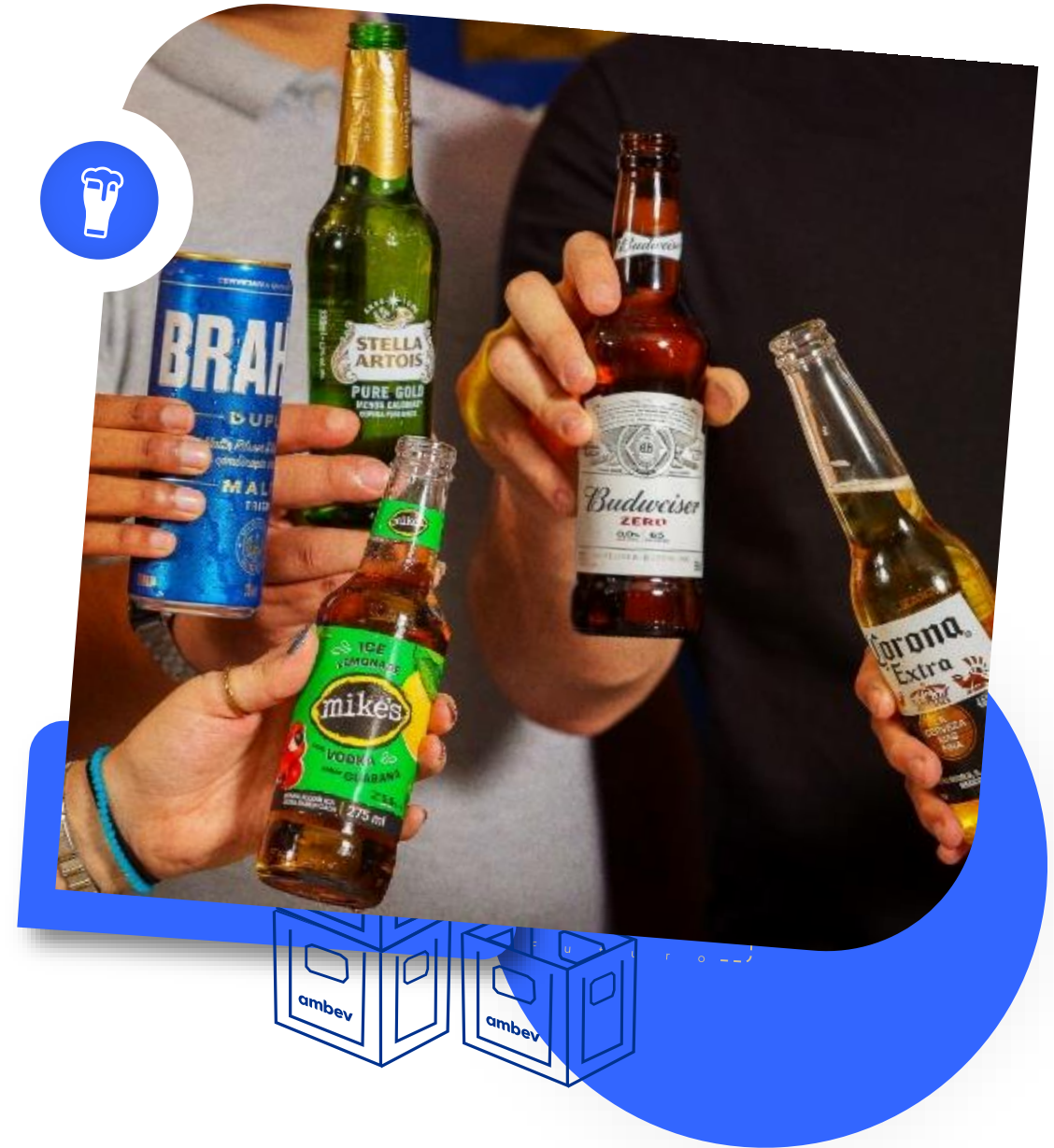


CALL DE RESULTADOS

2T25



Esta apresentação foi preparada pela Ambev S.A. ("Ambev" ou "Companhia") para uso exclusivo na conferência de resultados do segundo trimestre de 2025 (2T25). Esta apresentação não deve ser considerada um documento completo e deve ser analisada em conjunto com formulário de informações trimestrais (ITR) do segundo trimestre e respectivo press release, ambos disponíveis no site da CVM e da SEC. Esta apresentação foi preparada apenas para fins informativos e não deve ser entendida como uma solicitação ou oferta para comprar ou vender quaisquer valores mobiliários da Companhia nem como sendo conselhos ou recomendações de qualquer natureza. Esta apresentação não tem a intenção de ser abrangente nem conter todas as informações que os acionistas da Companhia possam precisar. Nenhuma decisão de investimento, alienação ou outras decisões ou ações financeiras devem ser tomadas exclusivamente com base nas informações aqui contidas. Segregamos nesta apresentação 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 ajustados são apresentados aplicando-se taxas de câmbio constantes de ano contra ano para excluir o efeito da variação cambial. Exceto quando especificado em contrário, variações percentuais neste relatório são orgânicas e ajustadas por natureza. Sempre que utilizado neste documento, o termo "ajustado" se refere às medidas de desempenho EBITDA e Lucro Operacional antes de itens não usuais e participação nos resultados de joint ventures e às medidas de desempenho Lucro Líquido e LPA antes de ajustes de itens não usuais. Itens não usuais 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 sustentável subjacente da Companhia devido à sua natureza ou magnitude. Medidas ajustadas são medidas adicionais utilizadas pela Administração, e não devem substituir as medidas determinadas em conformidade com as IFRS como indicadores do desempenho da Companhia. Comparações, exceto quando especificado em contrário, referem-se ao segundo trimestre de 2024 (2T24). Os somatórios neste relatório podem não conferir devido a arredondamentos.



