



americanas

Divulgação de Resultados
6M26

2026

la

agenda

01. Resultado
6M26

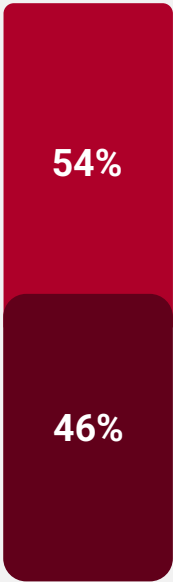
02. Estratégia
2026 -2029



Transformação profunda na estrutura do negócio nos últimos 3 anos

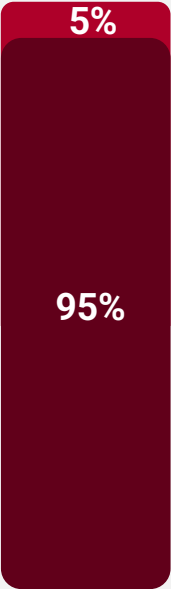
2022

- UNs independentes, estratégias distintas e investimentos isolados
- Digital:** 1P + 3P (marketplace), com estrutura operacional e logística própria.
- Ame:** estrutura e operação de fintech
- Estratégia de aquisição e retenção de clientes via canal digital



2025

- Estruturas integradas, estratégias convergentes e mesma proposta de valor
- Físico:** Core do negócio
- Digital:** ominicanalidade, complementando o físico.
- Revisão do 1P e redução do marketplace, com foco em parceiros estratégicos
- Desativação total da AME
- Relançamento da Plataforma de Serviços
- Novo posicionamento da marca
- Disciplina financeira e eficiência operacional



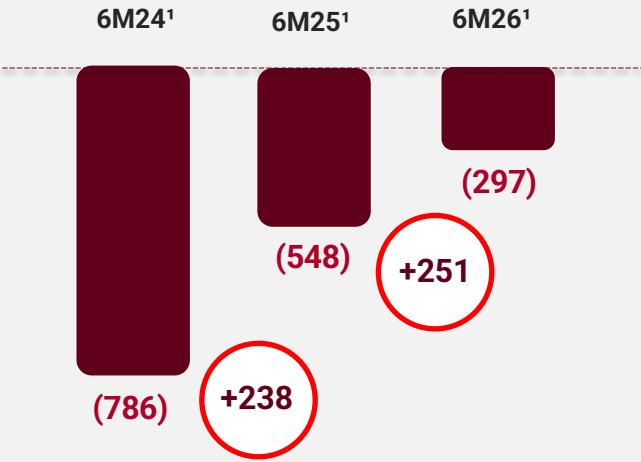
2026 - 2029

- Plano 100 anos AMER3**
- Crescimento Sustentável:** geração de caixa através de melhoria contínua do resultado operacional



Evolução do Resultado Operacional

R\$ milhões



(1) Referente ao primeiro semestre de cada ano

Destaques 6M26

RECEITA BRUTA
Físico + O2O⁴

R\$ 7,2 Bi
+5,2% vs 6M25

VENDAS "MESMAS
LOJAS (SSS)"¹:

+9,3%
vs 6M25

RECEITA BRUTA POR M2
Crescimento de

10,3% vs 6M25

ESTRATÉGIA DIGITAL
Crescimento de

74,6% vs 6M25
Receita Bruta O2O

TOTAL DE LOJAS NO PAÍS

1.448 lojas

+140
lojas

+150
lojas

+630
lojas

+140
lojas

+380
lojas

SG&A

Redução de

R\$ 76MM

vs 6M25

Representa

-3.3pp (%RL)

vs 6M25

EBITDA AJUSTADO³:

R\$161MM
6M26

MELHORIA
OPERACIONAL⁵

+R\$251MM
vs 6M25

CARTÃO Cliente a

>R\$ 1,7 Bi

Acumulado 12M

Rec. Bruta Serviços
Crescimento de

34,9%
vs 6M25

(1) As vendas "mesmas lojas (SSS)" (não revisada pelos auditores independentes) representam as lojas com vendas de mercadorias ininterruptas nos últimos 12 meses, incluindo o O2O, e excluem do cálculo a receita bruta relacionada a cancelamentos, devoluções e descontos.

(2) Informação gerencial não revisada pelos auditores independentes.

(3) O EBITDA ajustado exclui despesas de RJ e investigação.

