

**americanas**

APRESENTAÇÃO DE  
**RESULTADOS**

**6M25**

AGOSTO/2025

**a**

01.

Resultado  
6M

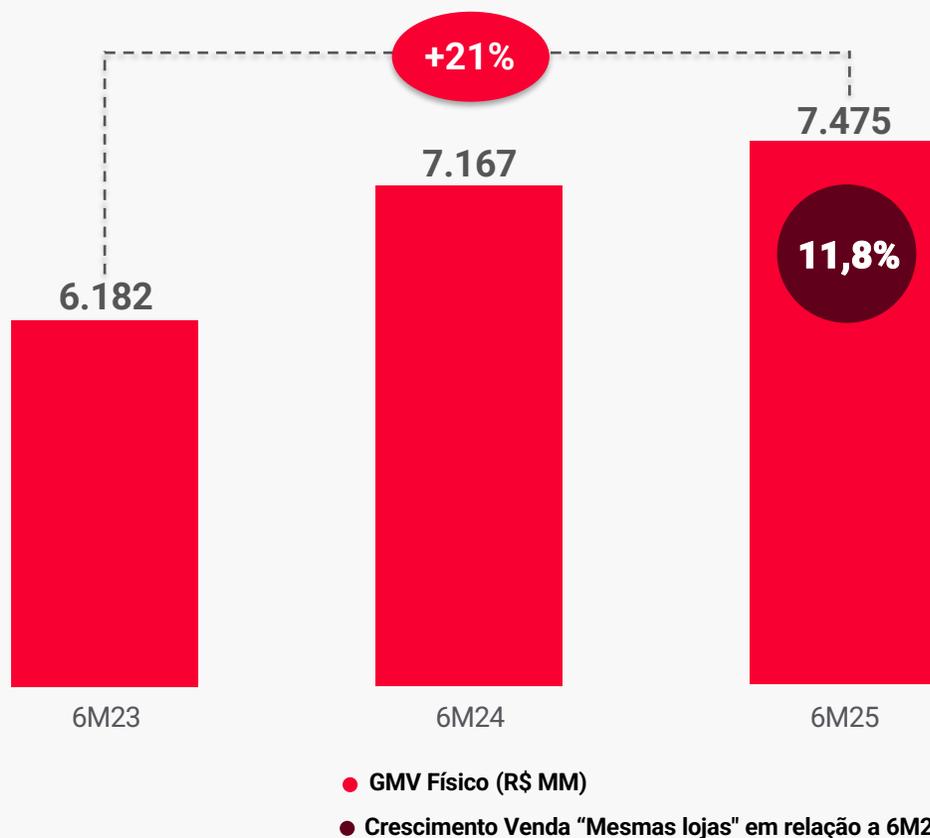


02.

Atualização dos  
Principais Projetos

agenda

## Crescimento consistente do GMV e das vendas no conceito “mesmas lojas”



Nota: As vendas “mesmas lojas”, excluem do cálculo a receita bruta relacionada a cancelamentos, devoluções e descontos.

## Destques



- ✓ **GMV físico cresce +21%** na comparação semestral, desde 2023;
- ✓ **+11,8%** de crescimento das vendas “mesmas lojas” no 6M25, impulsionado pelo bom desempenho da Páscoa;
- ✓ **Páscoa** com forte crescimento das vendas “mesmas lojas”, **+16%** de relação ao evento no ano anterior.

