

americanas

APRESENTAÇÃO DE
RESULTADOS

2024

MARÇO/2025

a

01.

Resultados
4T24 e 2024

02.

Recap
Estratégico



agenda

4T24

GMV Total

R\$ 6,5 bilhões

Redução de 2,3% vs 4T23

Físico

R\$ 5,1 bilhões Crescimento de 7,1% vs 4T23

Digital

R\$ 652 milhões Redução de 47,0% vs 4T23

Lucro Bruto¹

R\$ 1,3 bilhão

Crescimento de 1,0% vs 4T23

Margem Bruta¹

29,7% RL

Evolução de 0,1 p.p. na margem vs 4T23

Ebitda Ajustado
Ex-IFRS 16

R\$ - 58 milhões

Ebitda Ajustado

R\$ 180 milhões

Melhora de R\$ 1,4 bilhão vs 4T23

2024

GMV Total

R\$ 21,4 bilhões

Redução de 5,1% vs 2023

Físico

R\$ 15,7 bilhões Crescimento de 11,9% vs 2023

Digital

R\$ 3.1 bilhões Redução de 48,9% vs 2023

Lucro Bruto¹

R\$ 4,6 bilhões

Crescimento de 10,8% vs 2023

Margem Bruta¹

32,3% RL

Evolução de 3.9 p.p. na margem vs 2023

Ebitda Ajustado
Ex-IFRS 16

R\$ - 41 milhões

Ebitda Ajustado

R\$ 947 milhões

Melhora de R\$ 3,4 bilhões vs 2023



