3	147,6
Despesas com juros	(391,3)	(426,5)
Ganhos/(perdas) com derivativos	(194,9)	(945,4)
Ganhos/(perdas) com instrumentos não-derivativos	(110,8)	(204,2)
Impostos sobre transações financeiras	(53,9)	(86,6)
Outras receitas/(despesas) financeiras líquidas	(153,1)	(101,9)
Hiperinflação Argentina	96,7	80,1
Resultado financeiro líquido	(672,1)	(1.536,9)



DETALHAMENTO DA DÍVIDA

Detalhamento da dívida <i>R\$ milhões</i>	31 de dezembro de 2019			31 de março de 2020		
	Circulante	Não circulante	Total	Circulante	Não circulante	Total
Moeda Local	474,3	1.881,9	2.356,2	498,7	2.015,2	2.514,0
Moeda Estrangeira	178,9	527,7	706,6	281,4	678,1	959,5
Dívida Consolidada	653,1	2.409,7	3.062,8	780,1	2.693,4	3.473,4
Caixa e Equivalentes de Caixa (líquido da conta garantida)			11.900,6			13.204,5
Aplicações Financeiras Correntes			14,6			44,8
Dívida/(caixa) líquida			(8.852,4)			(9.775,8)



PROVISÃO PARA IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL

A tabela abaixo demonstra a reconciliação da provisão para imposto de renda e contribuição social.

Imposto de renda e contribuição social <i>R\$ milhões</i>	1T19	1T20
Lucro antes do imposto de renda e contribuição social	3.381,5	1.490,9
Ajuste na base tributável		
Receita financeira líquida e outras receitas não tributáveis	(67,0)	(167,0)
Subvenção governamental relativa aos impostos sobre vendas	(487,2)	(405,0)
Participação nos resultados de empreendimentos controlados em conjunto	2,1	6,6
Despesas não dedutíveis	68,0	133,4
Lucros auferidos no exterior tributáveis no Brasil	179,9	11,5
	3.077,4	1.070,5
Alíquota nominal ponderada agregada	29,6%	29,3%
Impostos – alíquota nominal	(910,6)	(314,2)
Ajuste na despesa tributária		
Juros sobre capital próprio dedutíveis	369,0	141,4
Benefício da amortização de ágio	22,5	19,4
Efeito de hiperinflação da Argentina	(18,2)	(19,6)
Outros ajustes tributários	(95,1)	(106,7)
Despesa de imposto de renda e contribuição social	(632,5)	(279,7)
Alíquota efetiva de impostos	18,7%	18,8%

COMPOSIÇÃO ACIONÁRIA

A tabela abaixo resume a estrutura acionária da Ambev S.A. em 31 de março de 2020.

Composição Acionária - Ambev S.A.		
	ON	% Circ.
Anheuser-Busch InBev	9.728.777.961	61,8%
FAHZ	1.609.987.301	10,2%
Mercado	4.394.320.807	27,9%
Em circulação	15.733.086.069	100,0%
Tesouraria	2.031.896	
TOTAL	15.735.117.965	
Ações em negociação B3	3.087.539.733	19,6%
Ações em negociação NYSE	1.306.781.074	8,3%



NORMA DE CONTABILIDADE E EVIDENCIAÇÃO EM ECONOMIA ALTAMENTE INFLACIONÁRIA - ARGENTINA

Após a categorização da Argentina como um país com a taxa de inflação acumulada em três anos superior a 100%, o país é considerado altamente inflacionário de acordo com o IFRS.

Conseqüentemente, a partir do 3T18, passamos a reportar as operações das nossas filiais argentinas aplicando a norma de Contabilidade e Evidenciação em Economia Altamente Inflacionária (IAS29/CPC 42). A IAS 29/CPC 42 exige que os resultados acumulados do ano sejam corrigidos pela alteração no poder geral de compra da moeda local utilizando índices oficiais de inflação e, posteriormente, convertidos para Real pela taxa de câmbio de fechamento do período (i.e., taxa de fechamento de 31 de março de 2020 para os resultados do 1T20).

