



# americanas sa

resultados 2T22  
11.08.2022

## Mensagem da Administração

### Um ano de soma e sintonia

Em junho do ano passado, nossos acionistas aprovaram em assembleia a combinação dos negócios de Lojas Americanas e B2W, formando uma só companhia, que, naquele momento, contava com 49 milhões de clientes ativos, cerca de 2.155 lojas em mais de 700 cidades e vendas (GMV) de R\$ 49 bilhões nos últimos 12 meses. No segundo trimestre de 2022, a Americanas S.A. atingiu um marco, ao fechar um ciclo completo de 1 ano com as operações combinadas. A julgar pelos avanços que tivemos no período, parece que faz mais tempo. Olhando em retrospectiva, empreendemos uma verdadeira revolução. A Americanas S.A. encerrou o trimestre ainda mais relevante no dia a dia dos brasileiros, com 4,3 milhões de novos clientes ativos, adicionando 1.436 lojas, com 32% mais itens vendidos e R\$ 59 bilhões de GMV nos últimos 12 meses.

Seguimos crescendo de forma sustentável, o que nos deixa preparados para atravessar as adversidades do atual cenário macroeconômico brasileiro. A retomada gradual do fluxo de clientes às lojas contribuiu para um crescimento de 27% nas vendas em relação ao ano passado. Além de terem se convertido em *hubs* de experiência - um ponto para comprar, pegar ou devolver compras, fazer lançamentos e gerar receita com mídia - nossas lojas têm um papel importante para o ecossistema. Elas impulsionam as vendas do digital e representam 76% do nosso EBITDA proforma.

Junto com as lojas, outro vetor de crescimento veio da performance do 3P, que ganhou relevância na plataforma graças a itens de alta recorrência, como mercado, suplementos, perfumaria, vestuário e autopeças, categorias que potencializam a nossa resiliência. Com uma oferta mais ampla, os clientes voltam mais vezes às lojas e ao site, o que permite que a companhia participe de diferentes jornadas de consumo. Nos últimos doze meses, nosso sortimento aumentou em 32%, totalizando 147 milhões de ofertas disponíveis.

Em abril, lançamos a marca Americanas Entrega, que passa a reunir os centros de distribuição e *hubs*. A logística é um dos pilares da estratégia de múltiplos canais. Com estoques unificados, malha integrada, lojas atuando como *hubs* e uso cada vez maior de inteligência artificial, alcançamos um novo patamar: no segundo trimestre de 2022, 40% das entregas foram realizadas em até 3 horas. Um ano atrás, esse percentual era de 14%.

E ainda há muito espaço para crescer. Recentemente, iniciamos um projeto piloto para levar a entrega expressa para as marcas da Uni.co, empresa adquirida em julho de 2021. O modelo O2O (*online to offline*) também avança nas franquias. Hoje, em média 20% das compras das marcas Puket, Imaginarium e Love Brands feitas no site da Americanas já são entregues pelas lojas franqueadas mais próximas dos clientes.

A jornada de geração de valor nos novos negócios (Hortifruti Natural da Terra, Vem e Uni.co) segue em contínua evolução. Merece destaque a integração da logística internacional, que vai trazer mais eficiência ao negócio. Junto com a Uni.co, expandimos a operação de gestão da cadeia de fornecimento global a partir de Shenzhen, na China, onde a empresa já opera há 10 anos, com uma equipe de cerca de 30 pessoas.

Na Vem Conveniência, estamos trabalhando desde março em melhorias e integrações que vão se traduzir em preços mais baixos para os consumidores e margens melhores para os franqueados. No 2T22, iniciamos a implantação da compra centralizada de produtos em cerca de 800 lojas. Agora, os franqueados podem reabastecer as suas lojas diretamente na plataforma da Americanas S.A.. Até dezembro, as mais de 1.200 franquias serão incluídas nesse modelo.

No Hortifruti Natural da Terra, tivemos uma melhora em muitos indicadores desde sua aquisição em novembro de 2021. Em apenas dois trimestres, a base ativa de clientes da empresa aumentou 20% e o NPS, que mede o nível de satisfação do cliente, passou de 60 para 70. Ao mesmo tempo, conseguimos uma redução de custos de 1,4 p.p. da receita líquida, o que prova que conseguimos ganhar eficiência, sem perder qualidade.

Outro motivo de comemoração vem da Ame, que registrou seu primeiro resultado positivo em um trimestre completo. A *fintech* que nasceu apenas três anos atrás como uma forma mais inteligente de dar desconto, cumpre uma trajetória de sucesso que hoje vai muito além das fronteiras do ecossistema, com 1,9 milhão de cartões de crédito emitidos e uma oferta variada de modalidades de crédito e seguros. Ao passar a gerar receita com serviços financeiros, a Ame monetiza sua plataforma, como previa nosso plano de negócios. No 2T22, a *fintech* atingiu um TPV (Volume Total de Pagamentos) de R\$ 7,9 bilhões, 51,9% acima do mesmo período do ano passado.

A retomada do varejo físico, o resultado positivo da *fintech* Ame, a integração das empresas adquiridas e os ganhos obtidos com a combinação dos negócios explicam o crescimento de 2,2 pontos percentuais da margem EBITDA, que alcançou 12,6% da receita líquida no 2T22. Disciplina financeira e busca pela eficiência sempre fizeram parte da nossa cultura e se tornaram ainda mais significativas no momento atual, com alta das taxas de juros, inflação crescente, pressão em custos e queda na renda da população.

Desde o *follow-on*, em julho de 2020, a companhia vem em um movimento de alongar o perfil da sua dívida. Além dos *Bonds* emitidos no final de 2020, em julho de 2022, demos mais um passo importante nessa direção, com uma emissão bem-sucedida de R\$ 2 bilhões em debêntures, com prazo de 11 anos. A operação, considerada inédita no Brasil pelas condições oferecidas, vai permitir a rolagem de grande parte das dívidas que vencem em 2022 e 2023, dando ainda mais robustez à nossa estrutura de capital.

Apesar do ambiente desafiador, fechamos esse ciclo com otimismo e ainda mais confiança no nosso modelo estratégico, que é ancorado em uma oferta ampla de produtos, de tíquete médio baixo e alta recorrência, tem as lojas físicas como um dos principais motores da companhia e reforça o compromisso de continuar crescendo com rentabilidade.

Para nós, ser relevante no dia a dia do consumidor brasileiro ganha novo sentido quando também melhoramos a vida das pessoas. Na Americanas S.A., a agenda ESG começou 15 anos atrás e neste ano recebeu reconhecimentos importantes, como a estreia no *The Sustainability Yearbook 2022*, anuário que reúne as empresas com as melhores performances em sustentabilidade do mundo.

