

americanas

Divulgação de Resultados
3T26 - 9M26

2026

agenda

01. Resultado 9M26

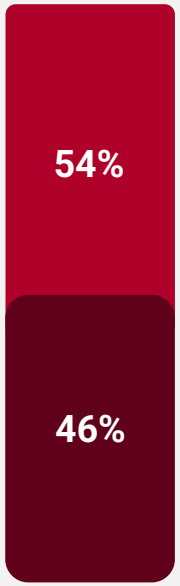
02. Recuperação Judicial

03. Estratégia 2026 - 2029

Transformação profunda na estrutura do negócio nos últimos 3 anos

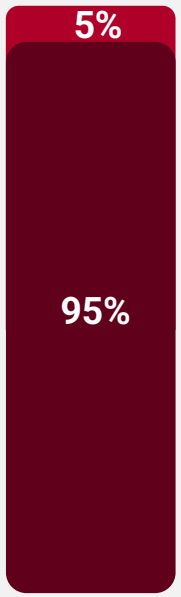
2022

- 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



Receita Físico Receita Digital

2025



- Estruturas integradas, estratégias convergentes e mesma proposta de valor
- **Físico:** Core do negócio
- **Digital:** omnicanalidade, 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

Redirecionamento estratégico da Companhia, com foco no físico, atuação integrada e o cliente no centro

2026 - 2029

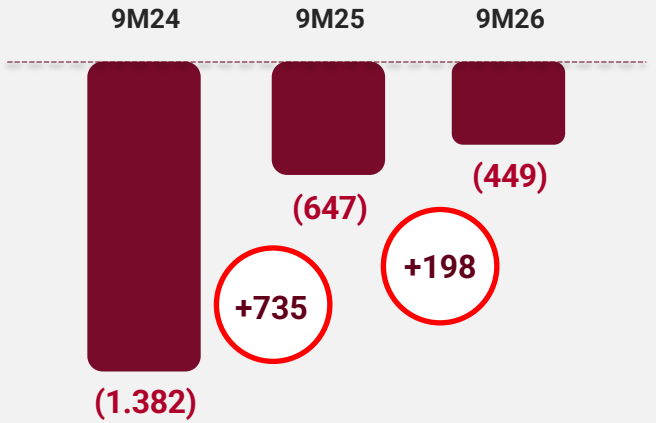
- **Plano 100 anos AMER3**
- **Crescimento Sustentável:** geração de caixa através de melhoria contínua do resultado operacional



AMER3

Evolução do Resultado Operacional

R$ milhões



Destaques 9M26

VENDAS

RECEITA BRUTA

R$ 10,5Bi

Físico + O2O[3] **+5,3%** vs 9M25

MESMAS LOJAS (SSS)[1]

+8,7%

vs 9M25

RECEITA BRUTA POR M²

+9,3%

vs 9M25

DIGITAL, SERVIÇOS E PRESENÇA

ESTRATÉGIA DIGITAL

+80,3%

Crescimento da Receita Bruta O2O[3] vs 9M25

CARTÃO CLIENTE a

>R$ 2,5Bi

Acumulado 12M

REC. BRUTA SERVIÇOS

+46,2%

vs 9M25

TOTAL DE LOJAS NO PAÍS

1.445



EFICIÊNCIA OPERACIONAL

SG&A

-R$ 95MM

vs 9M25 **-3,3p.p. (%RL)**

MELHORIA OPERACIONAL[4]

+R$ 198MM

vs 9M25

MELHORIA DO CONSUMO DE CAIXA vs 2T26 (12M)

+R$ 124MM de Capital de Giro

+R$ 241MM Operacional

RECUPERAÇÃO JUDICIAL - Sentença de Encerramento em Out/26

(1) As vendas "mesmas lojas (SSS)" (não revisadas 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) O2O (Online to Offline): modelo que conecta as compras online às lojas físicas, usando as lojas como pontos de retirada e entrega de mercadorias. (4) No conceito EBITDA Ajustado ex. IFRS 16, excluindo efeitos extemporâneos.

Receita Bruta, Vendas Mesmas Lojas “SSS”(1), Lucro e Margem Bruta

Trajetória consistente de crescimento de venda “SSS” significativamente acima da inflação.

Manutenção do crescimento de margem bruta com aumento de rentabilidade.