Crescimento do varejo físico, resultado da execução da estratégia

Destaques



R\$ MM

GMV 4T24

GMV 2024

Total: R\$ 6.521

-2,3% vs. 4T23

Total: R\$ 21.380

-5,1% vs. 2023

Físico: R\$ 5.128

+7,1% vs. 4T23

Físico: R\$ 15.742

+11,9% vs. 2023

Digital: R\$ 652

-47,0% vs. 4T23

Digital: R\$ 3.078

-48,9% vs. 2023

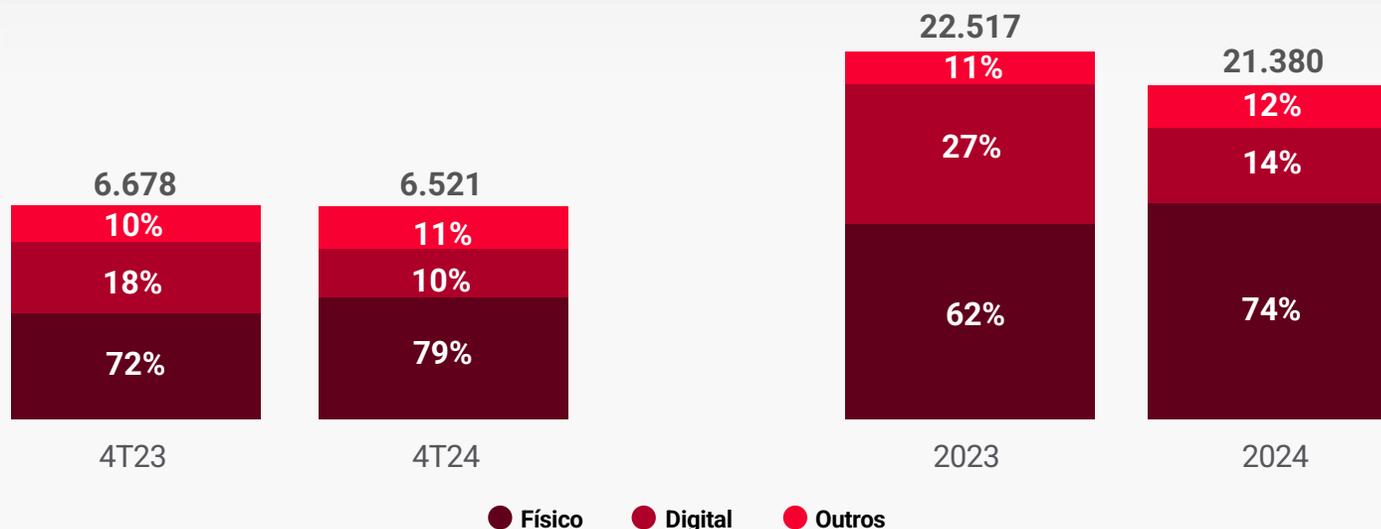
Outros: R\$ 741

+12,2% vs. 4T23

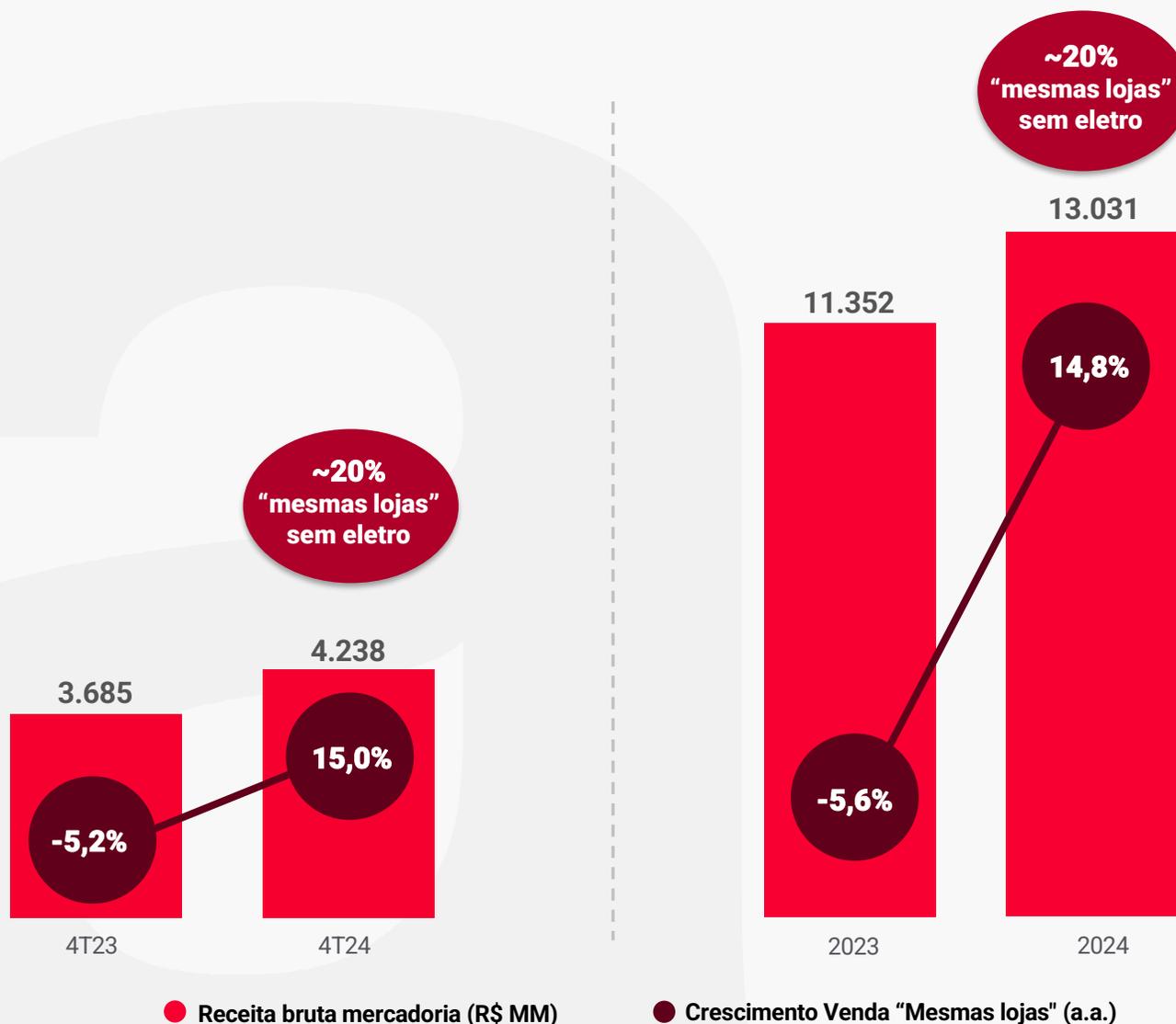
Outros: R\$ 2.559

+5,6% vs. 2023

- ✓ Físico cresceu 7,1% no 4T24 e 11,9% em 2024, com o bom desempenho dos eventos de Black Friday e Natal.
- ✓ Aumento no número de transações e de itens vendidos nos principais eventos do trimestre.
- ✓ Crescimento do físico no ano foi resultado de algumas iniciativas como:
 - Maturação da estratégia de modulação, aumentado em cerca de 30% a média de itens disponíveis nas lojas;
 - Aplicação de novas ferramentas de logística, que levaram a uma redução de cerca de 6 p.p. na ruptura dos top itens.