Os ajustes realizados no 1T20 são uma combinação do efeito (i) da indexação dos resultados acumulados do ano para refletir as mudanças no poder de compra nos resultados do 1T20, com contrapartida em uma conta dedicada no resultado financeiro e (ii) da diferença entre a conversão dos resultados de 1T20 para reais pela taxa de câmbio de fechamento de 31 de março de 2020 e a conversão pela taxa média do período reportado, como é feito para economias não inflacionárias.

Os impactos no 1T19 e 1T20 na receita líquida e no EBITDA ajustado foram os seguintes:

Impacto da Norma de Contabilidade e Evidenciação em Economia Altamente Inflacionária (IAS 29/CPC 42)		
Receita Líquida		
R\$ milhões	1T19	1T20
Indexação ⁽¹⁾	53,3	38,7
Conversão de Moeda ⁽²⁾	(129,9)	232,9
Impacto Total	(76,6)	271,5
EBITDA Ajustado		
R\$ milhões	1T19	1T20
Indexação ⁽¹⁾	15,2	1,6
Conversão de Moeda ⁽²⁾	(74,9)	92,8
Impacto Total	(59,7)	94,4
Taxa de conversão média BRLARS	10,1104	14,2986
Taxa de conversão de fechamento BRLARS	11,1254	12,4010

(1) Indexação calculada pela taxa de câmbio de fechamento de cada período.

(2) Impacto da conversão de moeda calculado como a diferença entre converter os valores em pesos argentinos (ARS) para reais (BRL) usando a taxa de fechamento do período e usando a taxa média do período.

Além disso, a IAS 29 exige que ativos e passivos não monetários no balanço patrimonial das operações localizadas em economias altamente inflacionárias sejam atualizados pela inflação acumulada. O efeito resultante da atualização até 31 de dezembro de 2017 foi reportado no Patrimônio Líquido e o efeito da atualização a partir dessa data em uma conta dedicada no resultado financeiro, reconhecendo-se os impostos diferidos sobre tais ajustes, quando aplicável.

No 1T20, a utilização da norma de Contabilidade e Evidenciação em Economia Altamente Inflacionária de acordo com as regras do IFRS, resultou (i) em um ajuste positivo de R\$ 80,1 milhões no resultado financeiro; (ii) em um impacto negativo no Lucro Líquido de R\$ 29,5 milhões; (iii) em um impacto negativo no Lucro Líquido ajustado de R\$ 29,1 milhões; e (iv) nenhum impacto material no LPA e LPA ajustado.



RECONCILIAÇÃO ENTRE EBITDA AJUSTADO E LUCRO LÍQUIDO

O EBITDA ajustado e o EBIT são medidas utilizadas pela Administração da Ambev para medir seu desempenho.

O EBITDA ajustado é calculado excluindo-se do lucro líquido do exercício os seguintes efeitos: (i) Participação de não controladores; (ii) Despesa com imposto de renda; (iii) Participação nos resultados de coligadas; (iv) Resultado financeiro líquido; (v) Itens não recorrentes; e (vi) Despesas com depreciação e amortização.

O EBITDA e o EBIT ajustados não são medidas contábeis utilizadas nas práticas contábeis adotadas no Brasil, pelo IFRS ou nos Estados Unidos da América (US GAAP), e não devem ser considerados como uma alternativa ao lucro líquido na qualidade de indicador do desempenho operacional ou como uma alternativa ao fluxo de caixa na condição de indicador de liquidez. Nossas definições de EBITDA e EBIT ajustados podem não ser comparáveis ao EBITDA e EBIT ajustados conforme definido por outras empresas.