Forte aumento de

Receita Bruta por m²

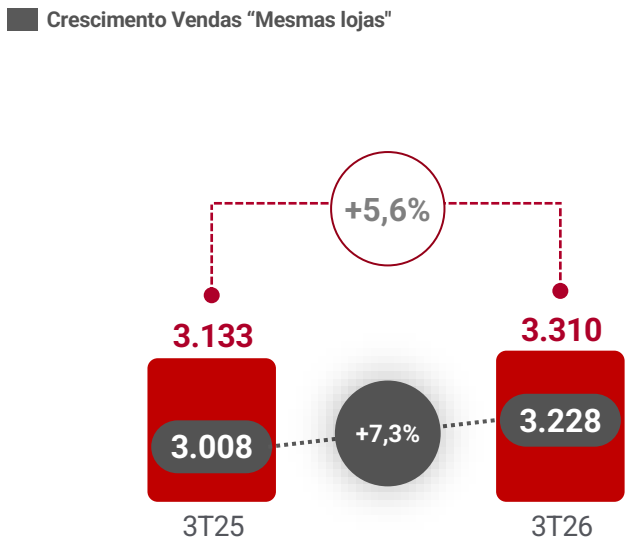
Crescimento de

9,3% **vs 9M25**

(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.

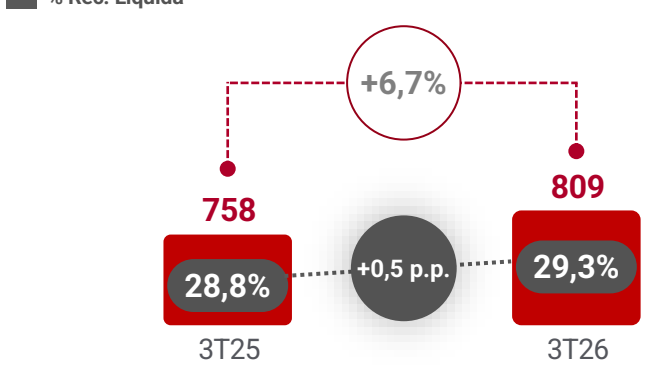
Receita Bruta Físico + O2O e “SSS” 3T26

R$ milhões



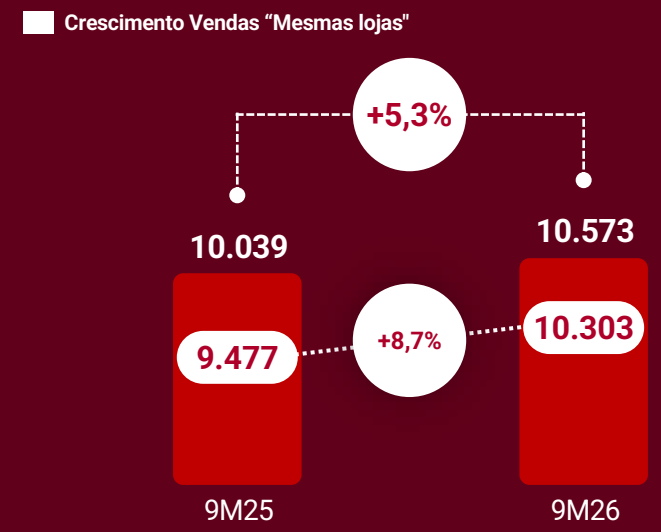
Lucro e Margem Bruta Físico + O2O 3T26

R$ milhões



Receita Bruta Físico + O2O e “SSS” 9M26

R$ milhões

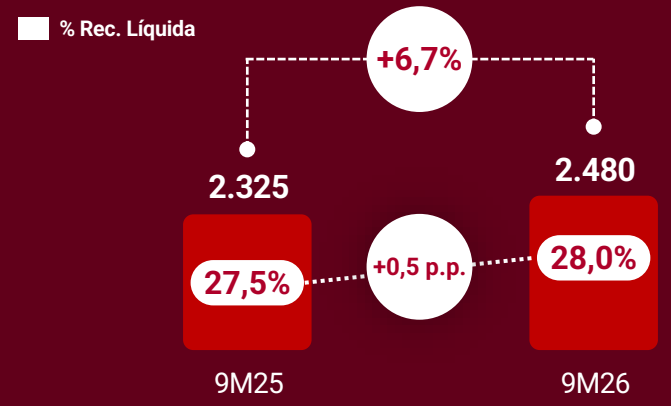


Crescimento Real “SSS” no 9M26

1,9x da inflação acumulada 12 meses

Lucro e Margem Bruta Físico + O2O 9M26

R$ milhões

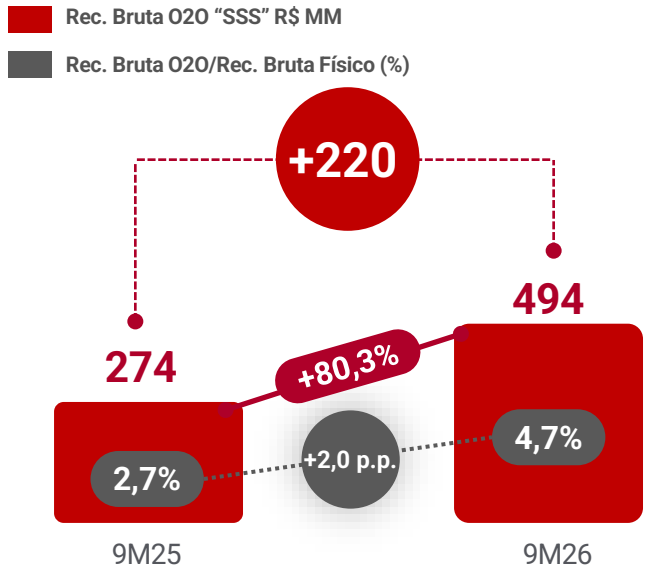


Digital e Serviços