2T25 DESTAQUES OPERACIONAIS

Budweiser



#TRAZASBUDSPRACA

DESTAQUES 2T25



Marcas mais fortes



Gestão de receita e custo



Crescimento do EBITDA de um dígito alto com expansão de margem



PRIMEIRO SEMESTRE SÓLIDO



Melhora da saúde das marcas



Receita líquida resiliente



Crescimento do EBITDA de dois dígitos com expansão de margem



Crescimento do lucro por ação de 6,5%



Fluxo de caixa das atividades operacionais resiliente



~BRL 6,0 bilhões dividendos declarados este ano

ESTRATÉGIA DE CRESCIMENTO

ambev







- *Premium e Super Premium* acima de 10%
- *Balanced Choices* acima de 20%
- Megabrands impulsionadas por megaplataformas
- Segmento *core* em queda, com saúde de marca resiliente







 **GMV do BEES Marketplace cresceu na casa dos 90%, impulsionado por parcerias 3P**

 **GMV anualizado de R\$ 7,4 bilhões**

 **GMV do Zé Delivery +7%**

 **Valor médio por pedido +11%**



**FORTALECENDO O CORE, ALÉM DO
QUE É VISÍVEL EXTERNAMENTE**





FORTALECENDO O CORE, ALÉM DO QUE É VISÍVEL EXTERNAMENTE



~40 minutos/semana de engajamento com clientes



Foco dos *BDRs* de *sell-in* para *sell-out*



+3,4% de SKUs por PDV este ano



Eficiências na gestão de receita



NPS recorde





FORTALECENDO O CORE, ALÉM DO QUE É VISÍVEL EXTERNAMENTE



~80% dos compradores são Geração Z (LDA) e millennials



+47% de frequência de compra de cerveja vs. média da categoria



Premium e Balanced Choices com maior mix e forte momentum







- Mais do que compensou a inflação de custos não ligados a commodities
- Eficiências em SG&A com redução de custos logísticos
- Alavancagem operacional de 2,2x



FOOTPRINT GEOGRÁFICO AMBEV

ambev

■ EBITDA
■ Mg EBITDA

CAC

17% contribuição EBITDA¹

2T25	6M25
+5,9%	+3,7%
+290 pb	+200 pb

LAS

16% contribuição EBITDA¹

2T25	6M25
+42,8%	+31,5%
+270 pb	+210 pb

CANADÁ

10% contribuição EBITDA¹

2T25	6M25
+4,4%	+7,2%
+40 pb	+160 pb

BRASIL CERVEJA

48% contribuição EBITDA¹

2T25	6M25
+2,7%	+7,0%
+190 pb	+230 pb

NAB BRASIL

9% contribuição EBITDA¹

2T25	6M25
+0,9%	+4,9%
-150 pb	-110 pb

Nota:

¹ Participação percentual no EBITDA acumulado no ano



BU CERVEJA BRASIL

Volume -8,9% | ROL/hl¹ +6,2%

- Queda de volume principalmente devido ao clima
- Melhora da saúde da marca, suavizando o impacto em *market share*
- *Premium e Super Premium* cresceram na casa dos 15%
- Marcas acima do core ~30% do mix
- Core caiu na casa dos 10%
- *Balanced Choices* cresceu na casa dos 20%

Nota:

¹Excluindo produtos de *marketplace* não Ambev



VOLUME MIX

DE **1,4%**

PARA **2,5%**



BU NAB BRASIL

Volume +0,2% | ROL/hl +6,5%

- Receita líquida por hectolitro saudável
- Marcas demonstraram resiliência
- Ganhos estimados de participação de mercado¹
- Portfólio sem açúcar cresceu 30%

Notas:

¹ Segundo nossas estimativas



BU LAS

Volume +2,9% | ROL/hl¹ +19,4%

Argentina

- Volume de cerveja sequencialmente melhor e voltou a crescer
- *Premium* cresceu dois dígitos
- Saúde das megabrands melhorou

Nota:

¹Excluindo produtos de *marketplace* não Ambev



BU CAC

Volume -4,4% | ROL/hl¹ +3,3%

República Dominicana

- Ambiente de consumo melhorou sequencialmente
- Ganhos estimados de *Share of Throat*²
- Marcas seguem saudáveis

Notas:

¹ Excluindo produtos de *marketplace* não Ambev

² Segundo nossas estimativas



BU CANADA

Volume +0,8% | ROL/hl¹ +2,0%

- Expansão do modelo de distribuição em Ontário
- Cervejas não alcoólicas cresceram na casa dos 15%
- Ganho de *Share of Throat* e de *market share*²
- Maior crescimento de EBITDA para um 2T

Notas:

¹ Excluindo produtos de *marketplace* não Ambev

² Segundo nossas estimativas



DESEMPENHO FINANCEIRO



**1. GESTÃO DE CUSTOS E
DESPESAS**

2. LUCRO LÍQUIDO

3. GERAÇÃO DE CAIXA



TRIMESTRE DE TRANSIÇÃO



Atuar sobre o que está sob nosso controle



Alocação disciplinada de recursos



Gestão proativa de custos



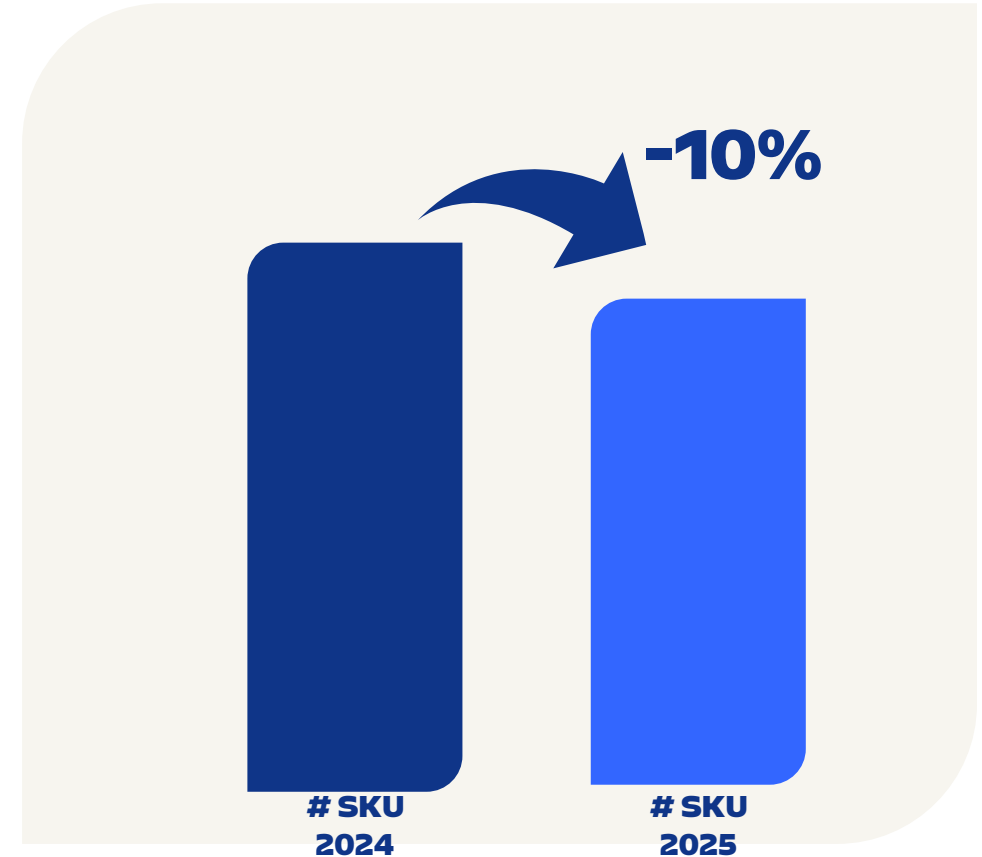
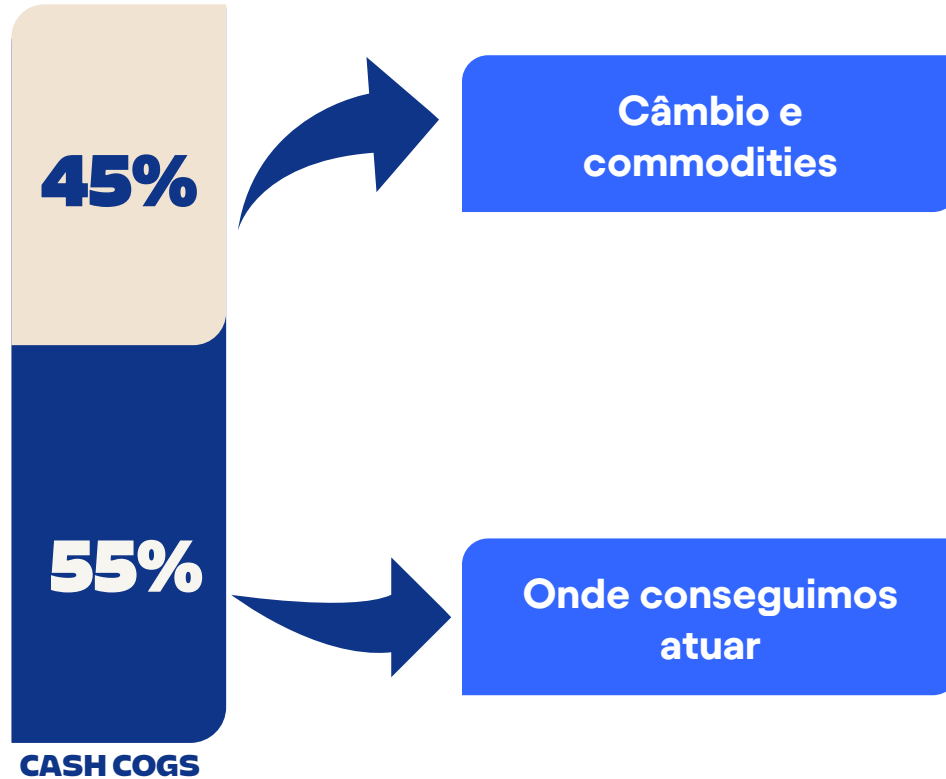
Iniciativas direcionadas em SG&A



GESTÃO DE CUSTOS E DESPESAS

ambev
(BRL billion)