# Novo recorde de vendas no evento de Páscoa alavanca o resultado da Companhia



**+ R\$ 1,2  
bilhão**  
em vendas

**17%**  
da receita total do  
semestre

## Destques

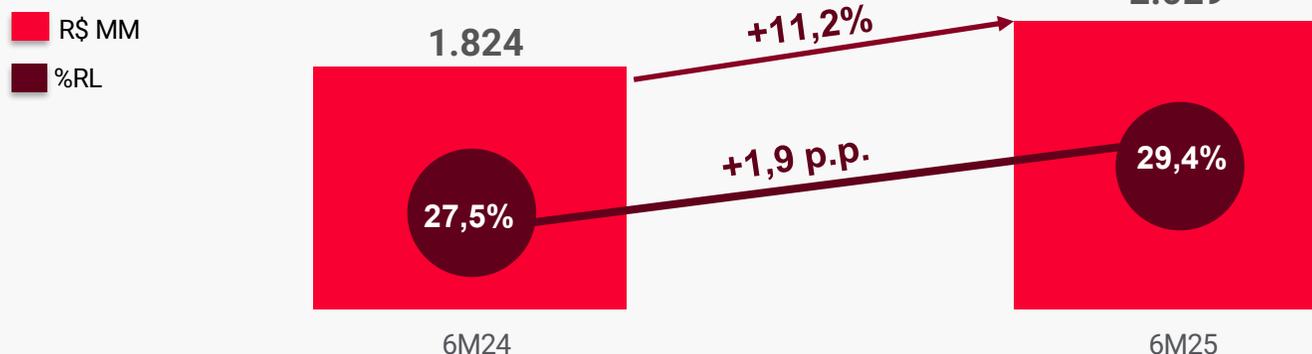


- ✓ Evento recorde com vendas atingindo **mais de R\$ 1,2 bilhão**, com aumento no número de transações;
- ✓ Páscoa representou **mais de 17%** da receita total do 6M25;
- ✓ Market share no evento **ultrapassou mais de 50%\*** do mercado varejo;
- ✓ Evento de Dia das Mães cresceu em receita e em quantidade de itens vendidos no comparativo anual.

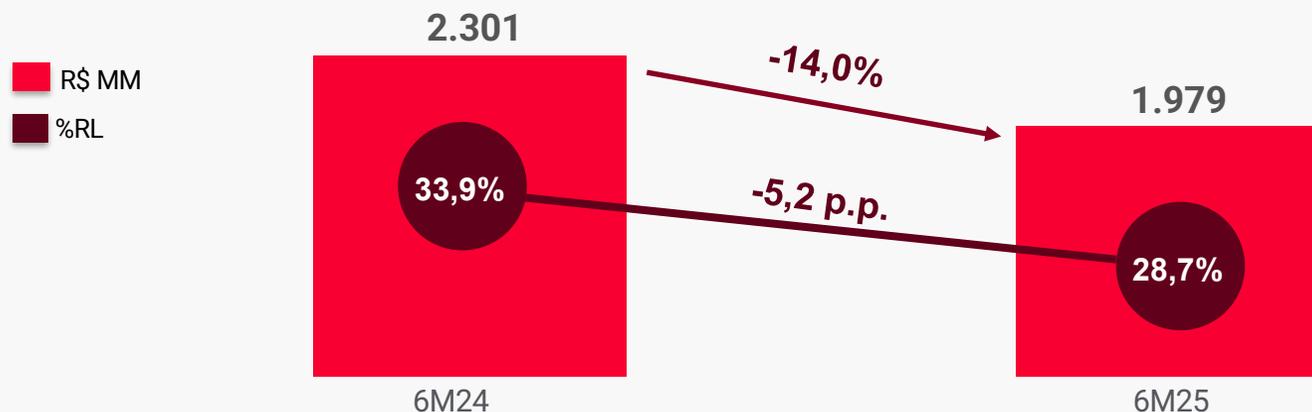
# Lucro e Margem Bruta proforma com crescimento relevante

## Destques

### Lucro Bruto e Margem Bruta (Proforma)



### Lucro Bruto e Margem Bruta



✓ **Lucro Bruto Proforma** (expurgando os efeitos da recuperação extemporânea de VPC, eventos tributários e outros efeitos contábeis) **creceu 11,2%**, refletindo o bom desempenho da Páscoa.

✓ **Margem Bruta Proforma cresceu 1,9 p.p.**, expurgando os efeitos já mencionados.

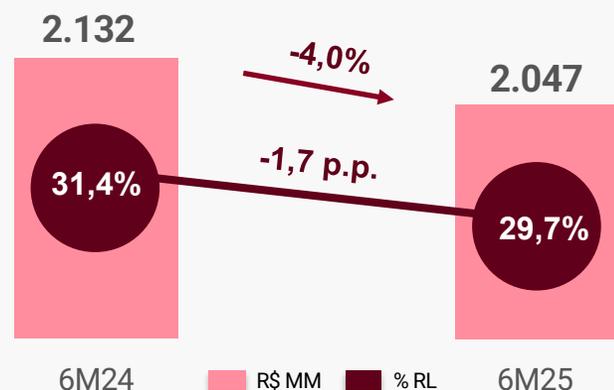
# Eficiência operacional e redução contínua de SG&A, gerando melhoria significativa do EBITDA Ajustado