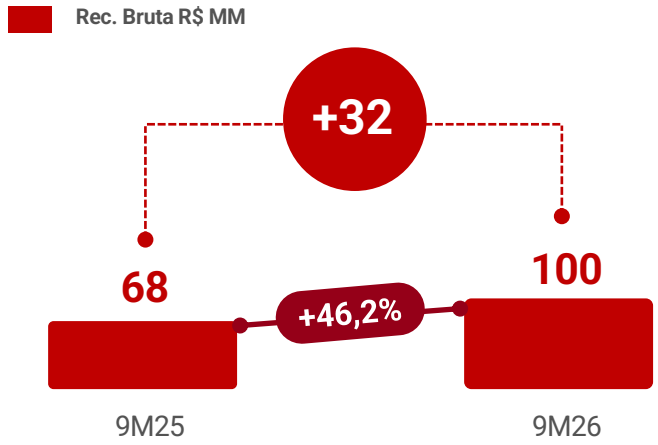
Expressiva evolução de receitas complementares às lojas, pavimentando o crescimento futuro da Companhia



Receita Bruta O2O[1]



Receita Bruta Serviços

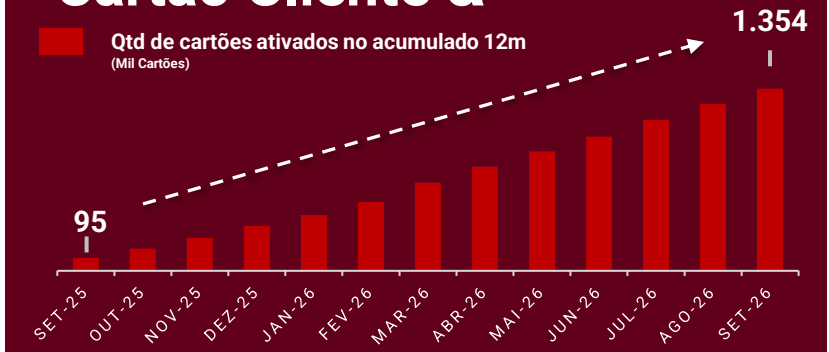


(1) O2O (Online to Offline): modelo que conecta as compras online às lojas físicas, usando as lojas como pontos de retirada e entrega.

Expansão O2O

- Implementação de 5 parceiros de venda no O2O-Out (iFood, Magalu, 99Food, Rappi e Shopee).
- Mais de 100 Lojas com entrega expressa (até 3h) (posição nov/26)
- Mais de 10 Lojas com entrega estadual (posição nov/26)
- Aumento de idas à loja para retirar pedido: 371 mil vs 307 mil (+21%).