2T 2025

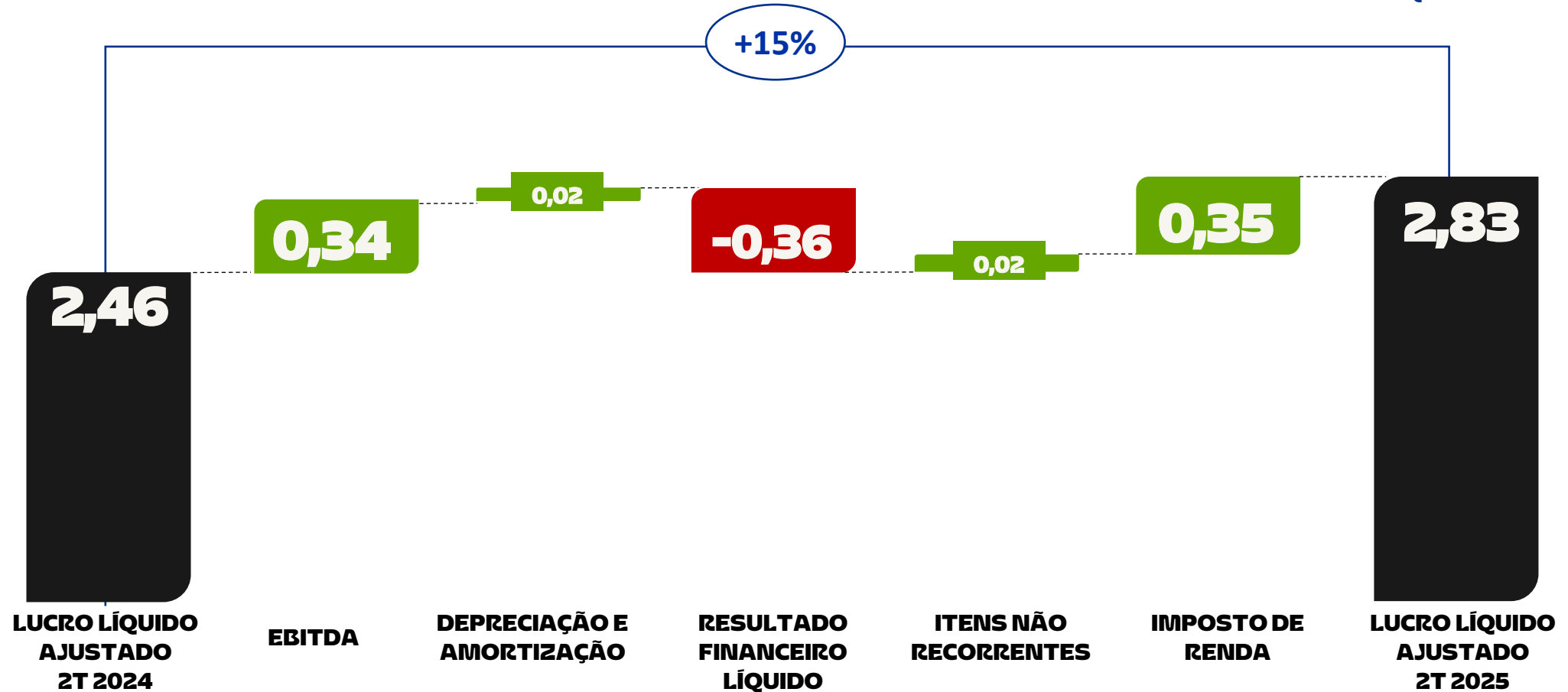


LUCRO LÍQUIDO AJUSTADO

ambev

(BRL bilhão)

2T 2025



LUCRO LÍQUIDO AJUSTADO

ambev
(BRL billion)

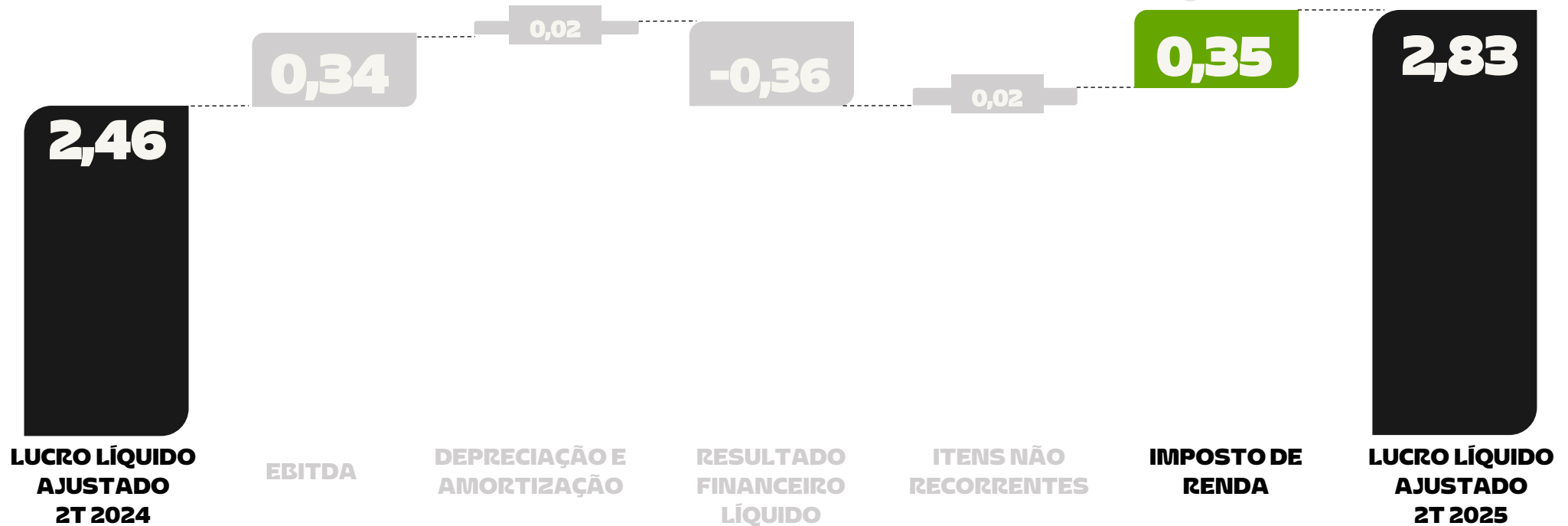
2T 2025



LUCRO LÍQUIDO AJUSTADO

ambev
(BRL billion)

2T 2025



LUCRO LÍQUIDO AJUSTADO

ambev
(BRL billion)