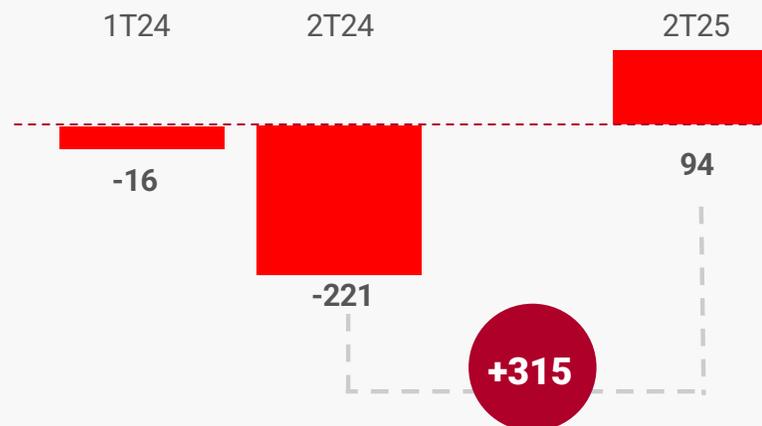
## Destques

- ✓ SG&A com melhora nominal e em percentual da RL.
- ✓ Redução de **1,0 p.p.** e de **0,7 p.p.**, em percentual da RL, das despesas gerais e administrativas e com vendas, respectivamente.
- ✓ EBITDA Ajustado positivamente impactado:
  - No 6M24: por eventos extraordinários operacionais (~300M de VPC e ~150M créditos extemporâneos de ICMS);
  - No 6M25: por ~ 160M acordos tributários e ~100M créditos extemporâneos de ICMS e PIS/Cofins.
- ✓ Melhora de R\$ 67M do EBITDA Ajustado ex-IFRS 16 devido à:
  - Melhor execução dos eventos;
  - Otimização de despesas;
  - Processo contínuo de eficiência operacional.
- ✓ Excluindo os efeitos extemporâneos, a melhora operacional foi da ordem de R\$ 257M.

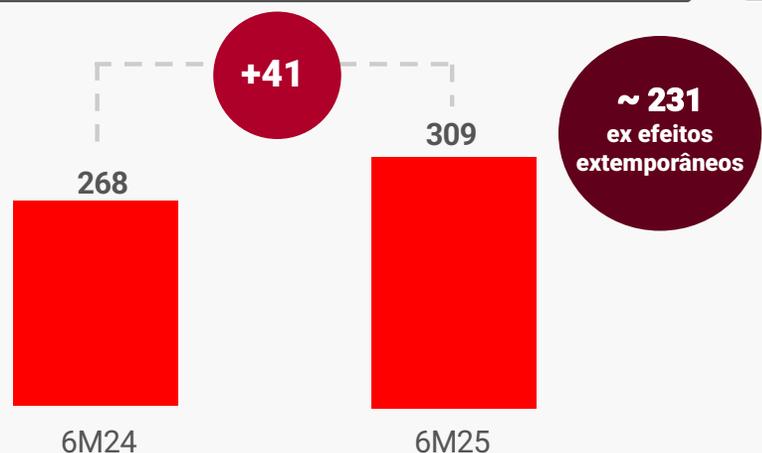
### Despesas Vendas, Gerais e Administrativas (SG&A)



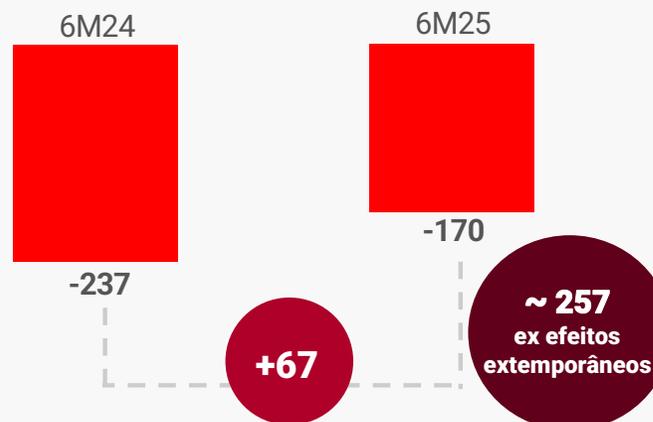
### EBITDA Ajustado<sup>1</sup> Ex-IFRS 16 (R\$ MM)