Reconciliação - Lucro líquido ao EBITDA <i>R\$ milhões</i>	1T19	1T20
Lucro líquido - Ambev	2.661,9	1.091,8
Participação dos não controladores	87,2	119,5
Despesa com imposto de renda e contribuição social	632,5	279,7
Lucro antes de impostos	3.381,5	1.490,9
Participação nos resultados de empreendimentos controlados em conjunto	2,1	6,6
Resultado financeiro líquido	672,1	1.536,9
Itens não recorrentes	18,4	24,1
EBIT ajustado	4.074,2	3.058,5
Depreciação & amortização - total	1.046,5	1.174,0
EBITDA ajustado	5.120,7	4.232,5



TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS DO 1T20

Palestrantes:	Jean Jereissati Neto Diretor Geral da Ambev
	Lucas Machado Lira Diretor Financeiro e de Relações com Investidores
Idioma:	Inglês
Data:	7 de maio de 2020 (Quinta-feira)
Horário:	12:00 (horário de Brasília) 11:00 (horário da costa leste dos EUA)
Telefones:	Participantes dos EUA +1 (844) 435-0325 Participantes Internacionais +1 (412) 317-6367
Código:	Ambev

Solicitamos ligar com 15 minutos de antecedência à teleconferência.

Webcast: A teleconferência também será transmitida ao vivo pela internet, disponível no website da Ambev: <http://webcastlite.mziq.com/cover.html?webcastId=e5470f7f-2d05-4983-8829-d843c3deb27d>

Uma apresentação estará disponível para download em nosso site (ri.ambev.com.br), assim como na plataforma online através do link acima.

Playback: O *replay* da teleconferência estará disponível no site da Ambev uma hora após o término no mesmo link acima. Para acessar o *replay* da teleconferência pelo telefone, favor ligar para: Participantes dos EUA: +1 (877) 344-7529 / Participantes de outros países: +1 (412) 317-0088 / Código: 10142233 - discar "1" para começar o *replay*.

Para obter informações adicionais, favor contatar o time de Relações com Investidores:

Thiago Levy
+55 (11) 2122-1415
thiago.levy@ambev.com.br

Elisa Lima
+55 (11) 2122-1414
elisa.lima@ambev.com.br

ri.ambev.com.br



NOTAS

Segregamos neste relatório o impacto do resultado orgânico das mudanças de escopo e diferenças de câmbio. As mudanças de escopo representam o impacto de aquisições e vendas de ativos, o início ou término de atividades ou a transferência de atividades entre segmentos, mudanças de estimativas contábeis ano contra ano e outras premissas que os administradores não consideram parte do desempenho de negócio. Crescimentos orgânicos e valores normalizados são apresentados aplicando-se taxas de câmbio constantes ano contra ano para excluir o efeito da variação cambial.

Exceto quando especificado em contrário, variações percentuais no documento são orgânicas e ajustadas por natureza. Sempre que utilizado neste relatório, o termo “ajustado” se refere às medidas de desempenho (EBITDA, EBIT, Lucro Líquido, LPA) antes de itens não recorrentes. Itens não recorrentes são receitas ou despesas que não ocorrem no curso normal das atividades da Companhia. Estas são apresentadas de forma separada dada a importância delas para o entendimento do desempenho da Companhia devido à sua natureza ou magnitude. Medidas ajustadas são medidas adicionais utilizadas pela Administração, e não devem substituir as medidas calculadas em conformidade com as IFRS como indicadores do desempenho da Companhia. Comparações, exceto quando especificado em contrário, referem-se ao primeiro trimestre de 2019 (1T19). Os somatórios podem não conferir devido a arredondamentos.

Informações contidas neste documento podem incluir considerações futuras e refletem a percepção atual e perspectivas da diretoria sobre a evolução do ambiente macroeconômico, condições da indústria, desempenho da Companhia e resultados financeiros. Quaisquer declarações, expectativas, capacidades, planos e conjecturas contidos neste documento, que não descrevam fatos históricos, tais como informações a respeito da declaração de pagamento de dividendos, a direção futura das operações, a implementação de estratégias operacionais e financeiras relevantes, o programa de investimento, e os fatores ou tendências que afetem a condição financeira, liquidez ou resultados das operações, são considerações futuras de significado previsto no “*U.S. Private Securities Litigation Reform Act*” de 1995 e contemplam diversos riscos e incertezas. Não há garantias de que tais resultados venham a ocorrer. As declarações são baseadas em diversos fatores e expectativas, incluindo condições econômicas e mercadológicas, competitividade da indústria e fatores operacionais. Quaisquer mudanças em tais expectativas e fatores podem implicar que o resultado real seja materialmente diferente das expectativas correntes.