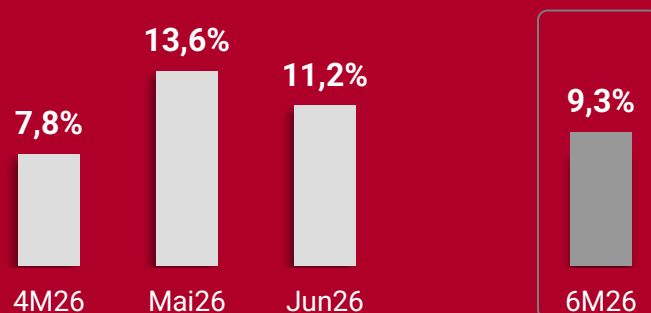
(4) O2O (Online to Offline): modelo que conecta as compras online às lojas físicas, usando as lojas como pontos de retirada e entrega de mercadorias

(5) No conceito Ebitda Ajustado ex. IFRS 16, excluindo efeitos extemporâneos

Receita Bruta, Vendas Mesmas Lojas "SSS" ⁽¹⁾

Manutenção de trajetória de crescimento de venda "SSS" significativamente acima da inflação, combinada com forte aumento de Receita por m2.

Evolução do Cresc. "SSS"



Receita Bruta por m²

Crescimento de

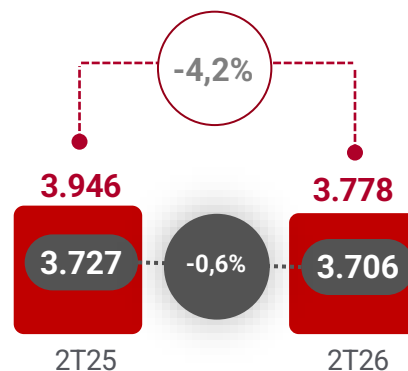
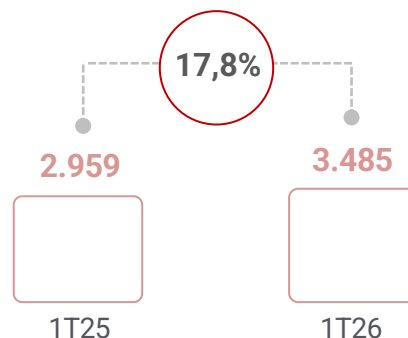
10,3% vs 6M25

Receita Bruta Físico + O2O e "SSS" 2T26

R\$ milhões

■ Crescimento Vendas "Mesmas lojas"

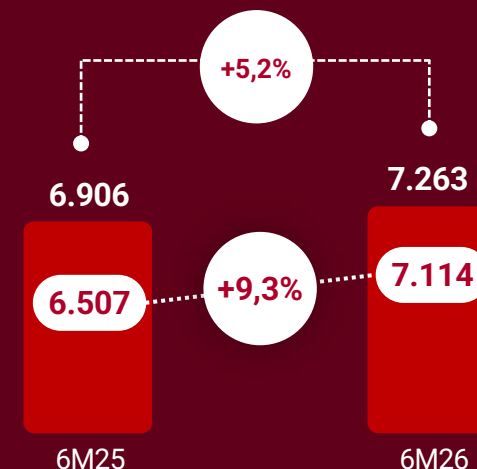
Variação no 2T26 foi impactada pelo descasamento da Páscoa



Receita Bruta Físico + O2O e "SSS" 6M26

R\$ milhões

■ Crescimento Vendas "Mesmas lojas"



Crescimento Real "SSS" no 6M26

2,0 x da inflação acumulada 12 meses

(1) As vendas "mesmas lojas (SSS)" (não revisada pelos auditores independentes) representam as lojas com vendas de mercadorias ininterruptas nos últimos 12 meses, incluindo o O2O e excluem do cálculo a receita bruta relacionada a cancelamentos, devoluções e descontos.

Lucro e Margem Bruta Físico + O2O

Crescimento de margem bruta com aumento de rentabilidade no 6M26

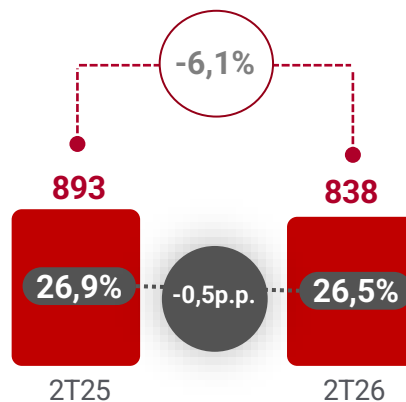
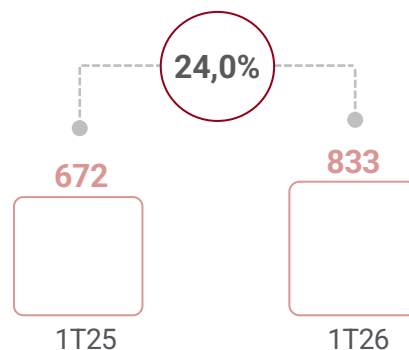