### EBITDA Ajustado<sup>1</sup> (R\$ MM)



### EBITDA Ajustado<sup>1</sup> Ex-IFRS 16 (R\$ MM)

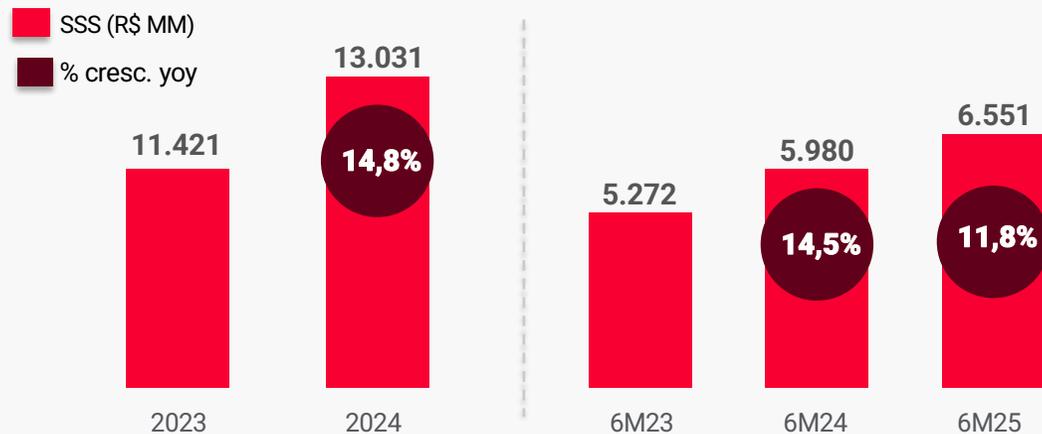


(1) O EBITDA ajustado exclui despesas da RJ e investigação, impairment, baixa de ativos, haircuts decorrentes da aprovação do PRJ e efeitos da autorregulização de impostos.

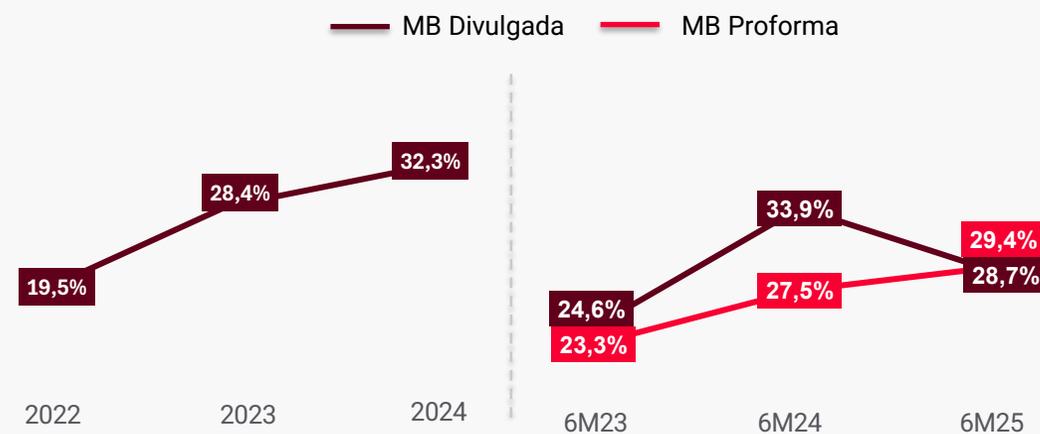
# Jornada consistente de recuperação dos indicadores-chave da Companhia