Crescimento de duplo dígito nas vendas “mesmas lojas”



Nota: Neste trimestre, alteramos o critério usado para vendas "mesmas lojas", excluindo do cálculo a receita bruta relacionada a cancelamentos, devoluções e descontos.

Destques



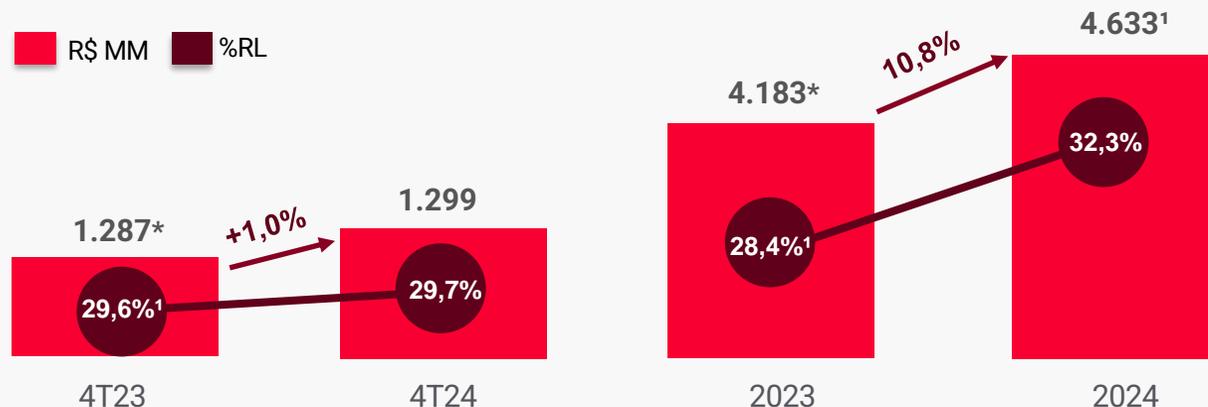
- ✓ No ano de 2024 a Americanas intensificou seu movimento de “volta à origens”, complementando a ampla oferta de alimentos e bebidas com um maior sortimento de categorias historicamente tradicionais da marca e dando mais robustez à jornada de compra de seus clientes
- ✓ No trimestre, tiveram destaque os desempenhos de:
 - Alimentos e bebidas – core do negócio, com alta recorrência de vendas e giro de estoque
 - Outras categorias com melhores oportunidades de margens, inclusive por participação de importados, ou com alta recorrência e frequência.
- ✓ Otimização do parque de lojas, com redução em 2024 de 4,3% na área de vendas com performance abaixo do esperado.