Cartão Cliente a



Cartão	+900 mil ativações no 9M26
TPV	+2,1 Bi no 9M26

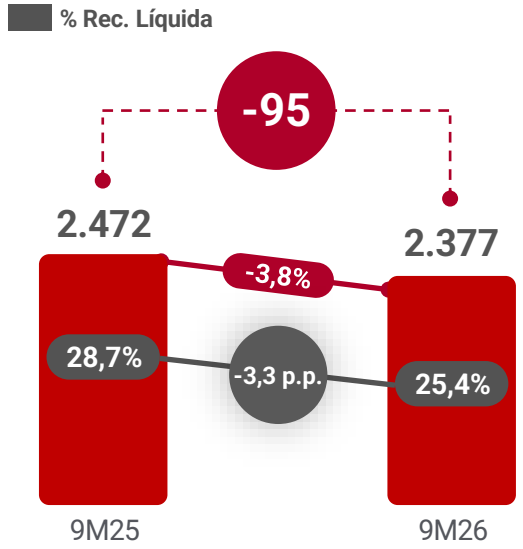
SG&A, Resultado Operacional, EBITDA Ajustado (ex-IFRS 16)

Crescimento de receita, combinado com foco em disciplina de custos e eficiência operacional, sustentam evolução consistente do resultado operacional



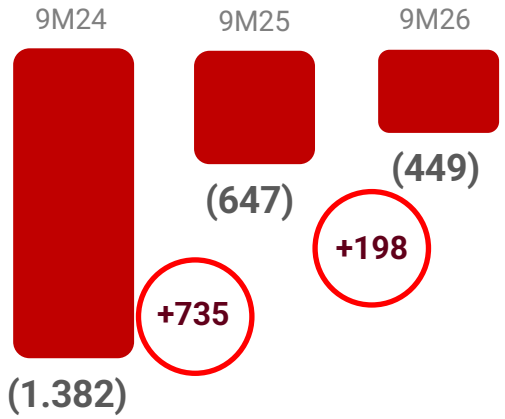
Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas (SG&A)