2T 2025

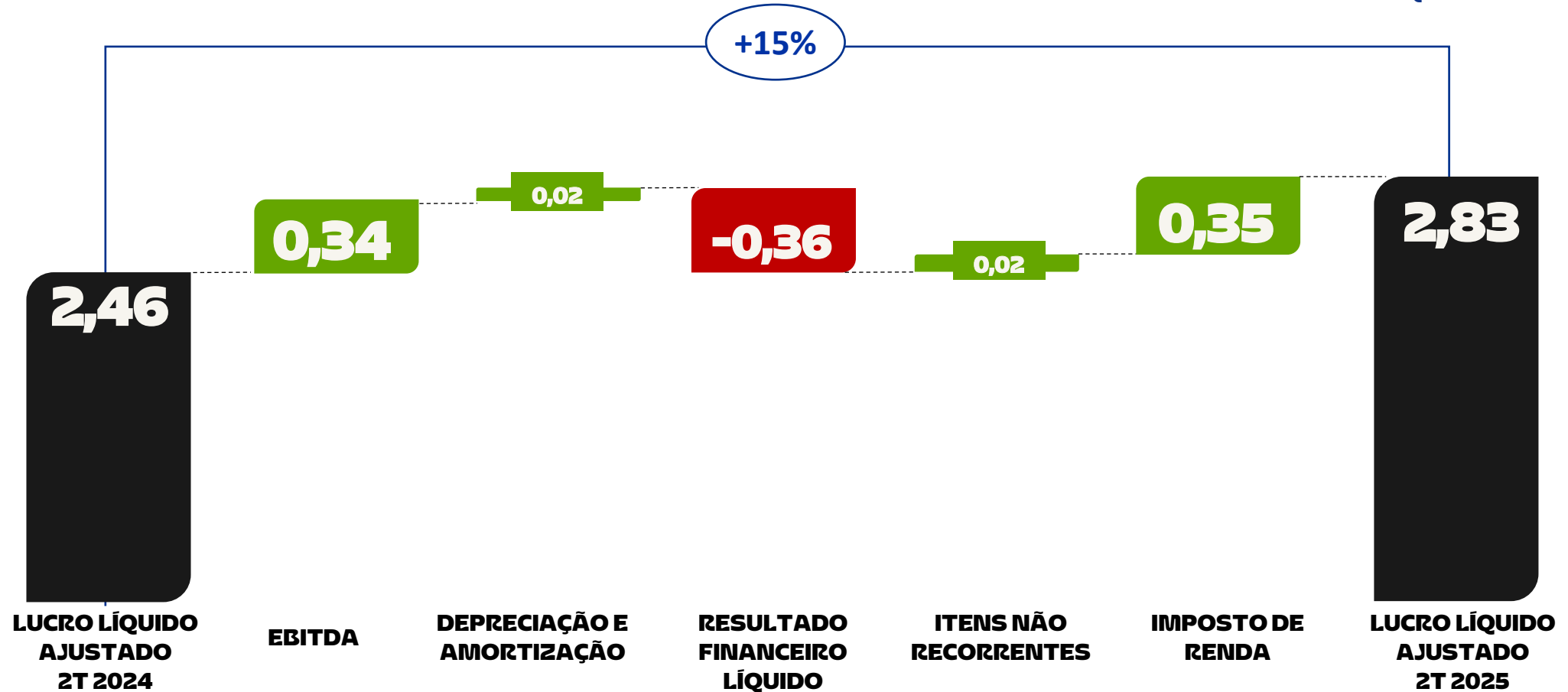


LUCRO LÍQUIDO AJUSTADO

ambev
(BRL billion)

(BRL bilhão)