Lucro e Margem Bruta Físico + O2O 2T26

R\$ milhões

■ % Rec. Líquida

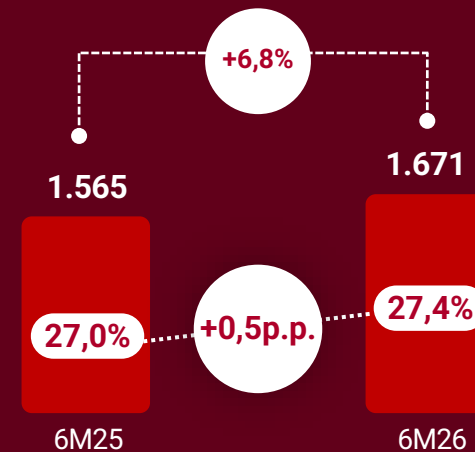
Varição no 2T26 foi impactada pelo descasamento da Páscoa



Lucro e Margem Bruta Físico + O2O 6M26

R\$ milhões

■ % Rec. Líquida



Crescimento Sustentável

- Ganho nominal de margem +R\$106MM
- Aumento de +0,5p.p. na rentabilidade





Principais eventos

Da Páscoa ao inverno:
eventos sazonais e o avanço
do O2O continuam
sustentando o crescimento
de receita



PÁSCOA⁽¹⁾

+10,1%

De Receita no conceito SSS

Atingimento de
R\$ 1,1 Bi

Em vendas no período do evento

O2O

+73,9%

Crescimento
Receita Bruta

8,4%

Share da venda de
Ovo de Páscoa

(1) Considera os 28 dias anteriores ao evento em cada ano

MUNDIAL DE FUTEBOL

Figurinhas

+ R\$ 84 MM em Receita no 2T26

+ 12 MM de
Itens vendidos no Evento ⁽²⁾

29,2% Share da
Receita
feita pelo O2O

Snacks e Bebidas

+ 16,5% de Cresc. em Receita (SSS) no 2T26

(2) Envelopes de Figurinhas

PRODUTOS DE INVERNO ⁽³⁾

+ R\$ 48 MM

em Receita no 2T26

+39,6% de cresc.
de itens vendidos



(3) Linhas de cobertores, mantas, edredom, moletom e pantufas

Próximos Eventos

Julho Chocolate Todo Dia

Agosto Dia dos Pais

Setembro Aniversário

Outubro Planeta Criança

Novembro Black Friday

Dezembro Natal e Ano Novo



Digital e Serviços

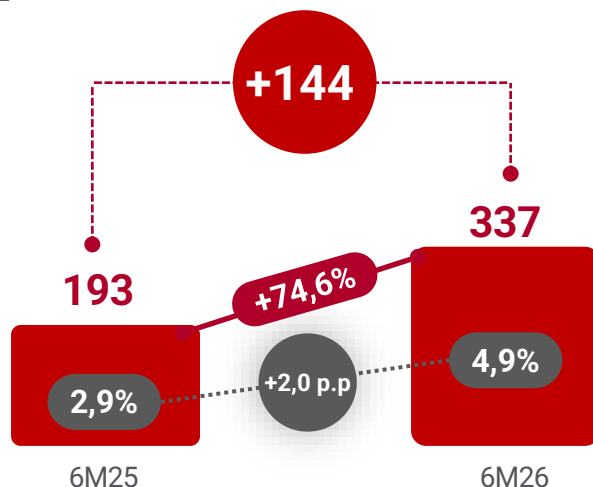
Expressiva evolução de receitas complementares às lojas e aceleração das iniciativas de fidelização, pavimentando o crescimento futuro da Companhia

- O2O ganhando representatividade
- Expansão da integração dos estoques das lojas (O2O) em mais plataformas
- Enriquecimento do Catálogo de produtos em IA
- Emissão de Cartão de Crédito Cliente **a**
- Desenvolvimento do Programa de Fidelidade