No 2T22, fortalecemos a parceria estratégica com o UNICEF para reduzir a evasão escolar e promover a dignidade menstrual entre jovens em escolas do norte e nordeste do País. O Americanas na Favela, programa iniciado em 2021 e que já alcança 7 comunidades, ganhou um novo capítulo graças à parceria com o Google para criação de endereços digitais na favela de Paraisópolis, em São Paulo. Com ajuda da tecnologia, moradores da região passaram a ter acesso a alguns serviços básicos e recursos em seu dia a dia, como o atendimento de saúde emergencial e o recebimento de correspondências e mercadorias, entre outros.

Estamos muito orgulhosos desse ano de soma e de sintonia. E nada disso seria possível sem o espírito de dono e o comprometimento dos nossos mais de 40 mil colaboradores e nossos parceiros.

Muito obrigado a todos.

Miguel Gutierrez  
CEO Americanas S.A.

## Destaques 2T22

PRINCIPAIS INDICADORES (MM)	2T22	2T21	Delta
Base de clientes ativos LTM	53	49	+4
# Itens vendidos LTM	1.629	1.234	+395
# de Transações LTM	435	381	+54
Sortimento	147	111	+36
# Sellers (Mil)	140	105	+35

- **Foco no Cliente: 53 milhões** de clientes ativos  
A base ativa de clientes atingiu 53 milhões, um crescimento de 9% vs 2T21 (+4 MM). O número de itens vendidos e de transações cresceram ainda mais rápido, +32% e +14%, respectivamente. Estamos avançando rapidamente em nossa estratégia de ser cada vez mais relevantes no dia a dia dos clientes e essa performance demonstra o aumento na frequência de compras.
- **Gross Merchandise Value (GMV):** crescimento de **10,4%**  
No 2T22, o GMV Total da Americanas foi de R\$ 13,9 bilhões, um crescimento de 10,4%. O GMV Total é composto por:
  - GMV Físico: R\$ 3,5 bilhões, um crescimento de 26,9%.
  - GMV Digital: R\$ 10,4 bilhões, um crescimento de 5,7%.
    - GMV 1P: R\$ 4,4 bilhões, uma redução de 7,6%.
    - GMV Parceiros: R\$ 6,0 bilhões, um crescimento de 18,3%.
- **E-commerce:** crescimento de **5,7%**  
A plataforma de *e-commerce* cresceu 5,7% no 2T22, mantendo um crescimento superior ao do mercado de *e-commerce*, que teve uma contração de 3,1% no trimestre, segundo a Neotrust.
- **Lojas Físicas:** crescimento de **26,9%**  
A Receita Bruta da plataforma física cresceu 26,9% no 2T22. O crescimento da receita bruta no conceito “mesmas lojas” (SSS) foi de 10,2%. No ano, foram inauguradas 78 novas lojas (Americanas: 16, HNT: 4 e Vem: 53, Uni.co: 5), totalizando 3.591 lojas, funcionando como *hubs* avançados de venda, relacionamento e distribuição.
- **EBITDA: expansão de 2,2 p.p.** na margem EBITDA  
No 2T22, o EBITDA alcançou R\$ 843,2 milhões, um crescimento de 29,2% e a margem EBITDA expandiu 2,2 p.p., alcançando 12,6% da RL. A retomada do varejo físico, o resultado positivo da *fintech* Ame, a integração das empresas adquiridas e os ganhos obtidos com a combinação dos negócios contribuíram para o resultado.

- **Ame Digital (Fintech): EBITDA<sup>1</sup> Ajustado de R\$ 8,5 milhões**

O TPV segue em rápido crescimento, atingindo R\$ 7,9 bilhões no 2T22 (+51,9% vs 2T21) e R\$ 31 bilhões nos últimos 12 meses. Refletindo o crescimento exponencial das frentes de monetização (engajamento, plataforma e crédito), no 2T22, a receita bruta da Ame cresceu 120% e o EBITDA Ajustado atingiu R\$ 8,5 milhões, o primeiro EBITDA positivo em um trimestre. Ainda no 2T22, o volume financeiro concedido pelo *marketplace* de crédito da Ame (sem risco de crédito para a Companhia) cresceu 2,0x e o cartão de crédito Ame superou a marca de 1,9 milhão de cartões emitidos.

- **Entrega Rápida: 40% das entregas** feitas em até 3h

No 2T22, as entregas em até 3h representaram 39,5% do total (vs 14,5% no 2T21), refletindo os ganhos de sinergia da combinação de negócios, com uma base única de lojas atuando como *hubs* de distribuição (*ship from store* em mais de 900 cidades). As entregas em até 24h totalizaram 61,2% do volume de entregas gerenciadas pela Americanas Entrega, incluindo 1P e 3P.

- **Americanas ADS: mais de 20** soluções de mídia

Nosso hub *omnichannel* de publicidade oferece um portfólio de mais de 20 soluções de mídia, tecnologia e conteúdo, construindo estratégias de comunicação baseadas em insights comportamentais, com recursos de publicidade totalmente integrados entre o digital e o físico. No 2T22, a plataforma de vitrines patrocinadas, que representa quase 50% da receita do ADS, teve um aumento de receita de 54% em relação ao 2T21. Outro destaque do trimestre foi o desempenho das soluções de displays e projetos especiais, que apresentaram um crescimento de receita de 87% sobre o 2T21.

---

<sup>1</sup> EBITDA Ajustado de Ame considera receitas financeiras dos produtos e serviços financeiros.

## Motor de M&A

Buscamos novos negócios que complementem a jornada de consumo dos clientes e que possam ser alavancados pelos nossos ativos únicos. Focamos em empresas que tenham alto potencial de digitalização, que estejam presentes em mercados relevantes, que sejam bons modelos de negócio e que tenham um time talentoso. Com o objetivo de preservar a essência dos negócios adquiridos por nosso motor de M&A, a integração das companhias é baseada em três pilares: **Governança**, **Business Plan** e **Plano de Criação de Valor**.

### Hortifruti Natural da Terra (HNT):

Maior rede varejista especializada em frutas, legumes e verduras (FLV) do Brasil, o Hortifruti Natural da Terra foi adquirido em novembro de 2021. Contando, atualmente, com uma rede de 79 lojas, em 4 Estados (RJ, SP, MG e ES), e grande participação das vendas online, o HNT opera com uma estratégia *omnichannel*, incluindo entregas no mesmo dia e retirada na loja em 100% da sua rede. Além disso, o HNT presta um serviço diferenciado, em uma categoria de alta recorrência e tem uma base de clientes engajada, com frequência média de compras de 36x no ano.