Mais um trimestre de expansão de margem bruta e queda de SG&A



Destques

Lucro Bruto e Margem Bruta

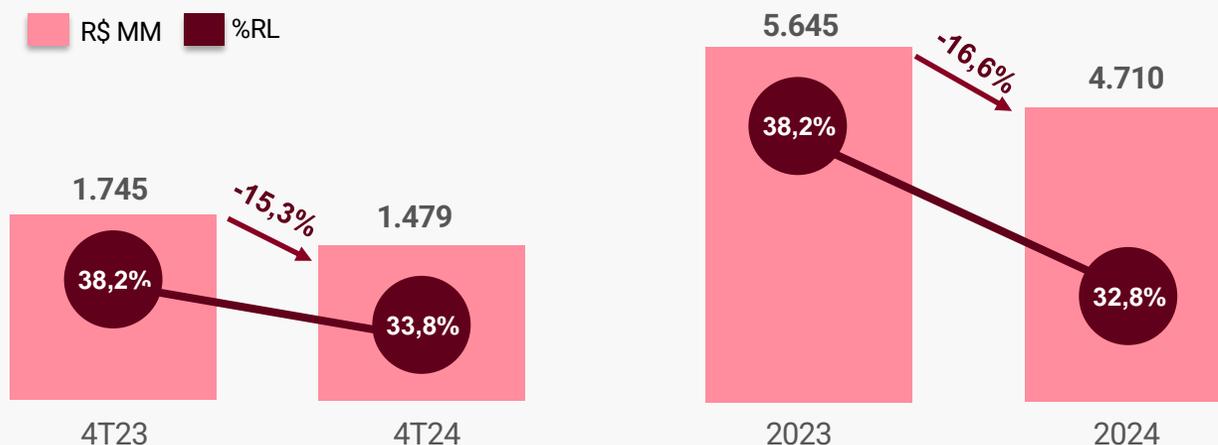


No varejo físico, a margem bruta cresceu 4,0 p.p. no 4T24 e 6,0 p.p. em 2024, resultado de:

- Melhora no mix de categorias;
- Aumento do sortimento;
- Redução de ruptura;
- Outras estratégias operacionais implementadas e em desenvolvimento.

(1) Desconsiderando resultados oriundos das lojas de conveniência.

Despesas Vendas, Gerais e Administrativas (SG&A)



Queda do SG&A, tanto nominalmente quanto como percentual da receita líquida, devido a:

- Redução de despesas com vendas de 7,6% no 4T24 e 10,5% em 2024.
- Redução de despesas gerais e administrativas de 27% no 4T24 e 30,3% em 2024.