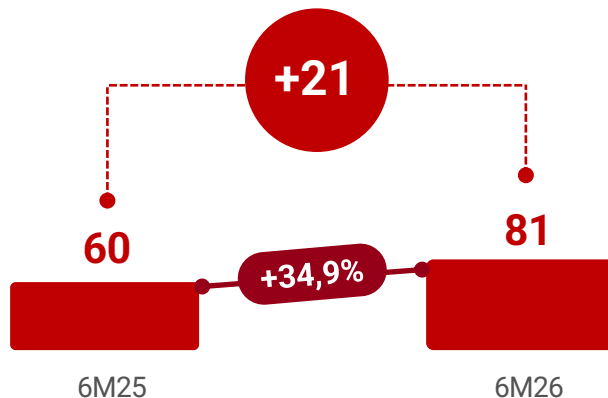
Receita Bruta O2O¹

- Rec. Bruta O2O "sss" R\$ MM
- Rec. Bruta O2O/Rec. Bruta Físico (%)



Receita Bruta Serviços

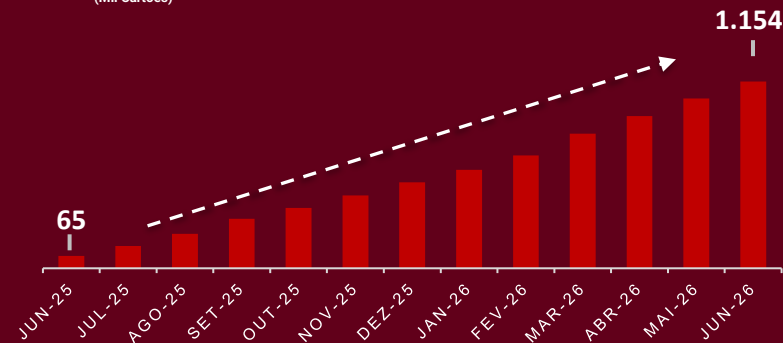
- Rec. Bruta R\$ MM



(1) O2O (Online to Offline): modelo que conecta as compras online às lojas físicas, usando as lojas como pontos de retirada ou entrega.
 (2) quantidade de clientes que tiveram pelo menos 1 compra identificada nos últimos 12 meses.

Cartão Cliente **a**

- Qtd de Cartões ativados no acumulado 12m (Mil Cartões)



Cartão +600 mil ativações no 6M26

TPV +1,2 Bi no semestre

CRM

Milhões de Clientes

- Qtd Clientes identificados²

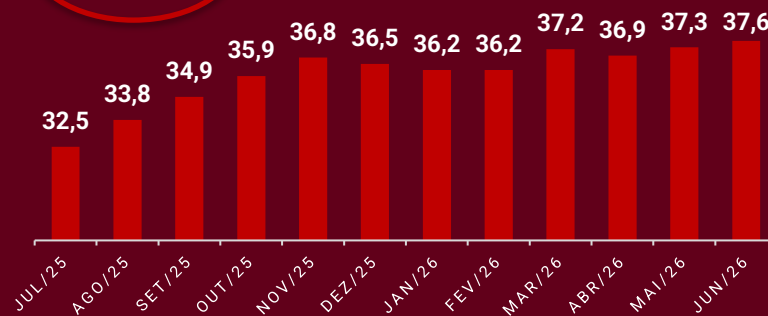


Programa Cliente **a**

+ 2,9x

Gasto médio vs não participantes

+ de 37MM de clientes identificados



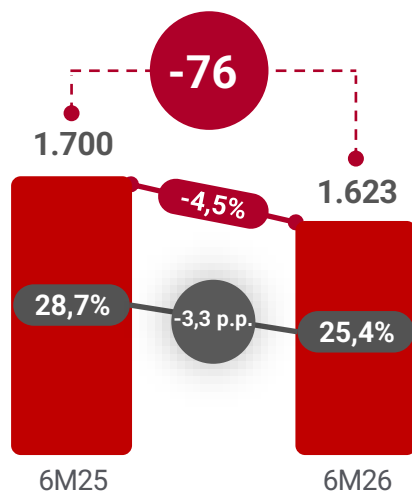
SG&A, EBITDA Ajustado, EBITDA Ajustado (ex-IFRS 16)

Foco em crescimento de receita, disciplina de custos e eficiência operacional seguem sustentando melhoria consistente do resultado operacional