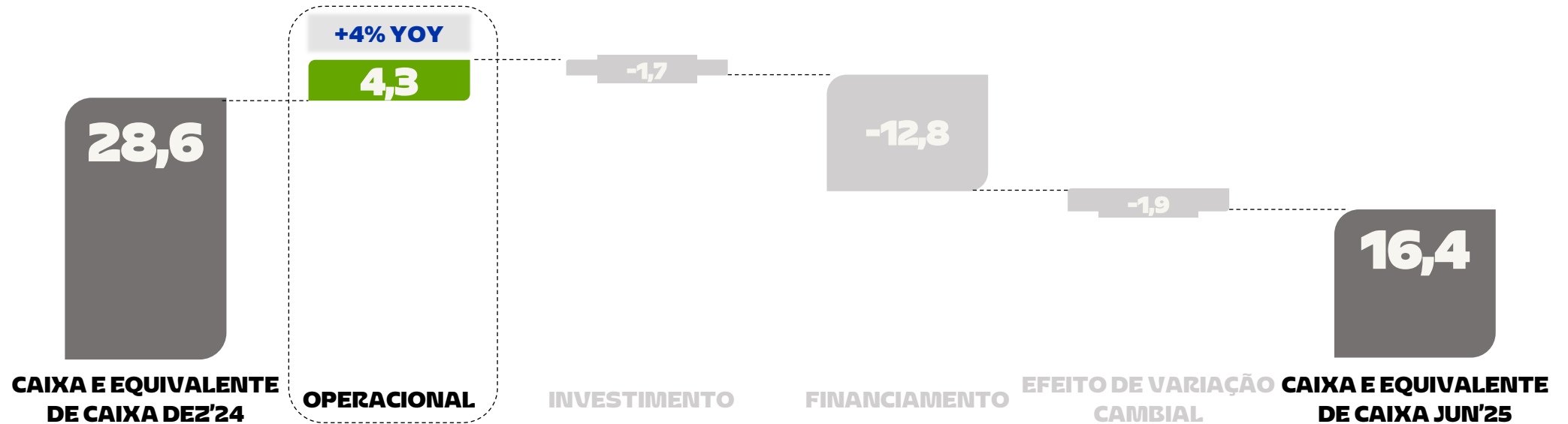
2T 2025



FLUXO DE CAIXA

6M 2025

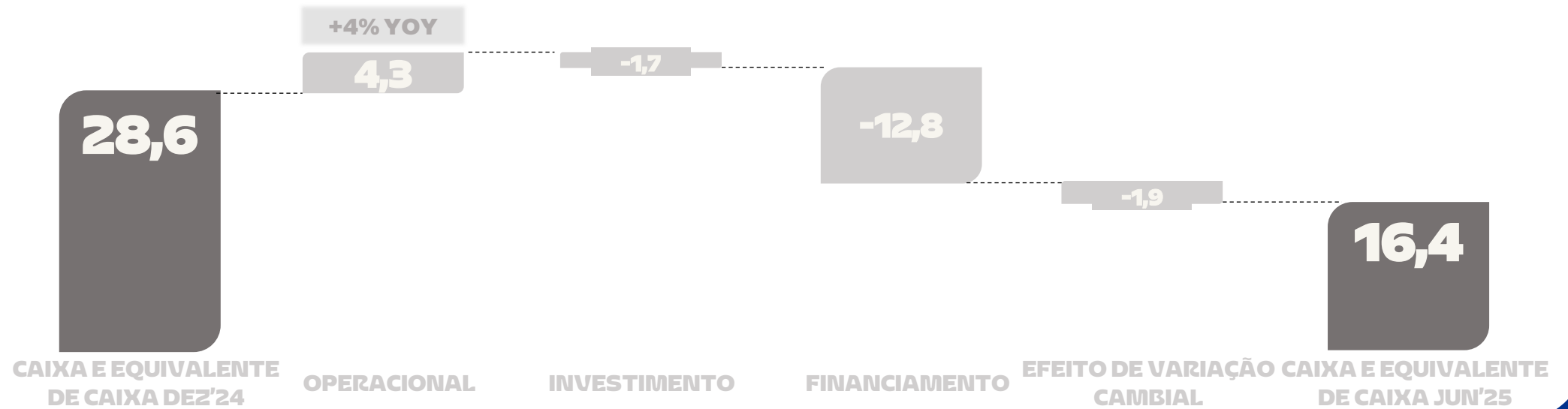
(BRL bilhão)



FLUXO DE CAIXA

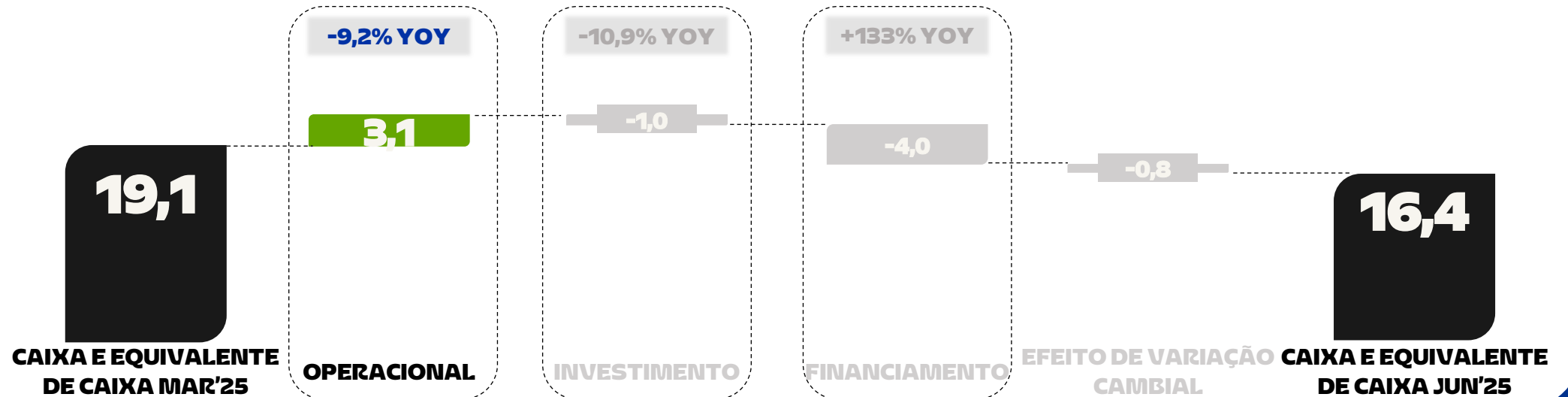
6M 2025

(BRL bilhão)



2T 2025

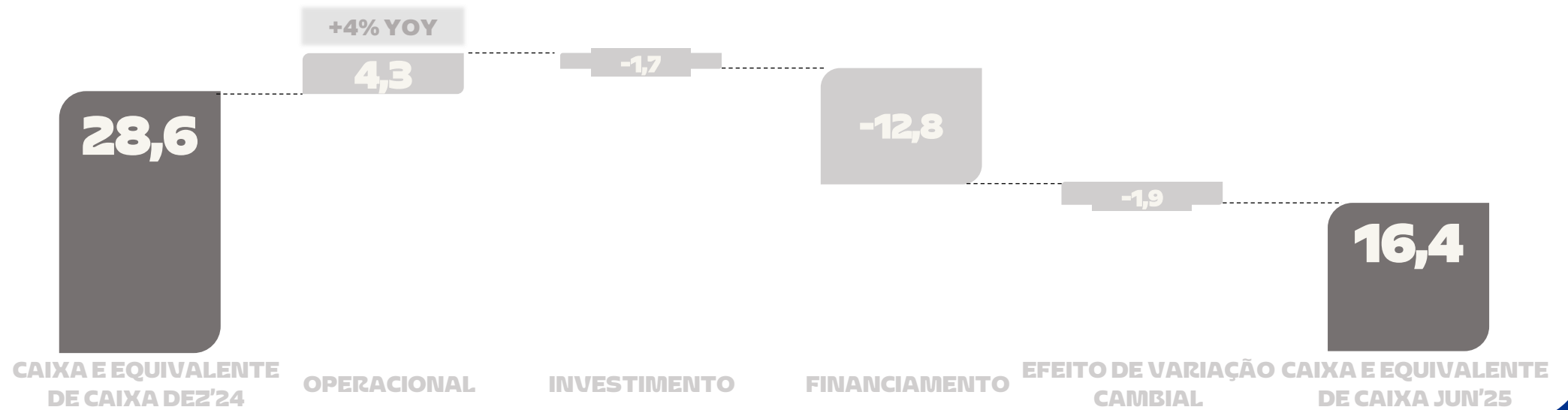
(BRL bilhão)