## CRESCIMENTO DE VENDAS (SAME STORE SALE)

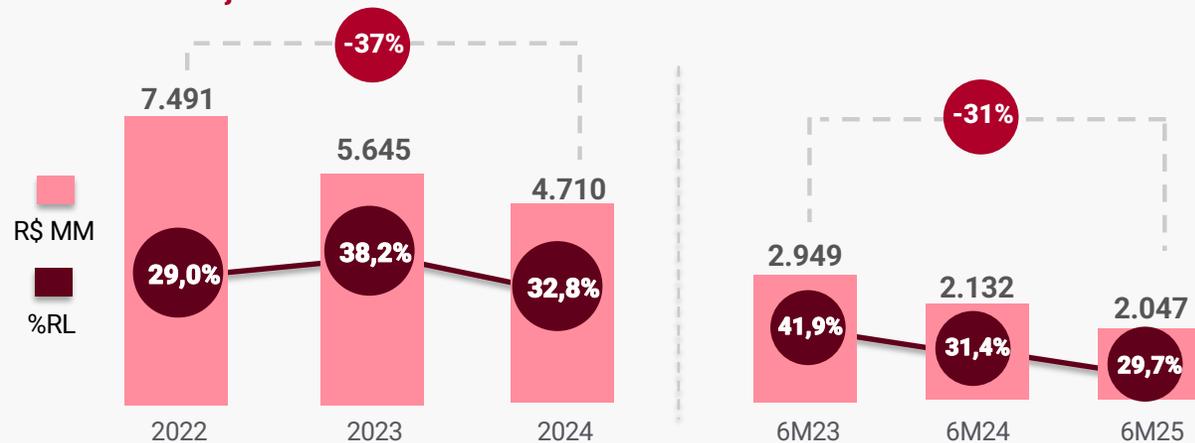


## FORTELECIMENTO DAS MARGENS



## OTIMIZAÇÃO DOS CUSTOS E DESPESAS

### Evolução do SG&A



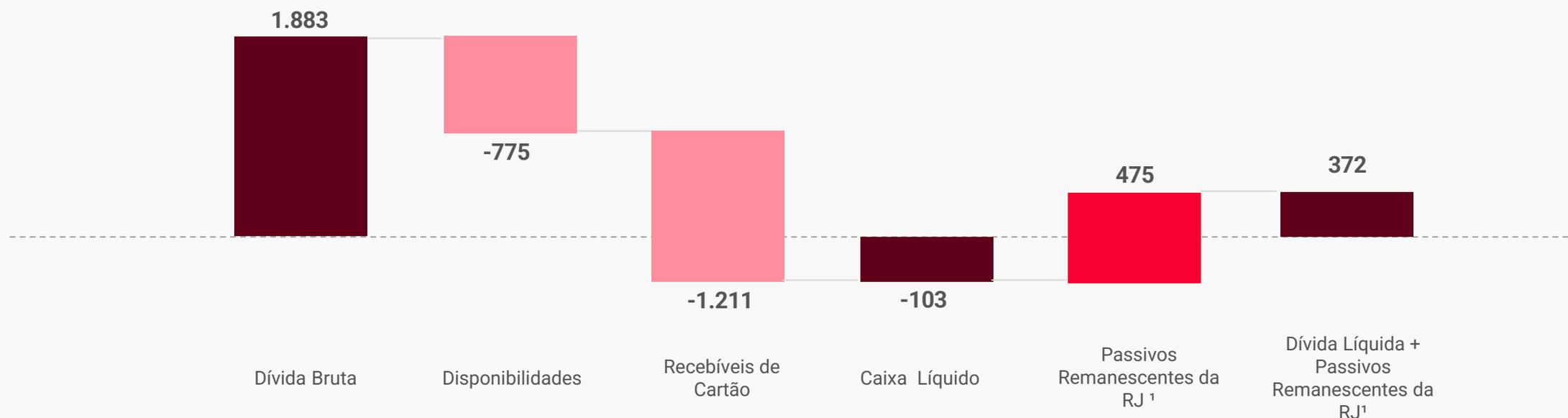
## CRESCIMENTO DA RENTABILIDADE

### EBITDA Ajustado Ex-IFRS 16



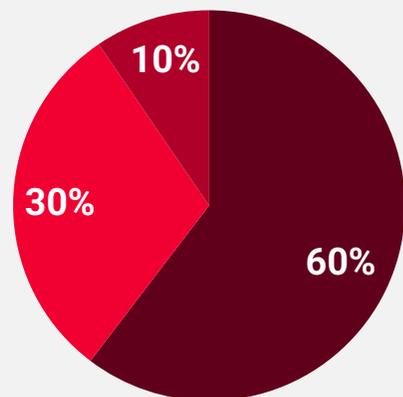
# Estrutura de capital desalavancada

R\$ MM



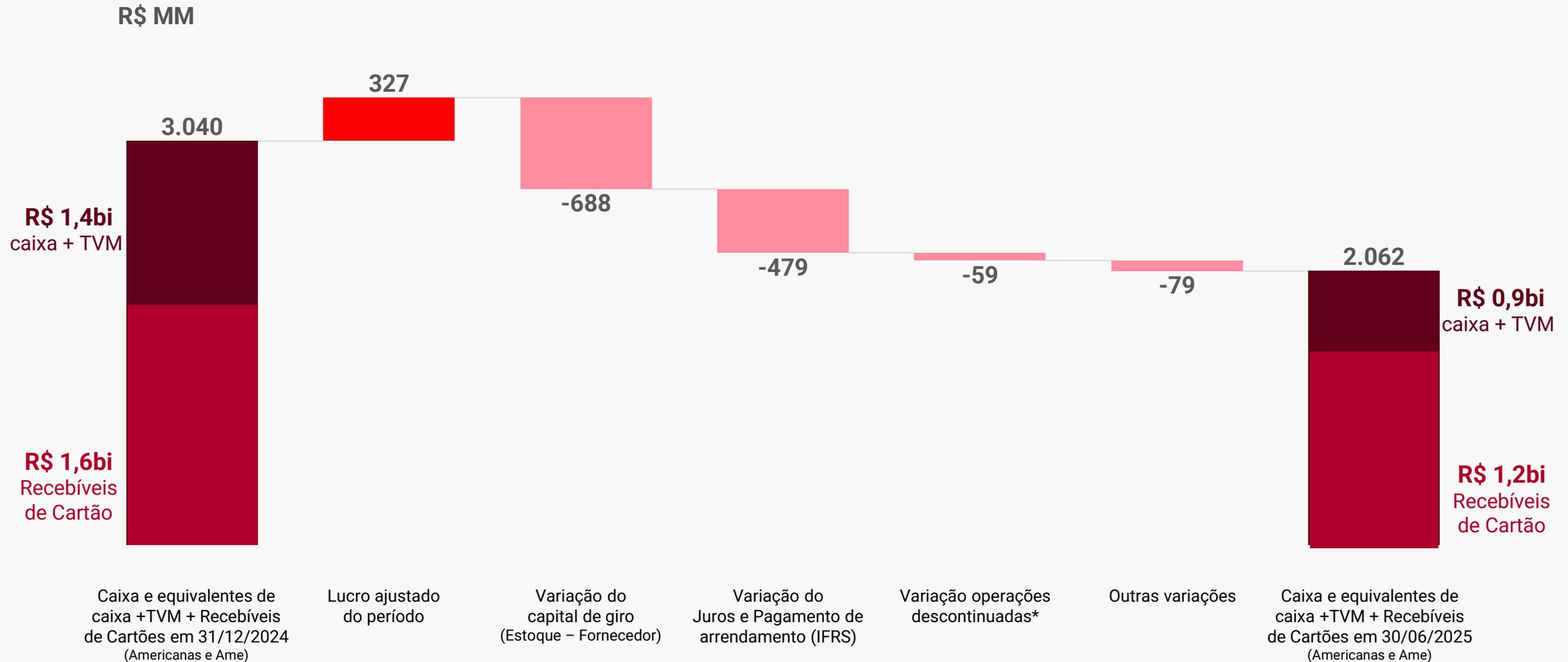
(1) Fornecedores parcelados, Modalidade Geral de Pagamento e Opção de Reestruturação I trazidos à valor presente

## Perfil da 22ª Emissão de Debêntures



| SÉRIE                | ATUALIZAÇÃO | CARÊNCIA                           | PRAZO           | JUROS                 |
|----------------------|-------------|------------------------------------|-----------------|-----------------------|
| AMERE2 (Prioritária) | 128% do CDI | 24 meses de carência<br>26/07/2026 | 4 anos (bullet) | pagos trimestralmente |
| AMERF2 (Simple)      | 128% do CDI | 24 meses de carência<br>26/07/2026 | 5 anos (bullet) | pagos trimestralmente |
| AMERG2 (Simple)      | USD + 8,35% | 24 meses de carência<br>26/07/2026 | 5 anos (bullet) | pagos trimestralmente |

# Fluxo de Caixa impactado por variações sazonais recorrentes, inerentes à dinâmica operacional do negócio



TVM: Títulos e Valores Mobiliários.