- **Governança:** como o maior especialista em FLV do país, o HNT possui um time com mais de 15 anos de experiência no varejo, para oferecer o melhor nível de serviço em uma das categorias de maior complexidade operacional.
- **Business Plan:** em 2021, a categoria de FLV movimentou R\$ 5,4 bilhões em vendas no mercado do Rio de Janeiro e São Paulo, segundo a Nielsen. O HNT trabalha com um grande número de fornecedores exclusivos, o que permite o desenvolvimento de marcas próprias e garante a qualidade de seus produtos frescos. Temos a ambição de ampliar a presença física do HNT, iniciando a expansão pelo Sudeste, onde concentram-se as lojas e o *supply chain* atual, e de fomentar o desenvolvimento dos fornecedores, permitindo o crescimento da rede de forma estruturada e sustentável. A aquisição do HNT também reforça a operação do Americanas Mercado, melhorando significativamente o nível de serviço e garantindo alta qualidade na entrega de FLV, que representa mais de 40% da cesta dos clientes do Americanas Mercado.
- **Plano de Criação de Valor:** com os nossos ativos únicos, conseguimos alavancar significativamente a operação do HNT e acelerar o seu plano de expansão. Estamos evoluindo no processo de integração da empresa com a nossa plataforma e quase finalizamos a migração dos seus sistemas para o CSC da Americanas. Nesse processo de integração, já temos colhido diversas sinergias, como a redução de despesas de MDR, de aluguel de lojas, dentre outras. Assim, estamos confiantes de que conseguiremos tornar a operação cada vez mais rentável.

## Vem Conveniência:

Em 30 dezembro de 2021, foi aprovada a constituição da sociedade Vem Conveniência S.A., *joint-venture* entre a Vibra e a Americanas, ambas com participações de 50%. Em 1º de fevereiro, foram iniciadas as operações com 1.281 lojas de conveniência no final de junho, sendo 55 lojas com operação própria, utilizando a marca Local, e 1.226 lojas em postos de combustíveis, utilizando o modelo de franquia e a marca BR Mania.

- **Governança:** a Vem Conveniência nasce com governança própria e um time mais de 10 anos de experiência no business de conveniência e no varejo.
- **Business Plan:** a Vibra conta com uma rede de 8 mil postos de combustíveis em todo o país e a Vem opera as 1.226 lojas BR Mania em modelo de franquia, dentro dos postos. Oportunidade para “pescar no aquário” com eficiência. A Local tem 55 lojas e o plano é lançar o modelo de franquia para o varejo de proximidade. A estratégia da Vem é aumentar o número de lojas e fazer cada loja vender mais, com maior rentabilidade. A operação centralizada de abastecimento permitirá gerar mais valor ao franqueado e reduzir preços finais ao consumidor. O ecossistema Americanas acelera a perspectiva da Vem no varejo digital, permitindo que o franqueado se torne um *seller*, um ponto de coleta de produtos e aceite Ame como um meio de pagamento, além de passar a oferecer serviços financeiros ao franqueado/cliente.
- **Plano de Criação de Valor:** Nos meses seguintes à criação da Vem, migramos algumas lojas para o abastecimento centralizado operado pela Americanas. Agora, os franqueados podem reabastecer as suas lojas diretamente na plataforma da Americanas S.A.. Já iniciamos em mais de 800 lojas BR Mania o abastecimento dessa forma e o plano é alcançar as mais de 1.200 lojas até o final de 2022.

## Ame Digital

Ame, plataforma financeira da Americanas S.A., surgiu com o propósito de democratizar o acesso a serviços financeiros e com o objetivo de monetizar o ecossistema, de forma a ter uma participação substancial nos resultados da Americanas S.A..



Ame foi criada em meados de 2018 como a carteira digital do nosso ecossistema e, no ano seguinte, o plano do *super app* era de expandir a aceitação dentro do *On-us*, nas lojas e sites, como meio de pagamento. Em 2020, iniciamos a expansão da aceitação no *Off-us*, em estabelecimentos fora do ecossistema, por meio de parcerias estratégicas em segmentos de elevada frequência.

Em 2021 seguimos desenvolvendo a nossa plataforma financeira, incluindo importantes aquisições: Parati (*Bank as a Service* e *Regtech*), Bit Capital (*Software as a Service* e Pix) e Nexoos (*Credit as a Service* e empréstimos P2P).

Dessa forma, estamos ampliando o nosso alcance, com a oferta de serviços financeiros para clientes, *sellers*, *merchants*, fornecedores e franqueados.

A Ame baseia-se em três pilares: engajamento, plataforma e crédito:

- **Engajamento:** programa de *Loyalty*, carteira digital e *marketplace* de produtos e serviços financeiros e não financeiros (*super-app*).
- **Plataforma:** plataformas de serviço para oferta de varejo: BaaS (*Bank as a Service*), CaaS (*Credit as a Service*) e SaaS (*Software as a Service*).
- **Crédito:** serviços financeiros para fornecedores (1P), *sellers*, *merchants*, franqueados e clientes.

A Ame já tem mostrado resultados consistentes, com mais de 34,9 milhões *downloads*, 12 milhões de usuários ativos mensais (MAU), 3,6 milhões de *merchants* e mais de 95 *features*. Nos últimos 12 meses, a Ame atingiu um TPV de R\$ 31 bilhões, representando um crescimento de 1,7x em relação ao mesmo período do ano anterior.

No 2T22, o TPV seguiu em crescimento, atingindo R\$ 7,9 bilhões no 2T22 (+51,9% vs 2T21). Refletindo o crescimento exponencial das frentes de monetização (engajamento, plataforma e crédito), no 2T22, a receita bruta da Ame cresceu 120% e o EBITDA Ajustado<sup>1</sup> atingiu R\$ 8,5 milhões, o primeiro EBITDA positivo em um trimestre, dando mais um importante passo na sua trajetória para atingir o EBITDA anual positivo em 2022. Ainda no trimestre, os clientes Ame foram, em média, 2,8x mais frequentes e tiveram um *spending* 2,5x maior do que os demais clientes. O cartão de crédito Ame superou a marca de 1,9 milhão de cartões emitidos.

---

<sup>1</sup> EBITDA Ajustado de Ame considera receitas financeiras dos produtos e serviços financeiros.

## Combinação dos Negócios

A jornada de maximização de valor da Americanas S.A. teve início com a combinação operacional dos negócios de Lojas Americanas e B2W, aprovada em junho de 2021, com o foco na otimização da experiência do cliente. No processo de combinação operacional, priorizamos algumas frentes de atuação destacadas abaixo e estimamos sinergias operacionais e financeiras que totalizam R\$ 2,3 bilhões até 2024 e um VPL de R\$ 1,6 bilhão, já descontados os custos da reorganização.