FLUXO DE CAIXA

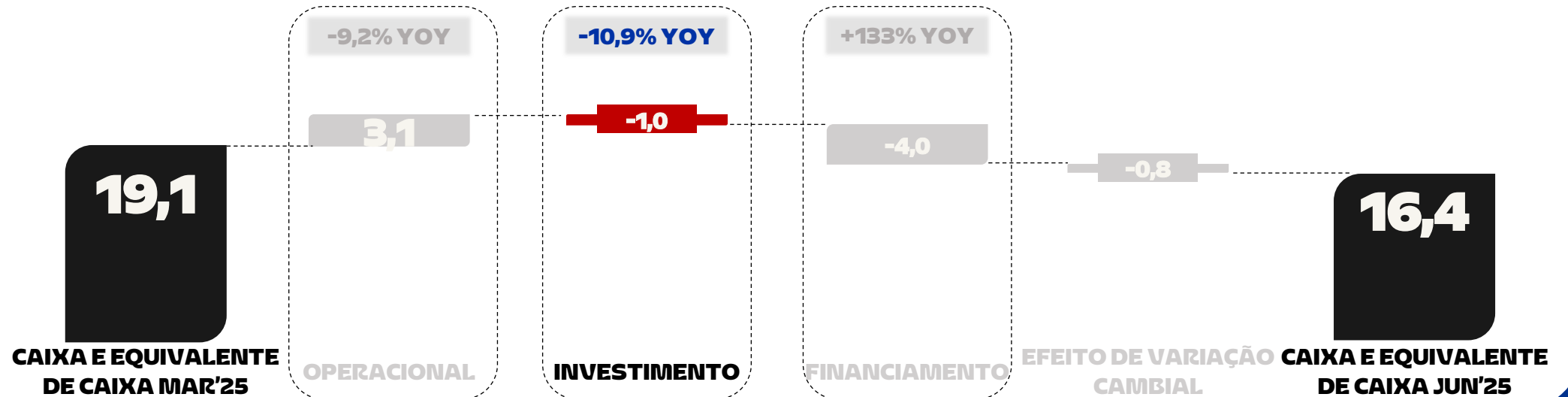
6M 2025

(BRL bilhão)



2T 2025

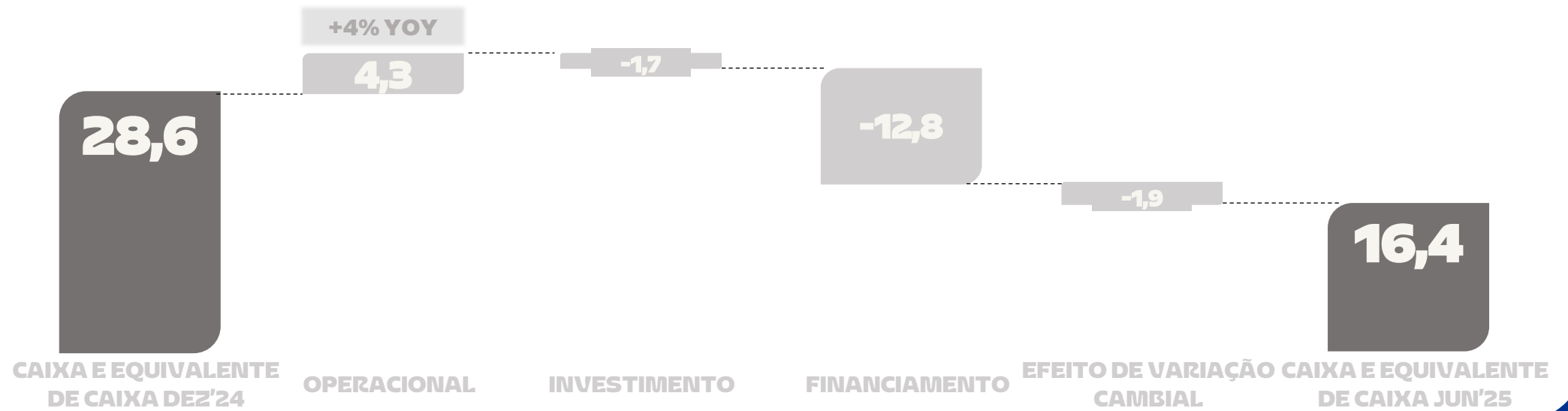
(BRL bilhão)