Evolução relevante do EBITDA no 4T24 e no ano

Destques

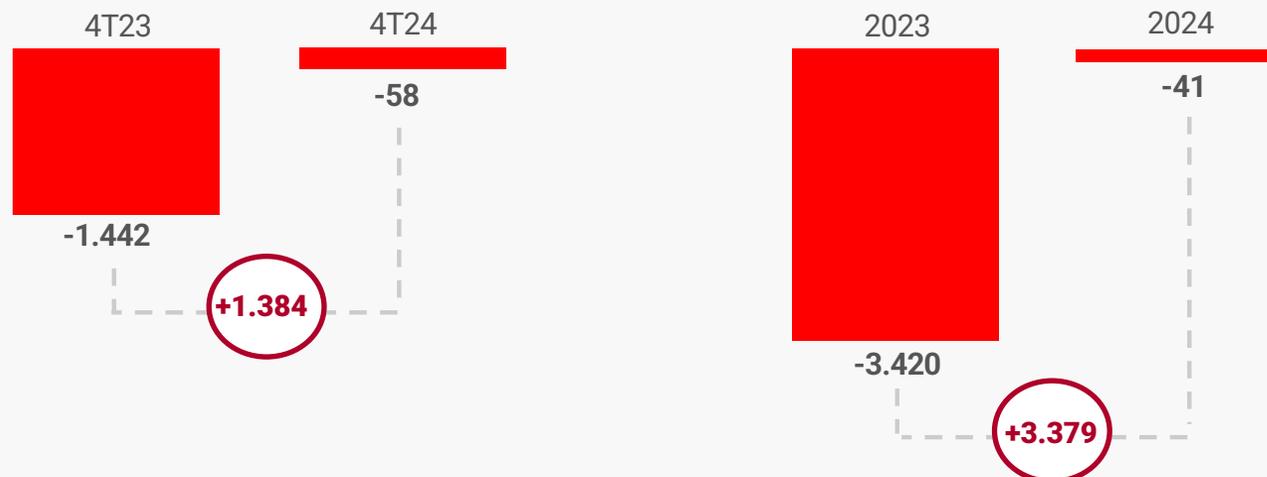


- ✓ Evolução significativa do EBITDA no 4T24 e em 2024 frente aos mesmos períodos do ano anterior, reforçando o avanço na rentabilidade da operação.
- ✓ No 4T24, o EBITDA foi ajustado por: (i) R\$ 361 MM do *impairment* de recuperabilidade do ágio na aquisição de algumas operações; (ii) 78 MM de despesas da RJ e investigações e; (iii) R\$ 27 MM de *haircut* complementar.

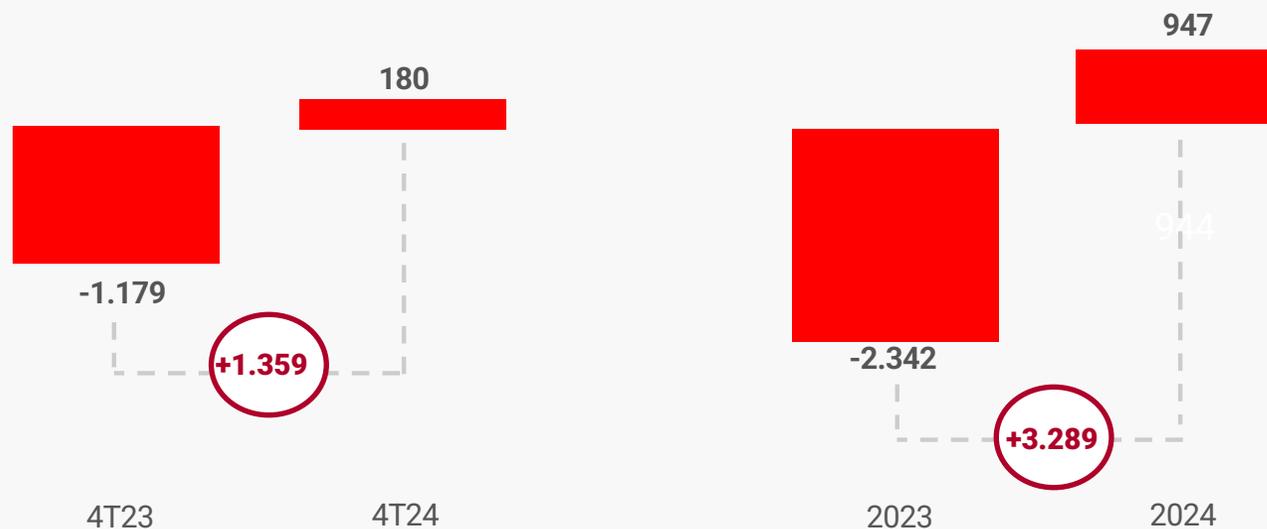
No ano, o EBITDA foi ajustado por: (i) R\$ 259 MM de despesas da RJ e investigações e; (ii) receitas de R\$ 938 MM de *haircut* dos fornecedores, R\$ 286 MM do programa de autoregularização e R\$ 110 MM do *haircut* *stock option*.

- ✓ O EBITDA foi impactado positivamente, no 4T e no 9M24, por R\$ 254 MM e R\$ 502 MM, respectivamente, ambos referentes a eventos tributários. Além dos efeitos já comentados na margem bruta.