Ambev - Informação financeira segmentada Resultado orgânico	Cerveja			Brasil NAB			Total			CAC			LAS			Canadá			Ambev Consolidado		
	1T19	1T20	%	1T19	1T20	%	1T19	1T20	%	1T19	1T20	%	1T19	1T20	%	1T19	1T20	%	1T19	1T20	%
Volume (000 hl)	21.003,4	18.581,5	-11,5%	6.505,7	6.429,9	-1,2%	27.509,1	25.011,4	-9,1%	3.175,9	2.748,1	-13,5%	8.772,5	9.333,9	6,4%	1.838,9	1.918,1	3,1%	41.296,4	39.011,5	-5,6%
R\$ milhões																					
Receita líquida	6.132,8	5.454,6	-11,1%	1.081,6	1.070,5	-1,0%	7.214,4	6.525,1	-9,6%	1.462,1	1.424,4	-10,2%	2.670,2	3.120,2	22,4%	1.293,5	1.532,8	3,3%	12.640,1	12.602,6	-1,6%
% do total	48,5%	43,3%		8,6%	8,5%		57,1%	51,8%		11,6%	11,3%		21,1%	24,8%		10,2%	12,2%		100,0%	100,0%	
CPV	(2.498,2)	(2.401,4)	-3,9%	(559,4)	(548,7)	-1,9%	(3.057,6)	(2.950,1)	-3,5%	(643,3)	(678,4)	-3,2%	(953,6)	(1.414,6)	56,2%	(453,2)	(600,1)	15,1%	(5.107,7)	(5.643,2)	9,3%
% do total	48,9%	42,6%		11,0%	9,7%		59,9%	52,3%		12,6%	12,0%		18,7%	25,1%		8,9%	10,6%		100,0%	100,0%	
Lucro bruto	3.634,6	3.053,3	-16,0%	522,2	521,8	-0,1%	4.156,8	3.575,1	-14,0%	818,8	746,1	-15,7%	1.716,6	1.705,6	3,6%	840,3	932,7	3,1%	7.532,4	6.959,4	-8,9%
% do total	48,3%	43,9%		6,9%	7,5%		55,2%	51,4%		10,9%	10,7%		22,8%	24,5%		11,2%	13,4%		100,0%	100,0%	
SG&A	(1.802,7)	(1.920,1)	6,5%	(294,6)	(332,1)	12,7%	(2.097,2)	(2.252,2)	7,4%	(357,1)	(356,1)	-9,0%	(676,8)	(810,4)	26,8%	(558,5)	(653,4)	1,5%	(3.689,5)	(4.072,2)	8,5%
% do total	48,9%	47,2%		8,0%	8,2%		56,8%	55,3%		9,7%	8,7%		18,3%	19,9%		15,1%	16,0%		100,0%	100,0%	
Outras receitas/(despesas) operacionais	175,6	130,9	-25,5%	57,8	31,6	-45,3%	233,4	162,5	-30,4%	4,7	5,3	6,7%	0,0	16,7	ns	(6,9)	(13,2)	68,8%	231,3	171,3	-24,7%
% do total	75,9%	76,4%		25,0%	18,5%		100,9%	94,9%		2,0%	3,1%		0,0%	9,7%		-3,0%	-7,7%		100,0%	100,0%	
EBIT ajustado	2.007,5	1.264,0	-37,0%	285,4	221,3	-22,5%	2.292,9	1.485,3	-35,2%	466,4	395,3	-20,7%	1.039,8	911,8	-9,7%	274,9	266,1	-14,3%	4.074,2	3.058,5	-25,6%
% do total	49,3%	41,3%		7,0%	7,2%		56,3%	48,6%		11,4%	12,9%		25,5%	29,8%		6,7%	8,7%		100,0%	100,0%	
EBITDA ajustado	2.578,2	1.866,3	-27,6%	363,7	311,8	-14,3%	2.941,8	2.178,0	-26,0%	578,1	523,1	-15,6%	1.271,7	1.169,0	-4,9%	329,0	362,4	-2,7%	5.120,7	4.232,5	-18,1%
% do total	50,3%	44,1%		7,1%	7,4%		57,4%	51,5%		11,3%	12,4%		24,8%	27,6%		6,4%	8,6%		100,0%	100,0%	
% da receita líquida																					
Receita líquida	100,0%	100,0%		100,0%	100,0%		100,0%	100,0%		100,0%	100,0%		100,0%	100,0%		100,0%	100,0%		100,0%	100,0%	
CPV	-40,7%	-44,0%		-51,7%	-51,3%		-42,4%	-45,2%		-44,0%	-47,6%		-35,7%	-45,3%		-35,0%	-39,2%		-40,4%	-44,8%	
Lucro bruto	59,3%	56,0%		48,3%	48,7%		57,6%	54,8%		56,0%	52,4%		64,3%	54,7%		65,0%	60,8%		59,6%	55,2%	
SG&A	-29,4%	-35,2%		-27,2%	-31,0%		-29,1%	-34,5%		-24,4%	-25,0%		-25,3%	-26,0%		-43,2%	-42,6%		-29,2%	-32,3%	
Outras receitas/(despesas) operacionais	2,9%	2,4%		5,3%	3,0%		3,2%	2,5%		0,3%	0,4%		0,0%	0,5%		-0,5%	-0,9%		1,8%	1,4%	
EBIT ajustado	32,7%	23,2%		26,4%	20,7%		31,8%	22,8%		31,9%	27,8%		38,9%	29,2%		21,3%	17,4%		32,2%	24,3%	
EBITDA ajustado	42,0%	34,2%		33,6%	29,1%		40,8%	33,4%		39,5%	36,7%		47,6%	37,5%		25,4%	23,6%		40,5%	33,6%	
Por hectolitro - (R\$/hl)																					
Receita líquida	292,0	293,6	0,5%	166,2	166,5	0,1%	262,3	260,9	-0,5%	460,4	518,3	3,8%	304,4	334,3	15,0%	703,4	799,2	0,1%	306,1	323,0	2,2%
CPV	(118,9)	(129,2)	8,7%	(86,0)	(85,3)	-0,7%	(111,1)	(117,9)	6,1%	(202,6)	(246,9)	11,9%	(108,7)	(151,6)	46,8%	(246,4)	(312,9)	11,4%	(123,7)	(144,7)	15,8%
Lucro bruto	173,0	164,3	-5,0%	80,3	81,2	1,1%	151,1	142,9	-5,4%	257,8	271,5	-2,6%	195,7	182,7	-2,6%	457,0	486,3	-6,0%	182,4	178,4	-3,6%
SG&A	(85,8)	(103,3)	20,4%	(45,3)	(51,6)	14,1%	(76,2)	(90,0)	18,1%	(112,4)	(129,6)	5,2%	(77,1)	(86,8)	19,2%	(303,7)	(340,7)	-1,5%	(89,3)	(104,4)	14,9%
Outras receitas/(despesas) operacionais	8,4	7,0	-15,8%	8,9	4,9	-44,7%	8,5	6,5	-23,4%	1,5	1,9	23,4%	0,0	1,8	ns	(3,7)	(6,9)	63,0%	5,6	4,4	-20,3%
EBIT ajustado	95,6	68,0	-28,8%	43,9	34,4	-21,5%	83,4	59,4	-28,8%	146,9	143,8	-8,3%	118,5	97,7	-15,1%	149,5	138,7	-16,7%	98,7	78,4	-21,2%
EBITDA ajustado	122,7	100,4	-18,2%	55,9	48,5	-13,3%	106,9	87,1	-18,6%	182,0	190,4	-2,5%	145,0	125,2	-10,6%	178,9	188,9	-5,5%	124,0	108,5	-13,2%