### COMBINAÇÃO OPERACIONAL DOS NEGÓCIOS

#### REALIZADAS

Unificação das bases de dados para alavancar CRM e ativação dos clientes  
Unificação dos estoques, otimizando a gestão do sortimento, melhorando o nível de serviço e a disponibilidade de itens  
Integração do centro de serviços compartilhados (CSC): back office único, com otimização de custos e simplificação de processos  
Integração dos centros de distribuição em uma única malha  
Otimização financeira: redução das antecipações de cartão de crédito e do endividamento bruto  
Download dos apps da americanas e da Ame nas lojas (pescar no aquário, com menor CAC)  
Otimização da estrutura e operação para promover mais agilidade e eficiência  
Otimização dos investimentos em marketing por meio de uma abordagem única, aprimorando o relacionamento com o cliente  
Maior conhecimento do cliente e seus hábitos de consumo (data lake único, com visão integrada de todas as interações)  
Plano de sortimento: definição da alocação e do canal de venda

#### EM ANDAMENTO

Alocar estoques nas lojas e CDs (acelerando o crescimento do O2O, entregando mais rápido e mais barato)  
Otimização da utilização dos créditos tributários  
Aumento da abrangência dos modelos de pricing dinâmico (regionalização, clusterização por local, canal e nível de concorrência)  
Monetização do ecossistema americanas, ampliando a oferta de produtos e serviços financeiros por meio da Ame  
Plataformas de tecnologia: combinação dos sistemas e unificação da infraestrutura (baseada em cloud computing e big data)  
Dark stores: unidades avançadas de estocagem e distribuição de produtos a partir das lojas, oferecendo entregas mais rápidas  
Transformação da experiência nas lojas, refletindo os novos comportamentos do cliente (layout, sortimento, tecnologia embarcada)  
Polos tecnológicos em parceria com universidades locais para atrair, recrutar e desenvolver talentos em diversas cidades

## **Nosso Compromisso ESG**

Nossa estratégia ESG é transversal na tomada de todas as decisões da Americanas S.A.. Acreditamos no crescimento sustentável e gerador de valor. Em 2007, fomos pioneiros na criação de um Comitê dedicado exclusivamente à discussão da sustentabilidade, o Comitê Companhia Verde e, em 2012, criamos a Diretoria de Sustentabilidade. Desde 2015, reafirmamos nosso compromisso com o Pacto Global e, como signatários, nossas ações são norteadas pela Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas (ONU) para alcance dos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), com foco em 5 ODS prioritários, sendo eles: (4) Educação de Qualidade, (5) Igualdade de Gênero, (8) Trabalho Decente e Crescimento Econômico, (10) Redução das Desigualdades e (13) Ação Contra a Mudança Global do Clima. Desde 2018, somos signatários do Pacto Empresarial pela Integridade e Anticorrupção, promovido pelo Instituto Ethos, reafirmando nosso compromisso com o combate às práticas ilegais e antiéticas e em defesa de relações socialmente responsáveis. Seguimos aprimorando as iniciativas do nosso Programa de Integridade, o “Ética na Prática”.

### **Ambiental**

Em linha com o ODS 13, Ação Contra a Mudança Global do Clima, seguimos trabalhando para alcançar a meta de nos tornarmos uma empresa Carbono Neutro até 2025 e de ter 100% de energia renovável em nossa operação até 2030, por meio da medição, redução e compensação. Para medição, realizamos pelo 12º ano consecutivo o inventário de emissões de CO2, que foi auditado pelo 6º ano consecutivo. Para redução, seguimos investindo na nossa frota ecoeficiente e na utilização de energias renováveis em nossa operação. Para compensação, mantemos nossa operação carbono neutro pelo terceiro ano consecutivo, realizando a compensação total das emissões diretas e de energia elétrica, por meio de um projeto de Redução do Desmatamento e da Degradação Florestal (REDD) no Complexo do Rio Capim, em Paragominas (PA).

Alinhados à estratégia de incentivar o consumo consciente e as boas práticas na cadeia de valor, incluímos mais duas certificações na plataforma americanas + clima, que tem o objetivo de auxiliar os clientes na identificação de produtos que ajudam no combate às mudanças climáticas. Agora, com o Selo Procel e a Pólen, contamos com mais de 2 mil produtos certificados.

### **Social**

Seguindo o nosso compromisso com o ODS 10 para a redução das desigualdades e buscando assegurar a dignidade menstrual de crianças e adolescentes, iniciamos o apoio ao projeto “Água Higiene nas Escolas”, em parceria com o Unicef. Essa iniciativa tem como objetivo instalar estruturas de lavagem de mãos, distribuir kits de higiene, absorventes e entregar cartilhas educativas em escolas. Ao todo, vamos impactar mais de 4 mil crianças e adolescentes e 250 gestores do Norte e Nordeste.

Buscando promover inclusão social, maior acesso a serviços básicos e reforçar o nosso apoio ao ODS 10 de redução das desigualdades, desenvolvemos o projeto Plus Codes em parceria com o Google, G10 Favelas e Favela Brasil Xpress. O projeto permite o mapeamento dos endereços nas comunidades, tornando possível que sejam encontrados em plataformas digitais para transporte, serviços e entregas. Hoje já são mais de 1.500 endereços mapeados e 6 mil pessoas impactadas com os benefícios do projeto.

Com o objetivo de apoiar as vítimas das fortes chuvas que afetaram Pernambuco, realizamos em parceria com o movimento UniãoBR, o envio e doação de 50 toneladas de alimentos, água e produtos essenciais, beneficiando mais de 2.300 famílias.

### **Governança**

Fomos reconhecidos na categoria Atacado, Varejo e E-commerce do Guia Melhores ESG 2022 da Exame. Essa conquista reflete a soma dos nossos esforços para o nosso comprometimento e transparência com a gestão sustentável da Companhia, contribuindo para a geração de impacto positivo para os clientes, para sociedade e para o planeta.

Seguindo os melhores padrões de Governança Corporativa do Novo Mercado, divulgamos o primeiro Relatório Anual da Americanas S.A., no modelo de relato integrado. Pelo 9º ano consecutivo reportamos as informações de acordo com os indicadores da Global Reporting Initiative (GRI), pelo 5º ano está alinhado aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e com auditoria independente e pelo 2º ano está de acordo com os indicadores da Sustainability Accounting Standards Board (SASB) e Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD).

Fortalecendo a integridade, transparência e anticorrupção, realizamos o mês da Ética com lives e publicações externas conscientizando nossos associados e stakeholders sobre os temas: anticorrupção, segurança e privacidade de dados, canal de denúncias, diversidade e inclusão. Essa iniciativa gerou debate, reflexão e combate ao preconceito estrutural, e a aplicação na prática do conceito de ética.