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

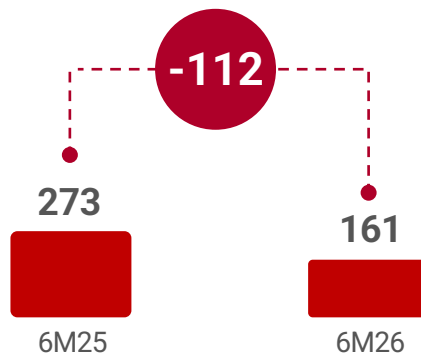
R\$ milhões

■ %Rec. Líquida



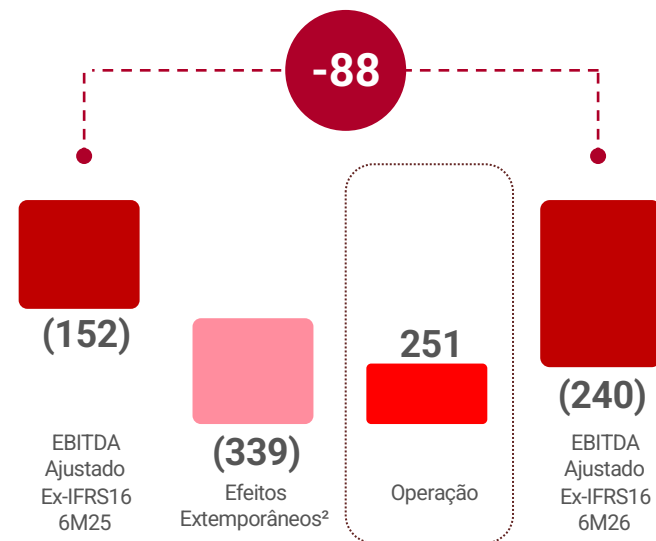
EBITDA Ajustado¹

R\$ milhões



Conciliação EBITDA Ajustado¹ ex-IFRS 16

R\$ milhões



(1) O EBITDA ajustado exclui despesas da RJ e investigação.

(2) Detalhamento no slide anexo.

Operações Descontinuadas



Hortifruti Natural da Terra (HNT)

Margem Comercial (Hortifruti) avança 1,5p.p. atingindo 46,2% da RL

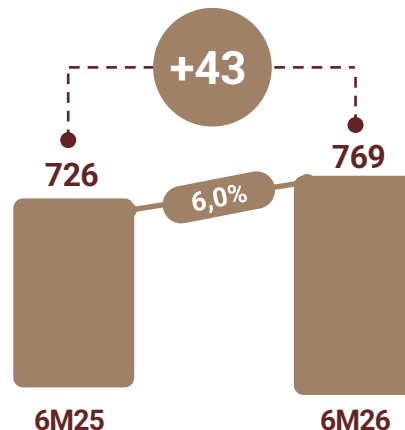
Distribuição do Portifólio de lojas

- Hortifruti
- Natural da Terra



Receita Bruta - Hortifruti "SSS"

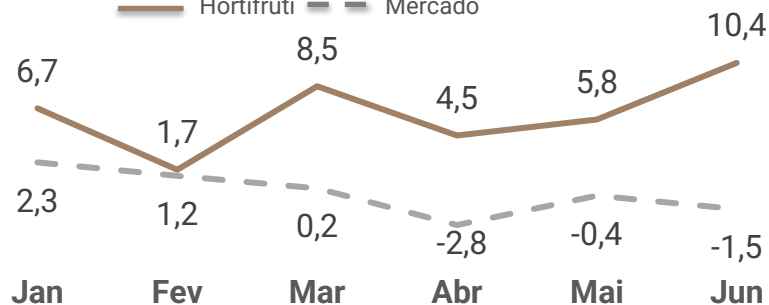
R\$ milhões



Crescimento das Vendas - Hortifruti "SSS"

Scanntech

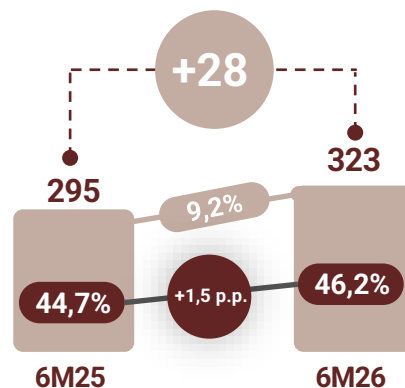
Hortifruti Mercado



Margem Comercial - Hortifruti "SSS"