R$ milhões



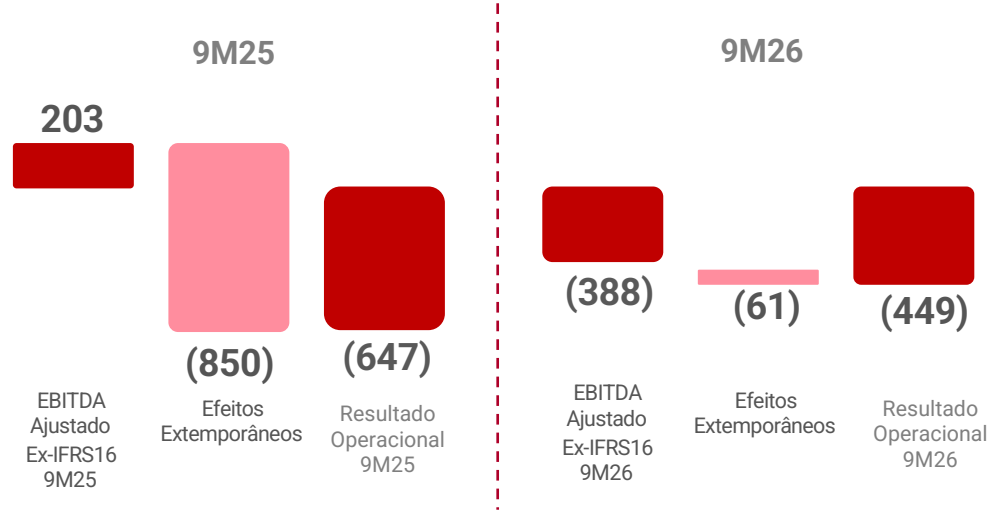
Evolução do Resultado Operacional

R$ milhões



Conciliação EBITDA Ajustado[1] ex-IFRS 16

R$ milhões



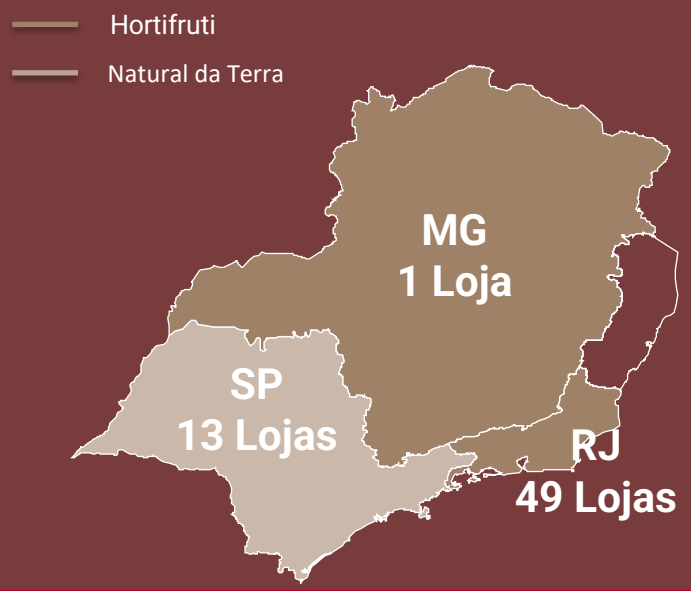
(1) O EBITDA ajustado ex-IFRS 16 exclui despesas da RJ.

Operações Descontinuadas

Hortifruti Natural da Terra (HNT)

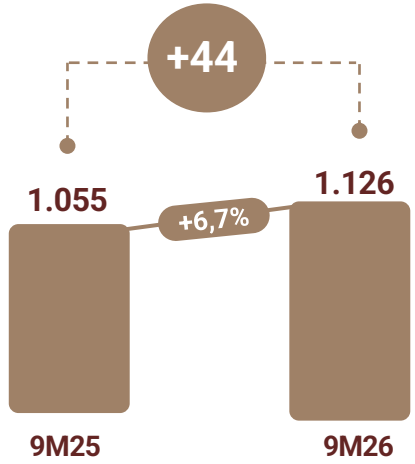
Margem Comercial (Hortifruti) avança 1,5p.p. atingindo 46,2% da RL

Distribuição do Portfólio de lojas



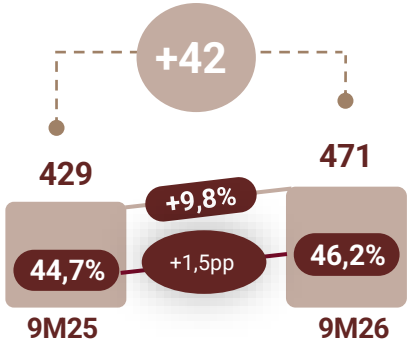
Receita Bruta - Hortifruti "SSS"

R$ milhões



Margem Comercial - Hortifruti "SSS"

R$ milhões



Melhorias Operacionais

- EBITDA Loja no positivo, 5,3% da Receita Líquida
- EBITDA: melhora de R$ 53MM em 2026 *vs* 2025
- G&A: redução de 1,5p.p. da Receita Líquida
- Redução de ~R$ 38,7MM em estoque, 5 dias de cobertura.
- Aumento da posição de caixa no semestre

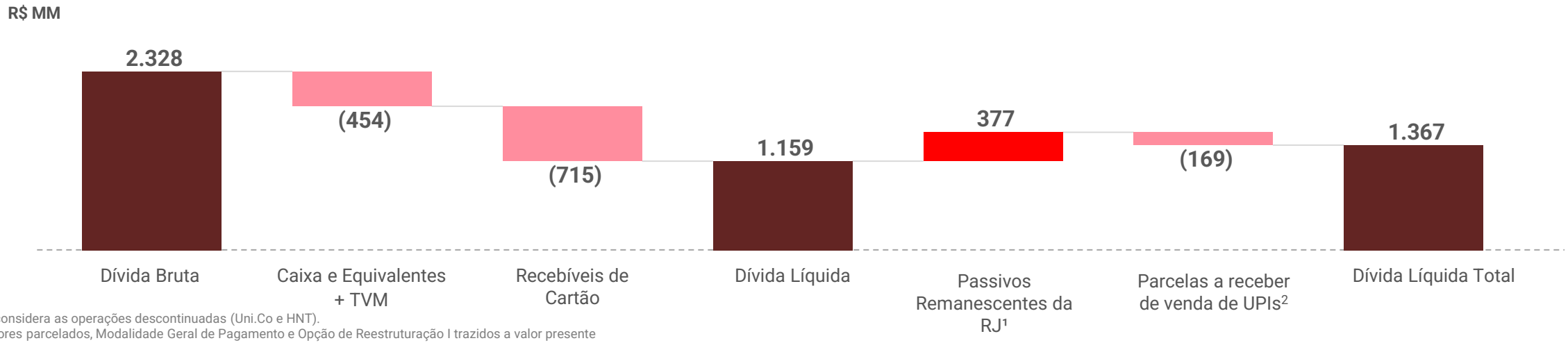
Andamento do Processo de Venda dos Ativos