### **Prêmios**

O resultado do trabalho realizado pela Americanas S.A. é reconhecido por meio de prêmios que são referência no mercado e atestam sua credibilidade e força da marca. No segundo trimestre de 2022, a companhia foi Destaque do prêmio “Melhores do ESG”, da Exame, na categoria Atacado, Varejo e E-commerce. Figurou em 1º lugar da categoria Loja de Departamentos do prêmio “O Melhor de São Paulo - Marcas & Serviços”, da Folha de S.Paulo, e 1º lugar do Comércio no “Prêmio CIEE Melhores Programas de Estágio”. A Americanas ainda ficou no TOP 5 de grandes prêmios de marca, como o “Marcas mais influentes no Brasil”, da Ipsos, e no ranking “As Marcas Mais Valiosas do Brasil”, publicado pela IstoÉ Dinheiro.

## Destaques Financeiros<sup>1</sup>

DESTAQUES FINANCEIROS (R\$ MM)	2T22	2T21	Delta	1S22	1S21	Delta
<b>GMV Total</b>	<b>13.942</b>	12.633	+10,4%	<b>28.144</b>	24.302	+15,8%
<b>GMV Parceiros</b>	<b>5.978</b>	5.054	+18,3%	<b>12.176</b>	10.354	+17,6%
<b>Receita Bruta</b>	<b>7.964</b>	7.579	+5,1%	<b>15.969</b>	13.949	+14,5%
Físico	3.548	2.797	+26,9%	6.754	5.307	+27,3%
Digital	4.416	4.782	-7,6%	9.215	8.642	+6,6%
<b>Receita Líquida</b>	<b>6.697</b>	6.274	+6,7%	<b>13.462</b>	11.543	+16,6%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>2.089</b>	1.933	+8,1%	<b>4.153</b>	3.521	+18,0%
<i>Margem Bruta (%RL)</i>	31,2%	30,8%	+0,4 p.p.	30,9%	30,5%	+0,4 p.p.
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>843</b>	653	+29,2%	<b>1.503</b>	1.071	+40,4%
<i>Margem EBITDA Aj. (%RL)</i>	12,6%	10,4%	+2,2 p.p.	11,2%	9,3%	+1,9 p.p.
<b>Resultado Líquido</b>	<b>-98</b>	-85	-15,6%	<b>-235</b>	-309	+23,9%
<i>Margem Líquida (%RL)</i>	-1,5%	-1,4%	-0,1 p.p.	-1,7%	-2,7%	+1,0 p.p.

### Gross Merchandise Value (GMV)

No 2T22, o GMV Total da Americanas foi de R\$ 13,9 bilhões, um crescimento de 10,4%.

O GMV Total é composto por:

- GMV Físico: R\$ 3,5 bilhões, um crescimento de 26,9%.
- GMV Digital: R\$ 10,4 bilhões, um crescimento de 5,7%.
  - GMV 1P: R\$ 4,4 bilhões, uma redução de 7,6%.
  - GMV Parceiros: R\$ 6,0 bilhões, um crescimento de 18,3%.

### Receita Bruta (RB)

No 2T22, a Receita Bruta da Americanas foi de R\$ 8,0 bilhões, um crescimento de 5,1%.

- Receita Bruta Física: R\$ 3,5 bilhões, um crescimento de 26,9%.
  - O crescimento no conceito “mesmas lojas” foi de 10,2% no trimestre.
- Receita Bruta Digital: R\$ 4,4 bilhões, um recuo de 7,6%.

### Receita Líquida (RL)

No 2T22, a Receita Líquida da Americanas foi de R\$ 6,7 bilhões, um crescimento de 6,7%.

<sup>1</sup> Resultado proforma, considerando a combinação de negócios desde 01 de janeiro de 2021 e resultados comparáveis.

## **Lucro Bruto**

No 2T22, o lucro bruto atingiu R\$ 2,1 bilhões, avançando 8,1% e a margem bruta atingiu 31,2% da RL.

## **Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas**

A redução das despesas com vendas no trimestre reflete, principalmente, os ganhos de eficiência trazidos pelas sinergias provenientes da combinação O resultado foi uma importante redução de 1,8 p.p no SG&A de 21,4% para 18,6% da RL no trimestre.

## **EBITDA**

No 2T22, o EBITDA alcançou R\$ 843,2 milhões, um crescimento de 29,2% e a margem EBITDA expandiu 2,2 p.p., alcançando 12,6% da RL. A retomada do varejo físico, o resultado positivo da *fintech* Ame, a integração das empresas adquiridas e os ganhos obtidos com a combinação dos negócios contribuíram para o resultado.

## **Resultado Financeiro Líquido**

No 2T22, o resultado financeiro líquido atingiu -R\$ 555,0 milhões, crescimento de 107,5% em relação ao 2T21. O resultado reflete basicamente os efeitos da elevação da taxa básica de juros.

## **Resultado Líquido**

No 2T22, o resultado líquido atingiu -R\$ 98 milhões, uma redução de 15,6% em relação ao 2T21.

## Endividamento<sup>1</sup>

Em 30 de junho, a Americanas apresentava uma robusta posição de caixa de R\$ 11,2 bilhões e uma posição de dívida líquida de R\$ 3,2 bilhões. Fechamos o trimestre com uma saudável relação caixa/dívida de curto prazo de 6,7x.

	Consolidado	
Endividamento Consolidado - R\$ MM	30/06/2022	30/06/2021
Empréstimos e Financiamentos de Curto Prazo	490,5	3.166,7
Debêntures de Curto Prazo	1.176,3	331,4
<b>Endividamento de Curto Prazo</b>	<b>1.666,8</b>	<b>3.498,1</b>
Empréstimos e Financiamentos de Longo Prazo	12.824,6	8.159,6
Debêntures de Longo Prazo	1.031,2	3.285,1
Cash Flow Hedge Account <sup>1</sup>	(1.122,5)	(383,3)
<b>Endividamento de Longo Prazo</b>	<b>12.733,3</b>	<b>11.061,4</b>
<b>Endividamento Bruto (1)</b>	<b>14.400,1</b>	<b>14.559,5</b>
Disponibilidades	6.751,6	13.286,6
Contas a Receber de Cartão de Crédito Líquido de Antecipação	4.496,2	4.744,3
<b>Disponibilidades Totais (2)</b>	<b>11.247,8</b>	<b>18.030,9</b>
<b>Caixa (Dívida) Líquida (2) - (1)</b>	<b>(3.152,3)</b>	<b>3.471,3</b>
<b>Prazo Médio de Vencimento da Dívida (meses)</b>	<b>61</b>	<b>64</b>

Em julho, a Companhia realizou uma bem-sucedida emissão de debêntures no valor total de R\$ 2,0 bilhões, com prazo de vencimento de 11 anos e taxa de 100% do CDI + 2,75% a.a. A emissão será utilizada para reforçar o caixa da Companhia e alongar o perfil da dívida, ao substituir emissões anteriores com vencimentos previstos para 2022 e 2023.