EBITDA Ajustado Ex-IFRS 16 (R\$ MM)¹

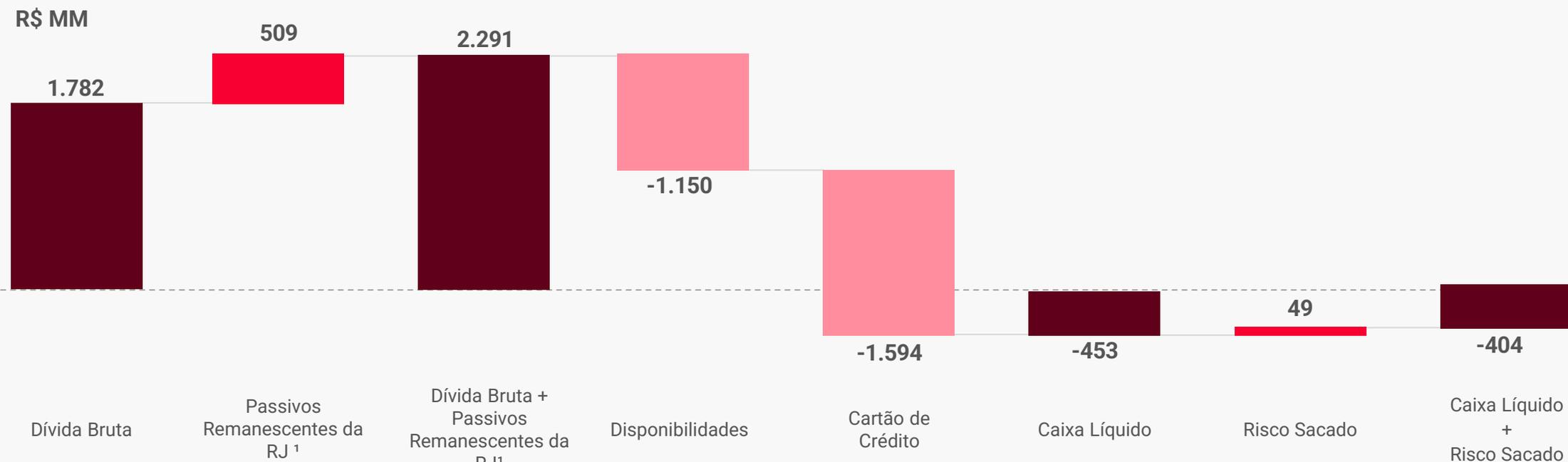


EBITDA Ajustado (R\$ MM)¹



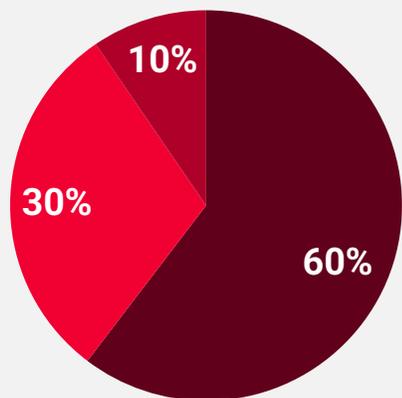
(1) O EBITDA ajustado exclui despesas da RJ e investigação, *impairment*, baixa de ativos, *haircuts* decorrentes da aprovação do PRJ e efeitos da autorregularização de impostos.

Estrutura de capital desalavancada



(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 26/07/2026	4 anos (bullet)	pagos trimestralmente
AMERF2 (Simple)	128% do CDI	24 meses de carência 26/07/2026	5 anos (bullet)	pagos trimestralmente
AMERG2 (Simple)	USD + 8,35%	24 meses de carência 26/07/2026	5 anos (bullet)	pagos trimestralmente