FLUXO DE CAIXA

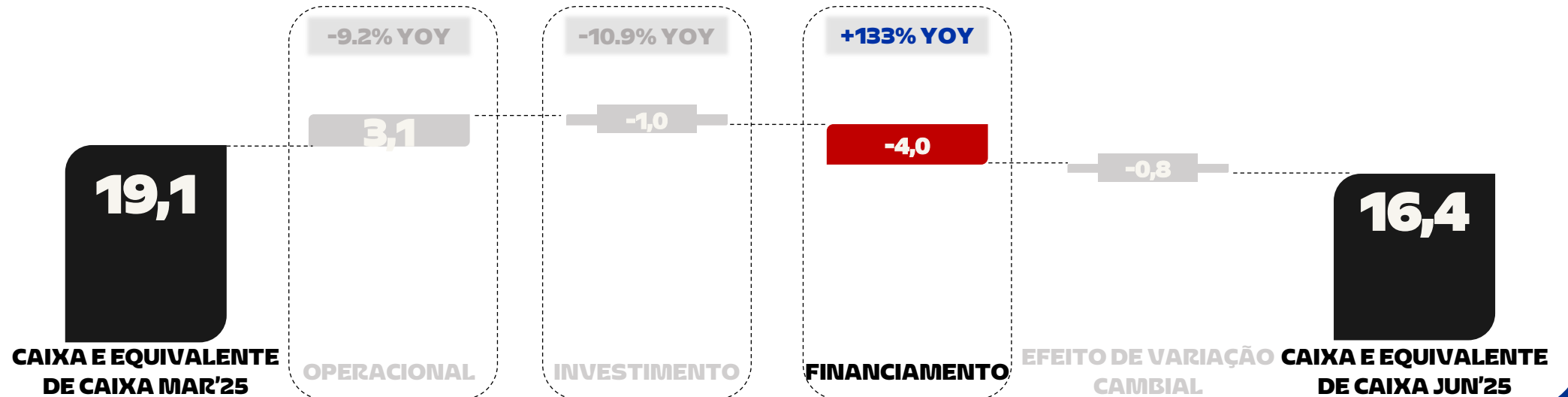
6M 2025

(BRL bilhão)



2T 2025

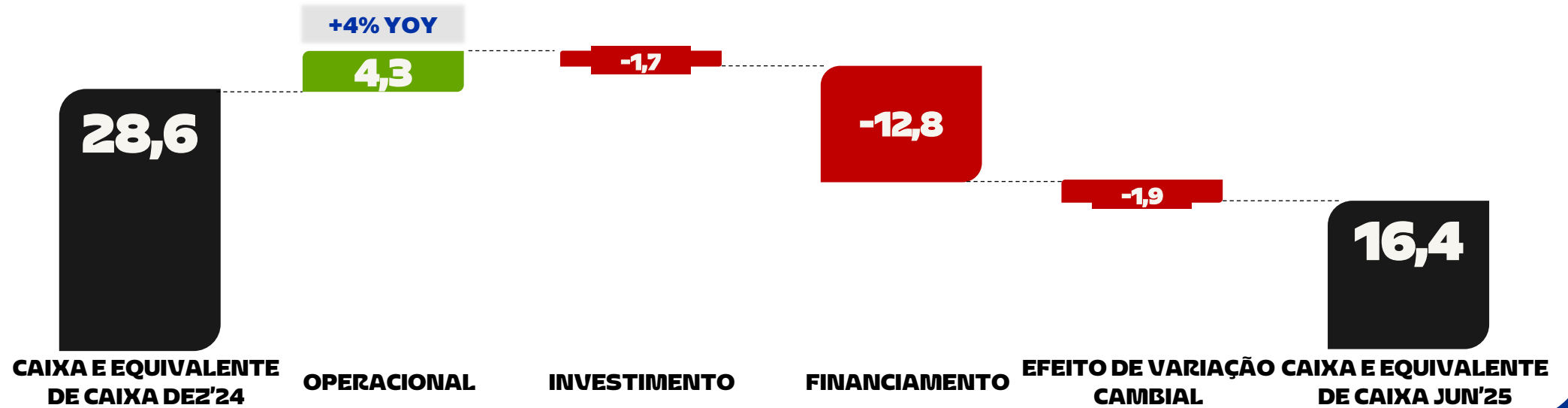
(BRL bilhão)



FLUXO DE CAIXA

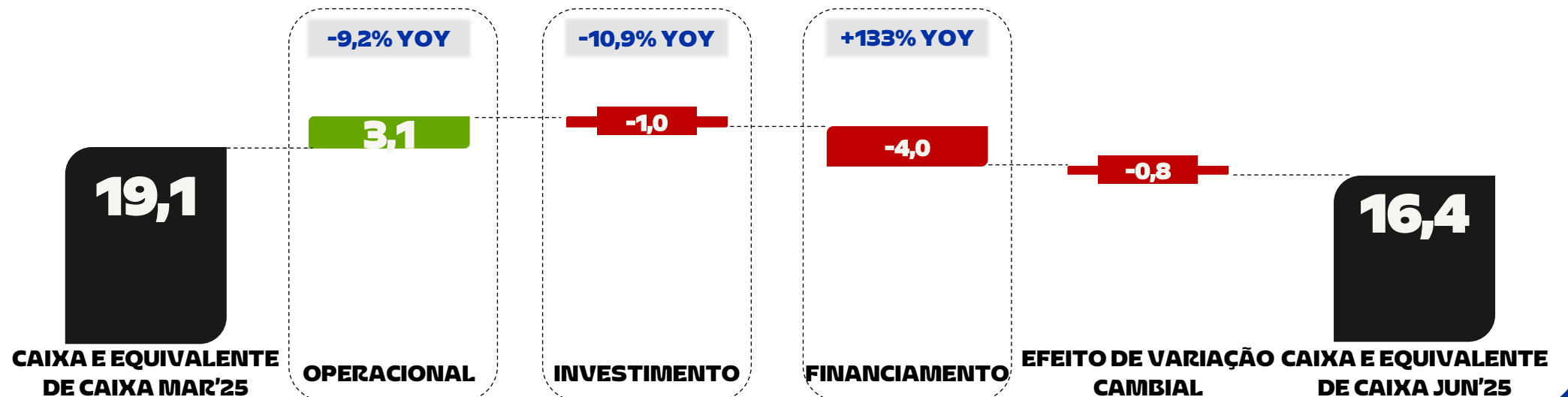
6M 2025

(BRL bilhão)



2T 2025

(BRL bilhão)





**FOCO NO QUE CONTROLAMOS
PARA GERARMOS VALOR DE
FORMA SUSTENTÁVEL**



MISSÃO

1 EVITAR RUPTURAS

2 MANTER MOMENTUM

**3 CONSTRUIR UMA CIA
MAIS FORTE**

MISSÃO

1 EVITAR RUPTURAS ✓

2 MANTER MOMENTUM ✓

**3 CONSTRUIR UMA CIA
MAIS FORTE** ✓

MUITO OBRIGADO



Q&A



BRAHMA





ambev