## Contas a Receber

	Consolidado	
Conciliação Contas a Receber Consolidado - R\$ MM	30/06/2022	30/06/2021
Recebíveis de Cartões de Crédito Bruto	10.656,9	8.568,3
Desconto de Recebíveis	(6.160,6)	(3.824,0)
<b>Contas a Receber de Cartão de Crédito Líquido de Antecipação</b>	<b>4.496,2</b>	<b>4.744,3</b>

<sup>1</sup> A Companhia optou por adotar a metodologia *Cash Flow Hedge Account* na 5ª emissão de debênture (emissão dos *bonds*) e na 16ª emissão de debênture (emissão dos *bonds*). Pelos princípios contábeis desta metodologia, o objeto do *hedge* é marcado a mercado no endividamento por custo amortizado, com contrapartida no Patrimônio Líquido. Para melhor comparabilidade entre os períodos, a dívida líquida ajustada deve ser considerada excluindo esse efeito.

## Geração de caixa

No 2T22, a geração de caixa totalizou R\$ -1.584 milhões, refletindo a sazonalidade característica do período, estando em linha com o consumo de caixa visto no 2T21 que foi de R\$ -1.345 milhões.

## Capex

A Companhia utiliza sua geração de caixa priorizando investimentos que apresentem os melhores retornos. O CAPEX foi de R\$ 551 milhões no 2T22 e de R\$ 1.050 milhões no 1S22.

Investimentos (MM)	2T22	2T21	Delta	1S22	1S21	Delta
Inaugurações / Obras de Melhoria	176	131	34,3%	352	268	31,4%
Tecnologia	292	260	12,3%	572	504	13,6%
Operações e outros	83	22	276,1%	126	39	224,4%
<b>TOTAL</b>	<b>551</b>	<b>413</b>	<b>33,4%</b>	<b>1.051</b>	<b>811</b>	<b>29,6%</b>

## Lojas

Dando sequência ao nosso contínuo processo de aperfeiçoamento do portfólio de lojas, no ano, tivemos 78 aberturas (16 da Americanas, 4 do HNT, 53 da BR Mania e 5 da Uni.co) e 68 fechamentos (8 da Americanas, 4 do HNT, 29 da BR Mania e 27 da Uni.co). Encerramos o 2T22 com 3.591 lojas.

FORMATO	2T22		4T21		2T21	
	# de lojas	Área (mil m <sup>2</sup> )	# de lojas	Área (mil m <sup>2</sup> )	# de lojas	Área (mil m <sup>2</sup> )
Tradicionais	1.018	998	1.012	994	955	966
Express	788	283	786	283	701	254
Digitais	2	0	2	0	2	0
Ame Go	3	0	3	0	2	0
Hortifruti Natural da Terra	79	40	79	40	-	-
Uni.co (franquias)	420	19	442	22	442	21
Vem Conveniência	1.281	95	-	-	-	-
Local	55	4	55	4	53	4
BR Mania (franquias)	1.226	91	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>3.591</b>	<b>1.435</b>	<b>2.379</b>	<b>1.343</b>	<b>2.155</b>	<b>1.245</b>

## Demonstração de Resultado

As informações contábeis que servem de base aos comentários deste relatório são apresentadas de acordo com as Normas Internacionais de Relatório Financeiro (IFRS), com os padrões emitidos pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM) e em Reais (R\$). A demonstração de resultado apresentada a seguir é pró-forma, considerando a combinação de negócios desde 01 de janeiro de 2021 para os resultados de 2021. Os resultados do 2T21 e do 1S21 foram ajustados para fins de comparabilidade entre os períodos.

Americanas S.A. Demonstração de Resultados  (em milhões de reais)	Consolidado Trimestres findos em 30 de Junho			Consolidado Períodos findos em 30 de Junho		
	2T22	2T21	Variação	1S22	1S21	Variação
<b>Vendas Totais</b>	13.942,4	12.632,5	10,4%	28.144,3	24.302,4	15,8%
<b>Receita Bruta de Vendas e Serviços</b>	7.964,2	7.578,5	5,1%	15.968,7	13.948,9	14,5%
Impostos sobre vendas e serviços	(1.267,5)	(1.304,5)	2,8%	(2.506,8)	(2.406,3)	-4,2%
<b>Receita Líquida de Vendas e Serviços</b>	6.696,7	6.273,9	6,7%	13.461,9	11.542,6	16,6%
Custo das mercadorias vendidas e serviços prestados	(4.607,5)	(4.340,7)	-6,1%	(9.308,7)	(8.021,6)	-16,0%
<b>Lucro Bruto</b>	2.089,3	1.933,3	8,1%	4.153,2	3.521,0	18,0%
<i>Margem Bruta (% RL)</i>	31,2%	30,8%	0,4 p.p.	30,9%	30,5%	0,4 p.p.
<b>Despesas Operacionais</b>	(1.737,7)	(1.741,1)	0,2%	(3.637,6)	(3.365,6)	-8,1%
Com vendas	(1.074,2)	(1.170,9)	8,3%	(2.387,4)	(2.263,6)	-5,5%
Gerais e administrativas	(171,9)	(109,7)	-56,7%	(262,8)	(186,9)	-40,6%
Depreciação e amortização	(491,6)	(460,5)	-6,8%	(987,4)	(915,2)	-7,9%
<b>Resultado Operacional antes do Resultado Financeiro</b>	351,6	192,2	82,9%	515,6	155,3	232,0%
<b>Resultado Financeiro Líquido</b>	(555,0)	(267,5)	-107,5%	(1.017,8)	(521,4)	-95,2%
Equivalência patrimonial	2,8	-	-	4,1	-	-
Outras receitas (despesas) operacionais	(46,9)	(44,4)	-5,6%	70,6	(78,4)	190,1%
Imposto de renda e contribuição social	149,7	35,0	327,7%	192,2	135,4	41,9%
<b>Resultado Líquido</b>	(97,9)	(84,7)	-15,6%	(235,2)	(309,0)	23,9%
<i>Margem Líquida (% RL)</i>	-1,5%	-1,4%	-0,1 p.p.	-1,7%	-2,7%	1,0 p.p.
<b>EBITDA Ajustado</b>	843,2	652,7	29,2%	1.503,0	1.070,5	40,4%
<i>Margem EBITDA Ajustada (% RL)</i>	12,6%	10,4%	2,2 p.p.	11,2%	9,3%	1,9 p.p.