- Venda de 10 Lojas do Natural da Terra. Preço total de R$ 69MM a ser abatido da Debênture.
- 6 lojas entregues totalizando R$ 44MM.
- 3 Lojas de SP, **em negociação**
- Hortifruti, ***Market Sounding***.

Estrutura de Capital

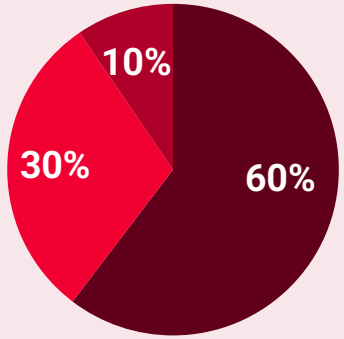
Dívida Líquida sob controle, refletindo estrutura de capital saudável





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

Perfil da 22ª Emissão de Debêntures



SÉRIE	ATUALIZAÇÃO	CARÊNCIA	VALOR (R$ MM)	PRAZO	JUROS
AMERE2 (Prioritária)	**128% do CDI**	24 meses 26/07/2026	1.363	4 anos (*bullet*)	pagos trimestralmente
AMERF2 (Simples)	**128% do CDI**	24 meses 26/07/2026	689	5 anos (*bullet*)	pagos trimestralmente
AMERG2 (Simples)	**USD + 8,35%**	24 meses 26/07/2026	174	5 anos (*bullet*)	pagos trimestralmente

UPI

HNT
Venda 10 Lojas SP **R$ 69MM**
3 Lojas SP **em negociação**
Hortifruti ***Market sounding***

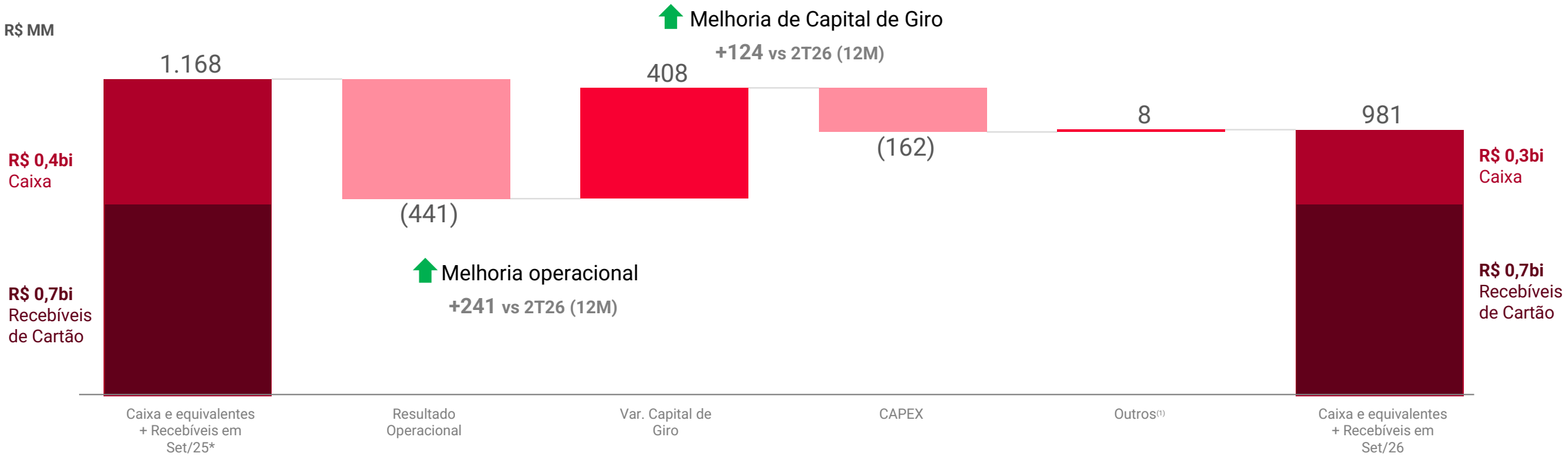
NOTA COMERCIAL

R$ 100MM - CDI + 0,75% a.m.
pagos mensalmente

Fluxo de Caixa 12M

Disciplina financeira, com foco em melhoria operacional e eficiência na gestão de capital de giro, reflete em redução significativa do consumo de caixa LTM.