R\$ milhões

%RL

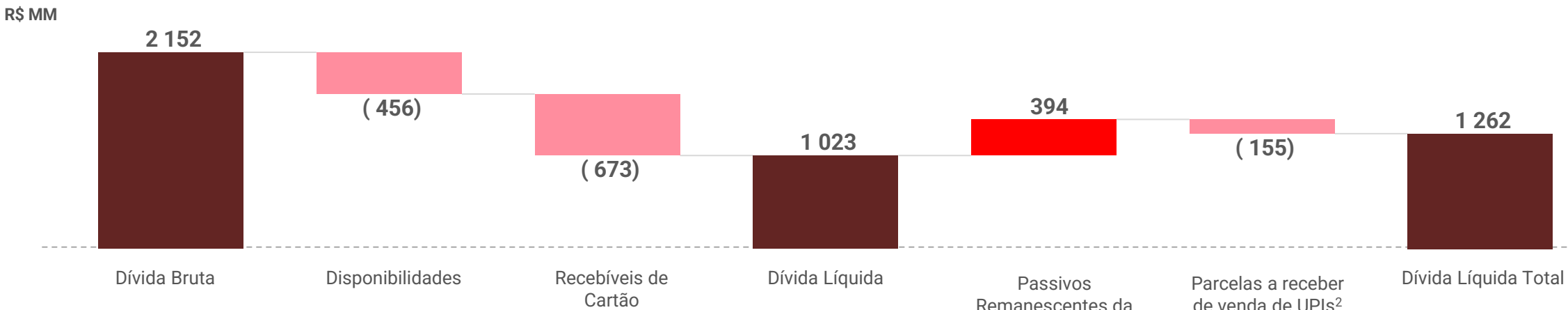


Melhorias Operacionais

- Ebitda Loja no positivo, 4,3% da Receita Líquida
- EBITDA: melhora de R\$39 MM em 2026 vs 2025
- G&A: redução de 1,0p.p. da receita Líquida
- Redução de R\$~40 MM em estoque, 8 dias de cobertura.
- Aumento da posição de caixa no semestre

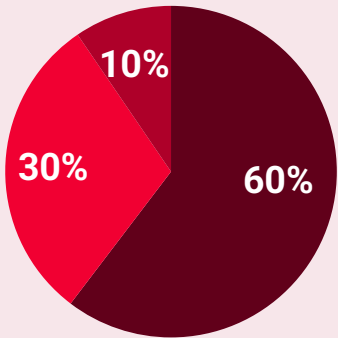
Andamento do Processo de Venda dos Ativos

- Venda de 10 Lojas do Natural da Terra. Preço total de R\$69 MM a ser abatido da Debênture.
- 3 Lojas de SP, em negociação
- Hortifruti, Market Sounding.



Nota: Não considera as operações descontinuadas (Ame, Uni.Co e HNT).
¹ Fornecedores parcelados, Modalidade Geral de Pagamento e Opção de Restruturação I trazidos à valor presente
² Parcelas a vencer da UPI Uni.Co