BALANÇO PATRIMONIAL CONSOLIDADO R\$ milhões	31 de dezembro de 2019	31 de março de 2020
Ativo		
Ativo circulante		
Caixa e equivalentes de caixa	11.900,7	13.204,5
Aplicações financeiras	14,6	44,8
Instrumentos financeiros derivativos	172,1	371,3
Contas a receber	4.495,5	3.394,3
Estoques	5.978,6	7.752,7
Imposto de renda e contribuição social a recuperar	1.831,4	3.112,6
Demais impostos a recuperar	2.242,7	2.153,8
Outros ativos	985,6	1.052,4
	27.621,1	31.086,4
Ativo não circulante		
Aplicações financeiras	163,6	200,9
Instrumentos financeiros derivativos	1,2	0,4
Imposto de renda e contribuição social a recuperar	4.331,9	3.054,3
Imposto de renda e contribuição social diferidos	2.950,1	4.048,2
Demais impostos a recuperar	671,1	730,8
Outros ativos	1.751,7	1.899,1
Benefícios a funcionários	56,2	71,2
Investimentos	303,4	339,6
Imobilizado	22.576,3	25.063,4
Intangível	6.306,4	7.842,5
Ágio	35.009,9	39.350,8
	74.121,8	82.601,2
Total do ativo	101.742,9	113.687,6
Patrimônio líquido e passivo		
Passivo circulante		
Contas a pagar	15.069,6	16.321,1
Instrumentos financeiros derivativos	355,3	1.172,4
Empréstimos e financiamentos	653,1	780,1
Salários e encargos	833,0	976,3
Dividendos e juros sobre o capital próprio a pagar	956,6	1.072,9
Imposto de renda e contribuição social a recolher	1.394,2	1.310,0
Impostos, taxas e contribuições a recolher	4.108,5	1.759,8
Outros passivos	1.530,7	1.705,5
Provisões	110,0	120,0
	25.011,0	25.218,1
Passivo não circulante		
Contas a pagar	309,6	271,0
Instrumentos financeiros derivativos	0,1	6,6
Empréstimos e financiamentos	2.409,7	2.693,4
Imposto de renda e contribuição social diferidos	2.371,1	2.861,8
Imposto de renda e contribuição social a recolher	2.219,6	2.212,2
Impostos, taxas e contribuições a recolher	645,2	695,3
Opção de venda concedida sobre participação em controlada e outros passivos	3.145,4	4.178,3
Provisões	371,0	367,1
Benefícios a funcionários	2.704,5	3.074,7
	14.175,9	16.360,4
Total do passivo	39.186,9	41.578,5
Patrimônio líquido		
Capital social	57.866,8	57.899,1
Reservas	75.685,7	75.701,8
Ajuste de avaliação patrimonial	(72.274,5)	(64.632,9)
Lucros/ (Prejuízos) acumulados		1.392,0
Patrimônio líquido de controladores	61.278,0	70.359,9
Participação de não controladores	1.278,0	1.749,2
Total do patrimônio líquido	62.556,0	72.109,1
Total do passivo e patrimônio líquido	101.742,9	113.687,6



DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS CONSOLIDADOS R\$ milhões	1T19	1T20
Receita líquida	12.640,1	12.602,6
Custo dos produtos vendidos	(5.107,7)	(5.643,2)
Lucro bruto	7.532,4	6.959,4
Despesas logísticas	(1.626,7)	(1.851,3)
Despesas comerciais	(1.401,3)	(1.555,5)
Despesas administrativas	(661,5)	(665,3)
Outras receitas/(despesas) operacionais	231,3	171,3
Lucro operacional ajustado	4.074,2	3.058,5
Itens não recorrentes	(18,4)	(24,1)
Lucro operacional	4.055,7	3.034,4
Resultado financeiro líquido	(672,1)	(1.536,9)
Participação nos resultados de empreendimentos controlados em conjunto	(2,1)	(6,6)
Lucro antes do imposto de renda e contribuição social	3.381,5	1.490,9
Despesa com imposto de renda e contribuição social	(632,5)	(279,7)
Lucro líquido do período	2.749,1	1.211,3
Participação dos controladores	2.661,9	1.091,8
Participação dos não controladores	87,2	119,5
Lucro por ação básico (R\$)	0,17	0,07
Lucro por ação diluído (R\$)	0,17	0,07
Lucro líquido ajustado do período	2.762,4	1.227,8
Lucro por ação básico ajustado (R\$)	0,17	0,07
Lucro por ação diluído ajustado (R\$)	0,17	0,07
nº de ações em circulação - básico (em milhões de ações)	15.723,3	15.731,4
nº de ações em circulação - diluído (em milhões de ações)	15.853,0	15.861,2