(1) Outros: Nota Comercial (+R$ 100MM), Restituição de PIS/Cofins (+R$ 195MM), Tributos Parcelados (-R$ 125MM), Fornecedores RJ (-R$ 162MM)
*Não considera a variação das operações descontinuadas (HNT e Uni.Co).

Recuperação Judicial

Recuperação Judicial

A saída da Recuperação Judicial é uma declaração do compromisso da Companhia com seus associados, clientes e fornecedores



Etapas Realizadas

- **Mar/26** – Protocolado o pedido de saída da Recuperação Judicial
- **Abr/26** – Manifestação Favorável do Ministério Público
- **Abr/26** – Manifestação Favorável do Administrador Judicial
- **Out/26** – Sentença de Encerramento

Próximos Passos

- Trânsito em julgado da Sentença de Encerramento
- **Fim da Recuperação Judicial**

Jornada de transformação desde a homologação do Plano de RJ. Reestruturação financeira e reconstrução do negócio

2024

Homologação do PRJ

1ª Páscoa pós-homologação



- R$ 1 bi em chocolates,
- +20% de crescimento

Aumento de Capital e Reestruturação da Dívida

Lançamento de Propósito, Princípios e Valores

Retomada do Sortimento GM1

Modelo de Gestão CoOps

1S25

Redesenho do Digital

Revisão do 1P, redução marketplace e desativação da AME; digital reduz de 54% (2022) para 5% (2025) da receita, com foco voltado para as lojas físicas

Fortalecimento do relacionamento com fornecedores

Projeto otimização footprint lojas

Relançamento do Cartão Cliente a

Pontuação em dobro; >R$ 2,5 bi no acumulado 12M

Páscoa recorde



- R$ 1,2 bi em vendas,
- +16% de crescimento;
- *market share* ultrapassou 50% do mercado varejo

2S25

Programa de fidelidade Cliente a

Lançado nas lojas físicas, com pontos e missões personalizadas para 50 mi de consumidores

Assinatura da marca: Tudo que você ama

Marcou uma virada afetiva de reconexão com a marca, reforçando o vínculo histórico com os brasileiros.

Lançamento de parcerias no O2O

Utilização de espaço digital como vitrine ativa para venda de mercadorias

+10 mil consumidores entrevistados

Fontes: Fatos Relevantes da Companhia e imprensa (2024–2026)

Jornada de transformação desde a homologação do Plano de RJ. Reestruturação financeira e reconstrução do negócio

1S26

Lançamento Plano 100 anos
Loja como ponto central de conexão com o cliente

Aceleração da operação de ADs
Parceria estratégica com Mega Mídia para expansão de *Retail Media*

Lançamento do Programa de Excelência (PEX)
Implementação do programa voltado à padronização de processos e rotinas nas lojas.

Pedido de encerramento
Protocolado em março; manifestações favoráveis do MP e Administrador Judicial

Alienação de ativos
- Uni.Co: R$ 162 mi e HNT: R$ 69 mi
- Recursos amortizam dívidas do plano

2S26

Breakeven antecipado do Digital

Mais de 38 milhões de clientes identificados

AMERICANAS Marca de Alto Renome
Reconhecida oficialmente pelo INPI como marca de alto renome, com proteção em todos os ramos de atividade

Sentença de encerramento
Fim da RJ decretado pela 4ª Vara Empresarial

Lançamento AmerLog
Novo centro de receita: Serviços logísticos distribuição, *backhaul* e importação

Fontes: Fatos Relevantes da Companhia e imprensa (2024–2026)

Estratégia
2026 - 2029

Mapa Estratégico: A transformação já começou

TRANSFORM

FUNDAÇÕES
ponto de partida

01 Nosso Cliente
38MM de Clientes Identificados

02 Proposta de Valor: Para que existimos?
"Em um só lugar: descobertas, recompensas e cuidados acessíveis pra mim, pra família e pra casa."