\*Refere-se majoritariamente à transferência de saldo remanescente da wallet para empresa especializada com contrapartida em baixa de passivo da Ame.

# Atualização Principais Projetos



**Paixão pelo cliente**

Cliente **ai**

CRM

Serviços



**Melhor loja**

Setorização

Otimização de Real Estate



**Negociação inteligente**

JBPs

Retail Ads

Revisão do Calendário de eventos



**Produto certo**

Revisão de sortimento

Revenue management

Revisão do processo de compra



# Atualização Principais Projetos



**Paixão pelo cliente**

Cliente **ai**

CRM

Serviços



**Melhor loja**

Setorização

Otimização de Real Estate



**Negociação inteligente**

JBPs

Retail Ads

Revisão do Calendário de eventos



**Produto certo**

Revisão de sortimento

Revenue management

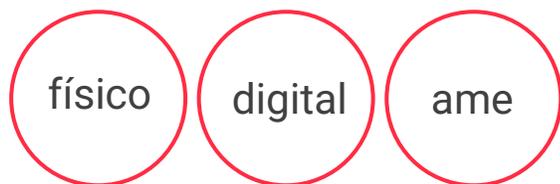
Revisão do processo de compra



# Evolução para Estratégia Centrada no Cliente

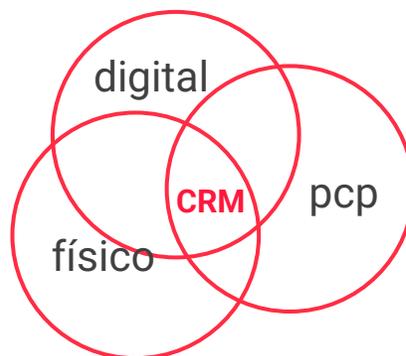
o futuro só existe no coletivo

## 2021 passado



- Times independentes
- Estratégias separadas e, por vezes, conflitantes
- Investimentos isolados
- Métricas apartadas

## 2025 presente



- Times integrados
- Estratégias mais integradas
- Mesma proposta de valor
- Investimentos isolados
- Métricas apartadas

## 2S25 futuro



- Times integrados
- Estratégias mais integradas
- Investimentos isolados combinados com investimentos comuns
- Métricas comuns
- Foco no cliente

# Evolução para Estratégia Centrada no Cliente

Físico, Digital e PCP se tornam um ecossistema integrado, onde cada ponto de contato fortalece a relação com o cliente e amplia a rentabilidade da plataforma.