EBITDA Ajustado - Lucro operacional antes de juros, impostos, depreciação e amortização, outras receitas/despesas operacionais, equivalência patrimonial.

## Balanço Patrimonial

<b>Americanas S.A.</b>		
Balanços Patrimoniais		
	<u>30/06/2022</u>	<u>31/03/2022</u>
(em milhões de reais)		
<b><u>ATIVO</u></b>		
<b>CIRCULANTE</b>		
Caixa e equivalentes de caixa	2.482,1	1.859,0
Títulos e valores mobiliários	4.085,4	4.051,3
Contas a receber de clientes	4.663,7	5.853,8
Estoques	5.336,6	5.887,0
Impostos a recuperar	1.540,1	1.629,2
Outros ativos circulantes	1.217,4	1.120,9
<b>Total do Ativo Circulante</b>	<b>19.325,4</b>	<b>20.401,3</b>
<b>NÃO CIRCULANTE</b>		
Títulos e valores mobiliários	184,1	119,6
Imposto de renda e contribuição social diferidos	2.464,0	2.261,9
Impostos a recuperar	3.968,8	3.835,4
Investimentos	533,8	531,0
Imobilizado	4.411,9	4.430,9
Intangível	8.861,4	8.592,7
Ativo de direito de uso	3.050,4	3.121,6
Outros créditos a receber	564,3	523,6
<b>Total do Ativo Não Circulante</b>	<b>24.038,7</b>	<b>23.416,6</b>
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>43.364,0</b>	<b>43.817,9</b>
<b><u>PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</u></b>		
<b>CIRCULANTE</b>		
Fornecedores	5.552,9	7.386,9
Arrendamento	692,6	714,2
Empréstimos e financiamentos	490,5	1.047,1
Contas a pagar - partes relacionadas	10,8	9,7
Debêntures	1.176,3	187,8
Salários, provisões e contribuições sociais	309,3	314,5
Tributos a recolher	243,1	217,1
Imposto de renda e contribuição social	6,2	25,3
Outras obrigações	2.003,6	1.711,9
<b>Total do Passivo Circulante</b>	<b>10.485,4</b>	<b>11.614,5</b>
<b>PASSIVO NÃO CIRCULANTE</b>		
Exigível a longo prazo:		
Arrendamento	2.613,8	2.646,3
Empréstimos e financiamentos	12.824,6	10.863,5
Debêntures	1.031,2	2.035,9
Outras obrigações	1.303,0	1.330,4
<b>Total do Passivo Não Circulante</b>	<b>17.772,6</b>	<b>16.876,1</b>
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>		
Capital social	15.358,5	15.358,3
Reservas de capital	301,0	286,3
Outros resultados abrangentes	(714,2)	(593,7)
Reserva de lucros	625,1	625,1
Lucros (prejuízos) acumulados	(235,2)	(137,3)
(-) Ações em tesouraria	(229,0)	(211,3)
<b>Total do Patrimônio Líquido</b>	<b>15.106,0</b>	<b>15.327,3</b>
<b>TOTAL DO PASSIVO E DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>43.364,0</b>	<b>43.817,9</b>

## Fluxo de Caixa

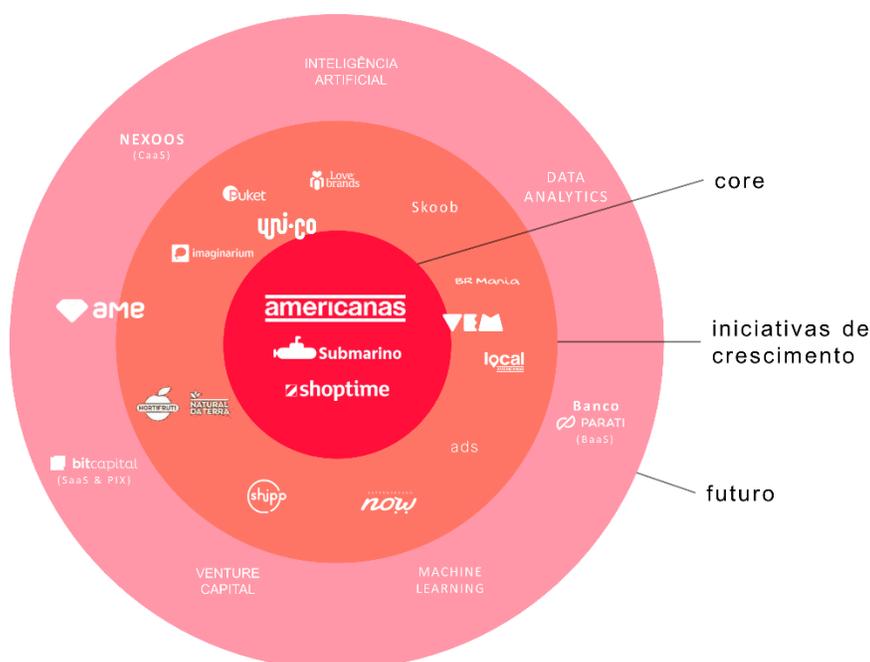
<b>Americanas S.A.</b> Demonstração dos Fluxos de Caixa (em milhões de reais)	<b>CONSOLIDADO</b>		
<b>Atividades Operacionais</b>	<u>30/06/2022</u>	<u>30/06/2021</u>	<u>Variação</u>
<b>Resultado Líquido do Período</b>	(235,2)	(186,4)	(48,8)
<b>Ajustes ao Resultado Líquido:</b>			
Depreciações e amortizações	991,7	384,2	607,5
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(192,2)	(40,6)	(151,6)
Juros, variações monetárias e cambiais	959,7	160,7	799,0
Equivalência patrimonial	(4,1)	84,1	(88,2)
Ajuste ao valor Justo - Combinação de negócios	(169,7)	-	(169,7)
Outros	84,8	56,1	28,7
<b>Resultado Líquido Ajustado</b>	<b>1.435,0</b>	<b>458,1</b>	<b>976,9</b>
<b>Variações de Capital de Giro:</b>			
Contas a receber	2.407,6	(1.007,6)	3.415,2
Estoques	(77,2)	(701,0)	623,8
Fornecedores	(3.126,9)	789,2	(3.916,1)
<b>Variações em Capital de Giro:</b>	<b>(796,5)</b>	<b>(919,4)</b>	<b>122,9</b>
<b>Variações em Ativos:</b>			
Despesas antecipadas	5,9	(11,8)	17,7
Depósitos judiciais	(48,9)	(23,2)	(25,7)
Impostos a recuperar	(235,4)	(601,1)	365,7
Demais contas a receber (circulante e não circulante)	41,3	(40,4)	81,7
<b>Variações em Ativos:</b>	<b>(237,1)</b>	<b>(676,5)</b>	<b>439,4</b>
<b>Variações em Passivos:</b>			
Salários e encargos sociais	1,1	18,3	(17,2)
Tributos a recolher (circulante e não circulante)	19,9	37,5	(17,6)
Pagamento de contingências	(27,4)	(12,9)	(14,5)
Outras obrigações (circulante e não circulante)	97,5	1,7	95,8
Contas a receber/pagar empresas ligadas	(5,2)	(121,2)	116,0
<b>Variações em Passivos:</b>	<b>85,9</b>	<b>(76,6)</b>	<b>162,5</b>
<b>Liquidação de juros sobre empréstimos e debêntures</b>	<b>(734,9)</b>	<b>(129,2)</b>	<b>(605,7)</b>
<b>Liquidação de juros sobre arrendamentos</b>	<b>(154,8)</b>	<b>(17,3)</b>	<b>(137,5)</b>
<b>Imposto de Renda e Contribuição Social Pagos</b>	<b>(5,1)</b>	<b>(2,5)</b>	<b>(2,6)</b>
<b>Fluxo de Caixa de Atividades Operacionais</b>	<b>(407,5)</b>	<b>(1.363,4)</b>	<b>955,9</b>
<b>Atividades de Investimento</b>			
Titulos e valores mobiliários	28,0	558,0	(530,0)
Imobilizado	(277,9)	(83,8)	(194,1)
Intangível	(772,9)	(350,2)	(422,7)
Aumento de capital em controladas e coligada	(22,9)	(173,2)	150,3
Aquisições de participações societárias	(51,3)	-	(51,3)
Valor pago em combinações de negócios e ajuste de preço	(41,8)	(1,7)	(40,1)
Dividendos recebidos	0,6	-	0,6
Caixa líquido incorporado	-	5.302,7	(5.302,7)
<b>Fluxo de Caixa de Atividades de Investimento</b>	<b>(1.138,2)</b>	<b>5.251,8</b>	<b>(6.390,0)</b>
<b>Atividades de Financiamento</b>			
Captações	2.566,5	89,9	2.476,6
Liquidações de debêntures e empréstimos e financiamentos	(268,1)	(3.105,4)	2.837,3
Pagamentos de passivo de arrendamento	(355,8)	(76,2)	(279,6)
Aumento de capital em dinheiro	300,8	1,6	299,2
Dividendos e participações pagos	(333,2)	-	(333,2)
Ações em tesouraria	(589,3)	-	(589,3)
<b>Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamento</b>	<b>1.320,8</b>	<b>(3.090,1)</b>	<b>4.410,9</b>
<b>Variação do caixa e equivalentes de caixa</b>	<b>(224,8)</b>	<b>798,3</b>	<b>(1.023,1)</b>
<b>Saldo inicial de caixa e equivalentes de caixa</b>	<b>2.706,9</b>	<b>6.634,3</b>	<b>(3.927,4)</b>
<b>Saldo final de caixa e equivalentes de caixa</b>	<b>2.482,1</b>	<b>7.432,6</b>	<b>(4.950,5)</b>