NEGÓCIO CORE
Geração de valor: Eficiência e Margem

03 Jornadas e sortimento
Categorias por jornada de compra, curadoria e diferenciação

04 Revenue Management
Preço, promoção e marca própria como motores de margem

05 Logística e abastecimento
Abastecimento, modulação e custo logístico: serviço à loja com eficiência.

06 Excelência operacional
Pessoas, processos e tecnologia

CRESCIMENTO
Alavancar frequência, ticket e novas receitas

07 CRM e Cliente A
Conhecer cliente a fundo para maximizar valor

08 Digital
Amplificador do Físico: O2O, pickup e omnichannel

09 Serviços financeiros
Cartão, Crediário e Seguros

10 Amer ADs
Retail media: 1.445 lojas e 50MM de visitas/mês + hipersegmentação CRM

11 AmerLog
Novo centro de receita: Serviços logísticos distribuição, *backhaul* e importação

12 Nova Loja e Novos Negócios
Novo formato e Novas Receitas

CENTROS DE EXCELÊNCIA
sustentam todas as camadas

- Financeiro
- Tributário
- Procurement & CSC
- Tecnologia
- Gente & Gestão
- Jurídico

Jornadas e Sortimento: escuta ativa de clientes define vocação de categorias

Os 5 Mundos reorganizam a estratégia comercial da Companhia ao redor das necessidades do cliente, com sortimento mais curado, conectando categorias, produtos e ocasiões de compra.

01 *Insights* de clientes

Escuta ativa suporta a definição da estratégia

Mais de 10k clientes ouvidos ao longo de 2025 ajudaram a traçar a vocação das categorias

02 Definição de categorias foco

Escolha de propostas que fazem a diferença na relação com o consumidor

Inputs Clientes + Competências internas

03 Redesenho matrizes sortimento

Nova metodologia de estratégia de produtos = mercado + clientes + performance Amer

Time comercial redefine papel de cada linha de produto



Estratégia Comercial: Sortimento em teste

Os 5 Mundos reorganizam a estratégia comercial da Companhia ao redor das necessidades do cliente, com sortimento mais curado, conectando categorias, produtos e ocasiões de compra.

Cliente no centro da estratégia

A loja organizada pela necessidade do cliente.

Integração entre categorias

Categorias conectadas, soluções mais completas.

Sazonalidade mais estratégica

Cada ocasião se transforma em oportunidade.

Equilíbrio entre recorrência e novidade

O essencial sempre presente, com espaço para inovar.



Ampliação do sortimento de moda intima e camisetas básicas



Nova linha fitness

MODA CONFORTO

ALIMENTOS



Latinhas presenteáveis

Biscoitos premium em lata, o presente pronto



Refeições Saudáveis

Geladeiras de refeições saudáveis perto do caixa



Barras proteicas

Itens de saudabilidade para consumo rápido

CASA

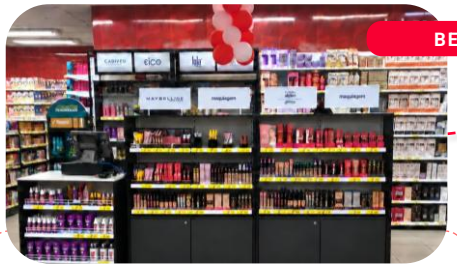


Linhas mais premium: curadoria e qualidade em cama, mesa e banho



Itens de decoração

BELEZA



Espaço Beleza com linhas de maquiagem, novas marcas parceiras e atendimento dedicado

BRINQUEDOS



Organização por mundos de brincadeira, como Imaginação e Ação e Aventura

Amer ADs



PORTFÓLIO RETAIL MEDIA

+60,9%
vs 2025

+42
Novas soluções

ATIVAÇÕES

750 +50% vs. 3T25

Execução 360° conecta mídia, loja e conversão

PRESENÇA DIGITAL

+97%
Receita bruta vs 9M25

CASE OREO BTS

Consolidação como Plataforma de lançamento de produtos



+63%
vs. Oreo Selena em 2025

+110%
na categoria biscoitos Mondelez na Americanas vs 2025

Ativações em loja





1.439
lojas positivadas









americanas

tudo que você ama



Q&A

americanas

americanas

tudo que você ama