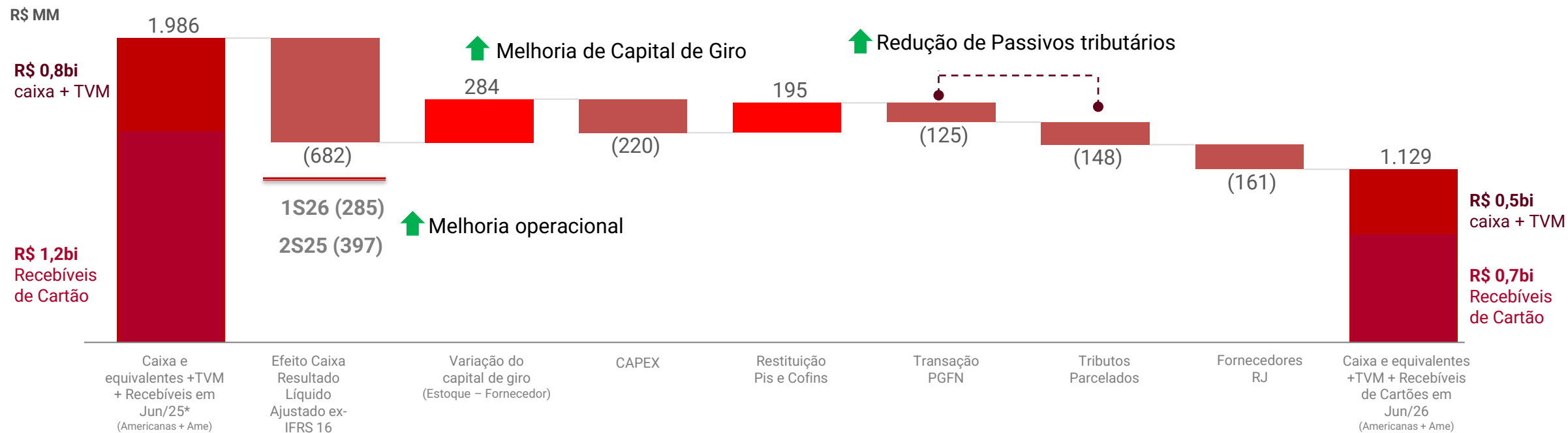
Perfil da 22ª Emissão de Debêntures



SÉRIE	ATUALIZAÇÃO	CARÊNCIA	VALOR (R\$ MM)	PRAZO	JUROS	UPI
AMERE2 (Prioritária)	128% do CDI	24 meses de carência 26/07/2026	1.322	4 anos (bullet)	pagos trimestralmente	HNT Venda 10 Lojas SP R\$ 69MM 3 Lojas SP em negociação Hortifruti Market sounding
AMERF2 (Simples)	128% do CDI	24 meses de carência 26/07/2026	660	5 anos (bullet)	pagos trimestralmente	
AMERG2 (Simples)	USD + 8,35%	24 meses de carência 26/07/2026	170	5 anos (bullet)	pagos trimestralmente	

Fluxo de Caixa 12M

Disciplina financeira, com foco na redução estrutural do consumo de caixa: Melhoria operacional; Gestão eficiente de Capital de Giro e Redução de passivos tributários



TVM: Títulos e Valores Mobiliários.

*Não considera a variação das operações descontinuadas (HNT e Uni.Co).

la

Estratégia

2026 - 2029



Estratégia 26-29

Acelerando a performance e a transformação

Gente, Gestão e Cultura

Ser Americanas



PERFORM



TRANSFORM



Operações e Supply

Custo Logístico, custo de ocupação, produtividade, eficiência em abastecimento, operações de lojas, footprint futuro



Comercial

Gestão de sortimento, crescimento de margem, visão categoria x visão jornada, cross sell parcerias e itens exclusivos



Consumer & Growth

Novo Digital, serviços financeiros, fidelidade, visão única cliente



Americanas Ads

Nova plataforma de mídia com a Mega Mídia



Despesas fixas

Otimização de Custos e Despesas

PERFORM

Foco na transformação do negócio, com melhoria contínua na eficiência operacional e na execução da gestão comercial



RECEITA BRUTA NO "SSS" (1)

+9,3% vs 6M25

RECEITA BRUTA POR M2

+10,3% vs 6M25

DIGITAL O2O(2)

+74,6% vs 6M25

SG&A - Redução de

76 MM vs 6M25



SG&A (%RL)

-3,3 p.p. vs 6M25

PRODUTIVIDADE DO ASSOCIADO

+12,0% vs 6M25

IDENTIFICAÇÃO DE CLIENTES NO PDV (3)

+9,0 p.p. vs 6M25

CUSTO DE ALUGUEL

-2,0 p.p
vs Inflação 12M

- Plano 100 anos AMER3
- Crescimento Sustentável
- Melhoria Operacional Contínua



Evolução do Resultado Operacional

R\$ milhões

6M24⁴

6M25⁴

6M26⁴



(786)



(548)



(297)

+251

+238

(1) As vendas "mesmas lojas (SSS)" (não revisada pelos auditores independentes) representam as lojas com vendas de mercadorias ininterruptas nos últimos 12 meses, incluindo o O2O, e excluem do cálculo a receita descontos

(2) O2O (Online to Offline): modelo que conecta as compras online às lojas físicas, usando as lojas como pontos de retirada e entrega de mercadorias

(3) Ponto de Venda (terminal/caixa onde a transação é concluída)

(4) Referente ao primeiro semestre de cada ano



NOSSO CORE

Mais de **37MM** de clientes identificados

CONSUMIDORES

CONVERSÃO



SORTIMENTO



REVENUE MANAGEMENT



LOJA EXCELENTE

MARGEM %

CRESCIMENTO

ITENS/CESTA

ESTRADA DE CRESCIMENTO ORGÂNICA

CRM e Cliente a

Digital

Serviços financeiros

Expansão de lojas

ESTRADA DE CRESCIMENTO RECEITA GLOBAL

Americanas Ads
Retail media.