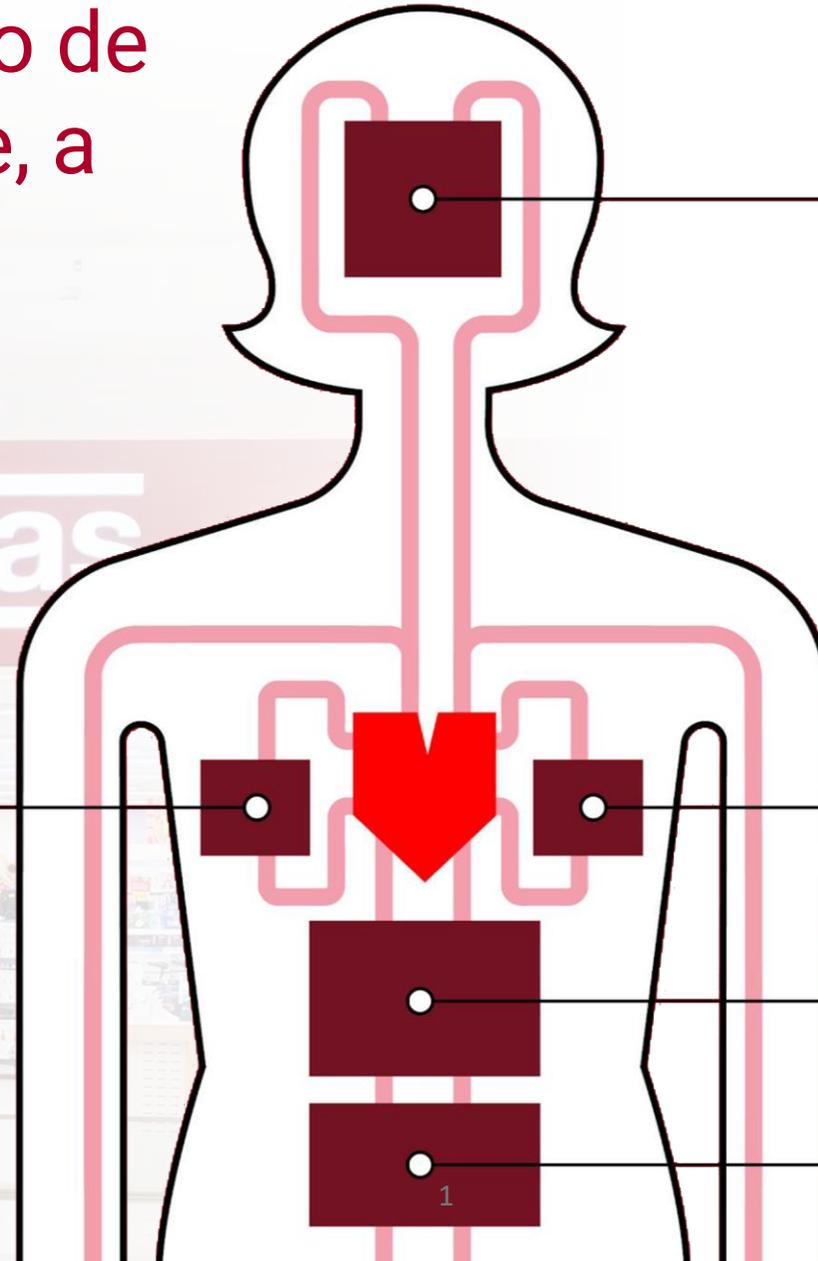
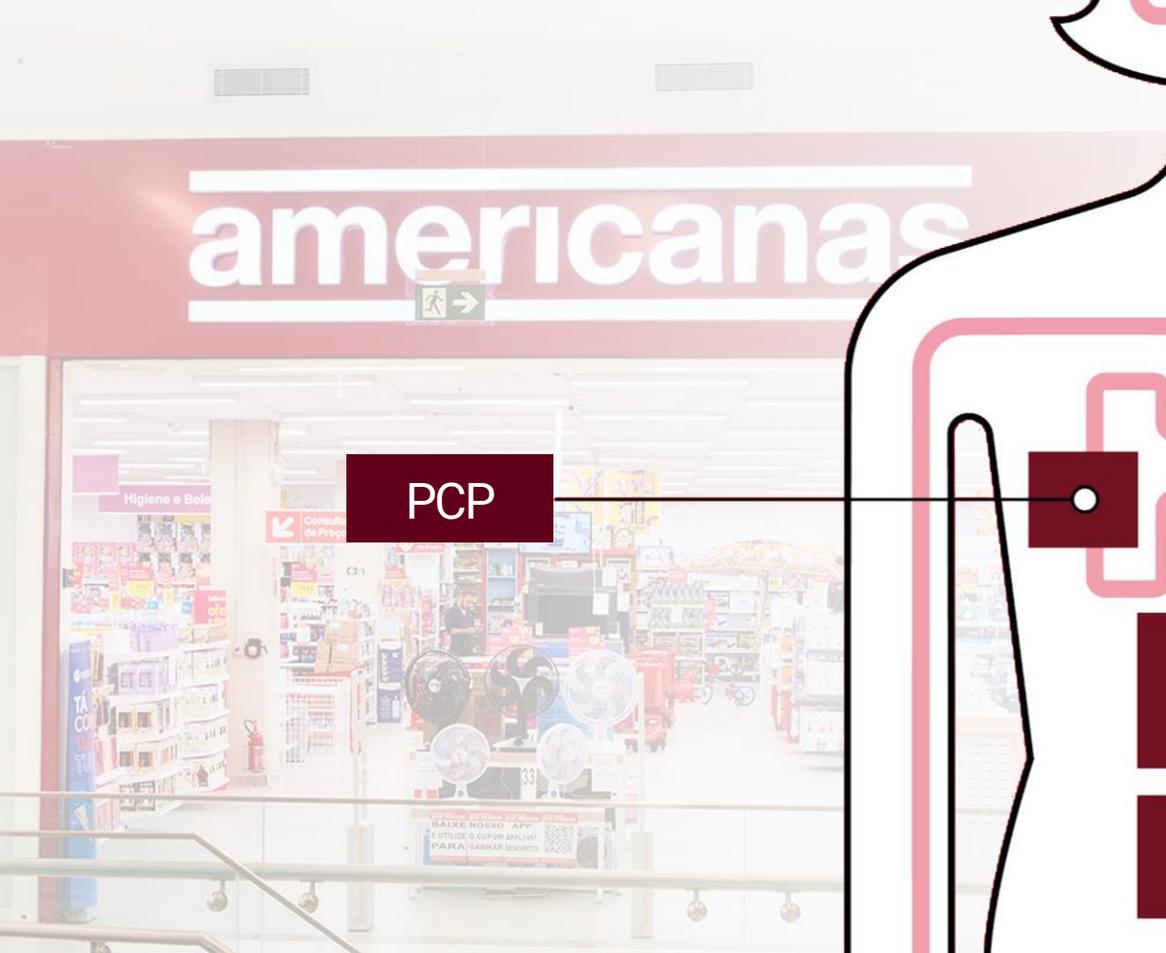
Recap Estratégico



Proposta de Valor



Lojas físicas são o coração do modelo de negócio e o cliente, a **nossa paixão.**



Inteligência de clientes

**FOCO
EFICIÊNCIA
AGILIDADE**

PCP

e-commerce

Retail ads

Marca própria

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

Americanas: case departamento de limpeza



Ampliação de sortimento



Execução de planograma

Estratégia de reforçar categorias com alta recorrência:

- Ampliação do sortimento em mais de 100%;
- Planograma de loja elaborado em conjunto com o time de gerenciamento de categorias dos fornecedores;

Resultado inicial:

- Crescimento de +100% da categoria de limpeza vs. 12% do mercado
(fonte: Scantech)

Categoria ainda com oportunidade de crescimento, por ter uma representatividade menor na Cia quando comparada com o seu tamanho no mercado

americanas

Q&A

lai





americanas