## Sobre a Americanas

A Americanas é um ecossistema que combina as plataformas digital, física, *fulfillment*, *fintech*, ads e seu motor de inovação (IF), operando por meio de um modelo estratégico que tem como foco oferecer jornadas de consumo cada vez mais customizadas e com mais conveniência a todos os perfis de clientes. Ao longo de uma trajetória de mais de 90 anos, construiu ativos únicos que impulsionam e fortalecem sua estratégia de crescimento com rentabilidade. São eles a base de 53 milhões de clientes ativos, as plataformas de negócios e seus mais de 40 mil associados com forte cultura de dono. Graças aos ativos únicos, foram construídos diferenciais competitivos como: amplo sortimento com foco em itens de recorrência e conveniência, capilaridade nacional multicanal e baixo custo de aquisição de clientes (CAC).

O modelo estratégico da Americana S.A. tem como elemento central os três horizontes de crescimento, que possuem papéis específicos e juntos se potencializam.

- **Core (H1)** - O primeiro horizonte é a nossa multiplataforma de *commerce* que deu origem à Americanas S.A., com uma estrutura de capital e corporativa adequadas para se tornar o *player* mais competitivo do mercado, capturando sinergias entre nossos ativos únicos e buscando a melhor combinação de crescimento, rentabilidade e geração de caixa.
- **Iniciativas de Crescimento (H2)** - O segundo horizonte tem o objetivo de acelerar novos negócios, marcas e categorias com grande potencial de digitalização, tendências de crescimento secular, grandes mercados endereçáveis e modelos de negócio de alta qualidade que buscamos acelerar com nossos ativos únicos.
- **Futuro (H3)** – O terceiro horizonte, liderado pela IF, é a nossa plataforma de inovação, com o objetivo de estimular o uso de novas tecnologias em todas as plataformas e desenvolver negócios disruptivos.



Desde a sua constituição, a Americanas S.A. já vêm experimentando ganhos decorrentes das sinergias operacionais e financeiras da integração das plataformas. Como evidência dos avanços na integração, podemos citar o aumento da base de clientes comuns das plataformas, indicando a nossa capacidade de pescar no próprio aquário, o que nos permite expandir nossa base de clientes nas plataformas a um baixo CAC.

Americanas S.A. é listada na B3 S.A. (B3: AMER3) no segmento Novo Mercado, que possui o mais elevado padrão de governança corporativa.

## **Glossário**

### **GMV Total**

Venda de mercadorias próprias, venda de parceiros e outras receitas, após devoluções e incluindo impostos.

### **GMV Digital**

Venda digital de mercadorias próprias, venda de parceiros e outras receitas, após devoluções e incluindo impostos.

### **GMV Parceiros**

Venda de parceiros das nossas plataformas.

### **EBITDA Ajustado (LAJIDA)**

Lucro operacional antes de juros, impostos, depreciação e amortização e excluindo outras receitas/despesas operacionais e equivalência patrimonial.

### **Caixa (Dívida) Líquido**

Calculado como a soma das disponibilidades e contas a receber de cartão de crédito líquido de antecipação, menos a soma do endividamento de curto prazo e longo prazo.

## **agenda de divulgação**

O conference call de resultados do 2T22 será no dia 12 de agosto, às 12h00. O acesso ao call em português será através dos telefones +55 11 4210-1803 ou +55 11 3181-8565 (código: americanas), com tradução simultânea para inglês através dos números +55 11 4210-1803 ou +1 412 717-9627.

O webcast com tradução simultânea estará disponível em <http://ri.americanas.io> e o replay do conference call estará disponível no site.