Logística

Centro de custo → centro de receita. BU de serviços.

CENTROS DE EXCELÊNCIA

Financeiro

Jurídico

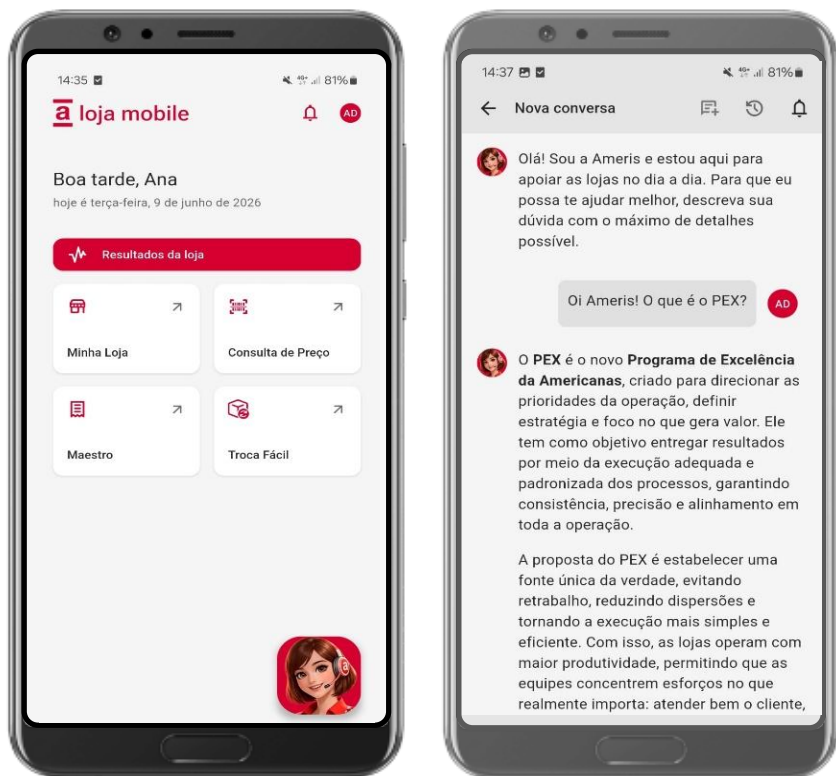
Tecnologia

Gente & Gestão

CSC + Procurement

Loja Mobile: A loja na palma da sua mão

Hoje os processos padronizados do PEX são executados em diversos sistemas. O Loja Mobile nasce como um hub de funcionalidades – e mais que isso, traz mobilidade na execução das rotinas.



COMO A PERGUNTA VIRA RESPOSTA

- 01 Dados identificam o desvio
- 02 IA prioriza o problema
- 03 Loja recebe uma ação
- 04 Responsável executa
- 05 Indicador verifica o resultado
- 06 Organização aprende e ajusta o padrão

Aplicativo unificado





Sustentabilidade Corporativa: Resultados e Impacto

Nossa jornada na construção de um futuro mais inclusivo, transparente e sustentável.



Adesão à Coalizão pelo Código de Defesa e Inclusão do Consumidor Negro.

Uma iniciativa coletiva para enfrentamento ao racismo nos estabelecimentos de consumo brasileiros.



Campanha SOS Sudeste para fortes chuvas na região Sudeste (SP, MG e RJ).

A companhia viabilizou a doação de mais de 17 mil itens de higiene, vestuário e limpeza para cidades afetadas em parceria com o Movimento União BR.



Publicação voluntária Relatório Anual 2025

Relato integrado “inspirado no GRI” será publicado em Setembro de 2026.



la

Anexo





Conciliação EBITDA R\$ MM	Consolidado		
	6M26	6M25	Δ6M
EBITDA	94	232	(139)
Despesas da RJ e investigação	67	41	26
EBITDA Ajustado	161	273	(112)
Pagamento de arrendamento	(401)	(425)	24
EBITDA Ajustado (ex-IFRS 16)	(240)	(152)	(88)
Efeitos Extemporâneos ¹	(57)	(396)	339
EBITDA Ajustado (ex-IFRS 16 e Extemporâneos)	(297)	(548)	251

1) Considera créditos tributários estaduais e federais e créditos de depósitos judiciais baixados em períodos anteriores.

americanas

tudo que você ama



Q&A

americanas



americanas
tudo que você ama