## Geração de fluxo integrada

- Do Físico para o Digital
- Do Digital para o Físico
- Do PCP para ambos



## Prontidão omnicanal

- "Cross-sell ready"
- Jornada simplificada com visão cliente



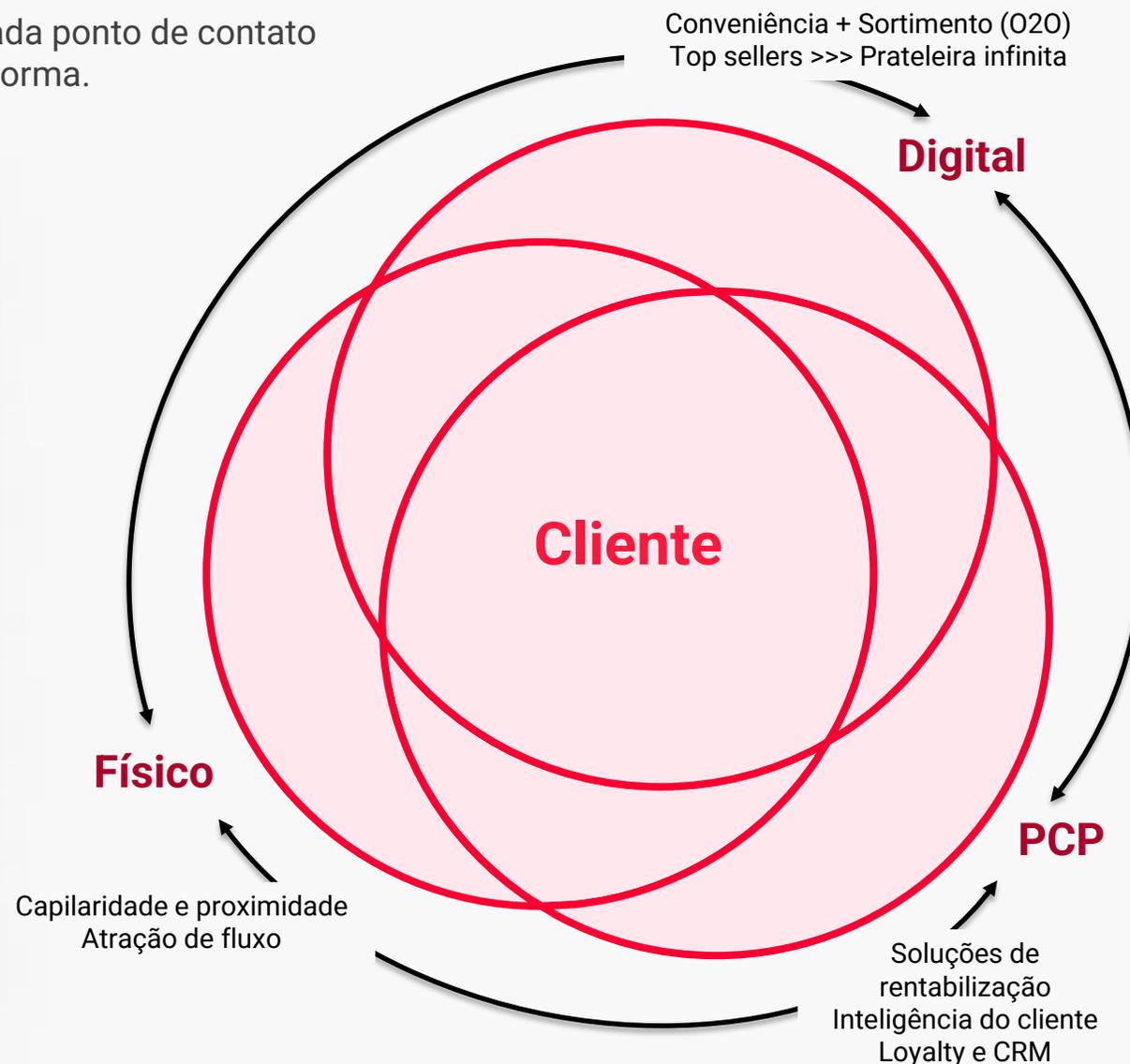
## Loyalty como elo entre canais

- A fidelização integra as jornadas física e digital



## CRM como motor de personalização

- Dados alimentam um único sistema
- Ofertas hiperpersonalizadas de produtos (+PCP) via push, WhatsApp ou e-mail



# Atualização Principais Projetos



Paixão pelo cliente

Cliente 

CRM

Serviços



Melhor loja

Setorização

Otimização de Real Estate



Negociação inteligente

JBPs

Retail Ads

Revisão do Calendário de eventos



Produto certo

Revisão de sortimento

Revenue management

Revisão do processo de compra



# Melhorias operacionais no físico

## Perda/quebra

- Novos processos de controle em loja
- Plano de atuação nas lojas/produtos ofensores

## Concessionárias

- Políticas de controle de consumo, com redução de cerca de 6%
- Finalização da migração para mercado livre e geração distribuída

## Ocupação

- Fechamento de lojas deficitárias irrecuperáveis
- Otimização de área de vendas
- Projeto galeria
- Negociação de aluguel

## Pessoal

- Redução do turnover
- Aumento de produtividade do associado em +19% (venda por associado)

## Logística

- Iniciativas de otimização de frete (negociação, revisão de frequência, roteirização e outras)
- Aumento da produtividade dos associados do CD

NOSSO PROPÓSITO É SER UM OPERADOR CLASSE A, REFERÊNCIA EM OPERAÇÃO DE LOJA

### Cliente no centro



Sortimento e preço certos

Atendimento cordial

### Lojas atrativas e eficientes



Área de vendas otimizada

Padronização e Planograma

### Operando como donos



Controle das principais variáveis

Senso de responsabilidade

### Resultados superiores



Redução de lojas deficitárias

Aumento do EBITDA 4W

Excelência Operacional

Gente que faz a diferença

Aumento de 14% na venda por m<sup>2</sup>

Redução do custo operacional de loja em 1 p.p.  
(% receita líquida)

americanas

Q&A





**americanas**