DEMONSTRAÇÃO DE FLUXO DE CAIXA CONSOLIDADO

R\$ milhões

	1T19	1T20
Lucro líquido do período	2.749,1	1.211,3
Depreciação, amortização e impairment	1.046,5	1.174,0
Perda por impairment nas contas a receber, nos estoques e nas demais contas a receber	45,1	53,5
Aumento/(redução) nas provisões e benefícios a funcionários	14,8	19,4
Resultado financeiro líquido	672,1	1.536,9
Perda/(ganho) na venda de imobilizado e intangíveis	(11,8)	(27,3)
Despesa com pagamentos baseados em ações	45,4	51,8
Imposto de renda e contribuição social	632,5	279,7
Participação nos resultados de controladas, coligadas e empreendimentos controlados em conjunto	2,1	6,6
Outros itens que não afetam o caixa incluídos no lucro	(438,8)	(346,8)
Fluxo de caixa das atividades operacionais antes do capital de giro e provisões	4.757,0	3.959,0
(Aumento)/redução no contas a receber e demais contas a receber	687,2	2.665,9
(Aumento)/redução nos estoques	(666,0)	(1.142,7)
Aumento/(redução) no contas a pagar e demais contas a pagar	(1.222,9)	(2.518,3)
Geração de caixa das atividades operacionais	3.555,3	2.963,9
Juros pagos	(73,2)	(133,0)
Juros recebidos	133,0	133,7
Dividendos recebidos	0,2	0,9
Imposto de renda e contribuição social pagos	(1.535,2)	(1.421,5)
Fluxo de caixa das atividades operacionais	2.080,1	1.544,1
Proventos da venda de imobilizado e intangíveis	19,8	30,2
Aquisição de imobilizado e intangíveis	(546,1)	(1.346,3)
Aquisição de subsidiárias, líquido de caixa adquirido	(44,6)	(279,3)
(Aplicação financeira)/proventos líquidos de títulos de dívida	(14,6)	(75,3)
Proventos/(aquisição) de outros ativos, líquidos	202,3	
Fluxo de caixa das atividades de investimento	(383,1)	(1.670,7)
Aumento de capital	2,5	
Aumento/(redução) de capital em não controladores		0,7
Proventos/(recompra) de ações	(1,3)	(4,5)
Aquisição de participação de não controladores	(0,0)	
Proventos de empréstimos	801,6	86,5
Liquidação de empréstimos	(92,4)	(46,9)
Caixa líquido de custos financeiros, exceto juros	(886,7)	(8,1)
Pagamento de passivos de arrendamento	(154,5)	(128,7)
Dividendos e juros sobre o capital próprio pagos	(53,0)	(46,5)
Fluxo de caixa de atividades financeiras	(383,8)	(147,6)
Aumento/(redução) líquido no Caixa e equivalentes de caixa	1.313,2	(274,2)
Caixa e equivalentes de caixa (líquido da conta garantida) no início do período	11.463,5	11.900,6
Efeito de variação cambial	45,8	1.578,0
Caixa e equivalentes de caixa (líquido da conta garantida) no final do período	12.822,5	13.204,5

