

Divulgação de Resultados 1T25

VIDEOCONFERÊNCIA DE RESULTADOS

Sexta-Feira, 09 de Maio de 2025

11h00 (horário de Brasília) | 10h00 (NY) | 15h00 (Londres)

Videoconferência em português via Zoom (tradução simultânea): [clique aqui](#)

As informações e links estarão disponíveis para acesso no nosso website e nos nossos materiais de divulgação

ASAI3 B3 IBOVESPA IBRA B3 IBRX100 ISE B3 ICO2 B3
ICON B3 IGC B3 IGCT B3 ITAG B3 IDV B3 SMLL B3 IGPTW B3



DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS 1T25



São Paulo, 08 de maio de 2025 O Assaí Atacadista anuncia os resultados do 1º trimestre de 2025. Todos os comentários referentes ao EBITDA são ajustados com a exclusão do resultado de outras despesas e receitas operacionais. As informações contábeis intermediárias foram preparadas conforme as normas internacionais de relatórios financeiros emitidas pelo International Accounting Standards Board – IASB, práticas contábeis adotadas no Brasil, normas da CVM e os pronunciamentos técnicos do Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC). Para melhor representar a realidade econômica do negócio, os números deste relatório são apresentados sob a visão Pré-IFRS16, que excluem os efeitos do IFRS16/CPC 06 (R2). A reconciliação com o IFRS16 pode ser encontrada em capítulo dedicado neste documento.

1T25 (vs. 1T24)

FATURAMENTO DE R\$ 20,3 BILHÕES E ACELERAÇÃO NO CRESCIMENTO DE VENDAS ‘MESMAS LOJAS’
MARGEM EBITDA PRÉ-IFRS16 DE 5,5%, O MAIOR PATAMAR PARA UM 1º TRIMESTRE DESDE 1T21
LUCRO LÍQUIDO PRÉ-IFRS16 ATINGE R\$ 162 MILHÕES, EVOLUÇÃO DE +74,2% NO PERÍODO



VENDAS

Vendas Brutas de R\$ 20,3 bi (+7,8%), com aceleração da performance mesmas lojas

- **Vendas líquidas ‘mesmas-lojas’:** +5,5% no 1T25 vs. +4,4% no 4T24 (ex. efeito calendário)
- Abertura de 11 novas lojas nos últimos 12 meses em cidades estratégicas (área de vendas: +3,6%)
- **Previsão de abertura de ~10 lojas em 2025**
- **Revisão Guidance 2026: abertura de ~10 lojas (vs. anterior de ~20 lojas)**



RENTABILIDADE

EBITDA Pré-IFRS16 atinge R\$ 1,0 bilhão com crescimento de 13,9%

- **Margem EBITDA Pré-IFRS16 de 5,5% e Pós-IFRS16 de 7,4%**, ambas com evolução de +0,3 p.p vs. 1T24.
- **Alavancagem operacional:** avanço de margem bruta aliado à disciplina na redução de despesas



LUCRO

Evolução do Lucro Líquido reforça a resiliência operacional, apesar do cenário de juros elevados

- **Lucro líquido Pré-IFRS16:** R\$ 162 milhões (+74,2%)
- **Lucro líquido Pós-IFRS16:** R\$ 117 milhões (+95,0%)



GERAÇÃO DE CAIXA

Geração de caixa livre atinge R\$ 1,6 bilhão nos últimos 12 meses

- Resultado impulsionado pela conclusão dos pagamentos da aquisição de hipermercados, redução no ritmo de expansão e importante evolução do EBITDA



ALAVANCAGEM

Alavancagem ⁽¹⁾ atinge 3,15x (-0,60x vs. 1T24), com crescimento de EBITDA e redução da dívida líquida

- No trimestre, o EBITDA foi o dobro em relação ao resultado financeiro
- Nos últimos 12 meses, o EBITDA ⁽²⁾ avança 15%, com incremento de R\$ 0,5 bilhão
- Dívida líquida é reduzida em R\$ 0,4 bilhão, contribuindo para a trajetória de desalavancagem
- **Projeção 2025: Alavancagem de ~2,6x ao final do ano, com investimentos entre R\$ 1,0 a R\$ 1,2 bi**

(1) Dívida Líquida + Recebíveis descontados*/ EBITDA Ajustado Pré-IFRS16 (*Entre o 4T21 e o 4T24, o indicador de Dívida Líquida + Recebíveis Descontados contemplava o saldo a pagar da aquisição de hipermercados. O pagamento da aquisição de hipermercado foi finalizado no 1T24)

(2) EBITDA Pré-IFRS 16 acumulado dos últimos 12 meses. (excluindo equivalência patrimonial)

Iniciamos o ano com um grande reconhecimento do trabalho que temos realizado: **o Assaí está entre as 100 maiores varejistas no ranking anual da Deloitte com as 250 maiores varejistas do mundo – a melhor posição já alcançada por uma empresa brasileira.**

O resultado do 1T25 reafirma a resiliência do Assaí e a nossa capacidade de adaptação em um cenário ainda desafiador. Reforçamos o nosso compromisso de crescimento aliado à rentabilidade, impulsionado pela maturação das novas lojas, evolução contínua na experiência de compra e controle de despesas. Dessa forma, alcançamos a maior margem EBITDA para um 1º trimestre desde o 1T21 na visão Pré-IFRS16 e o recorde histórico na visão Pós-IFRS16. Além disso, seguimos com a redução da alavancagem, que atingiu 3,15x no trimestre.

Concluímos o trimestre com outro recorde histórico de muito orgulho: o de melhor atacadista pelo O Melhor de São Paulo 2025 por 10 anos seguidos. Continuamos evoluindo em nossa estratégia ESG e, pelo 3º ano consecutivo, integramos o ISE B3. Esses resultados enfatizam mais uma vez a força única do Assaí e a capacidade de execução do time. Obrigado a todos e todas que estão nessa jornada!

Belmiro Gomes, CEO do Assaí

DESTAQUES FINANCEIROS

Pré-IFRS16 (R\$ milhões)	1T25	1T24	Δ
Receita Bruta	20.291	18.826	7,8%
Receita Líquida	18.552	17.222	7,7%
Lucro Bruto ⁽¹⁾	3.058	2.795	9,4%
Margem Bruta ⁽¹⁾	16,5%	16,2%	0,3 p.p.
Desp. com Vendas, Gerais e Adm.	(2.067)	(1.923)	7,5%
% da Receita Líquida	-11,1%	-11,2%	0,1 p.p.
EBITDA Ajustado ⁽²⁾⁽³⁾	1.022	897	13,9%
Margem EBITDA Ajustada ⁽²⁾⁽³⁾	5,5%	5,2%	0,3 p.p.
Resultado Financeiro Líquido	(512)	(510)	0,4%
% da Receita Líquida	-2,8%	-3,0%	0,2 p.p.
Lucro Operacional Antes I.R.	222	121	83,5%
% da Receita Líquida	1,2%	0,7%	0,5 p.p.
Lucro Líquido do Período	162	93	74,2%
Margem Líquida	0,9%	0,5%	0,4 p.p.

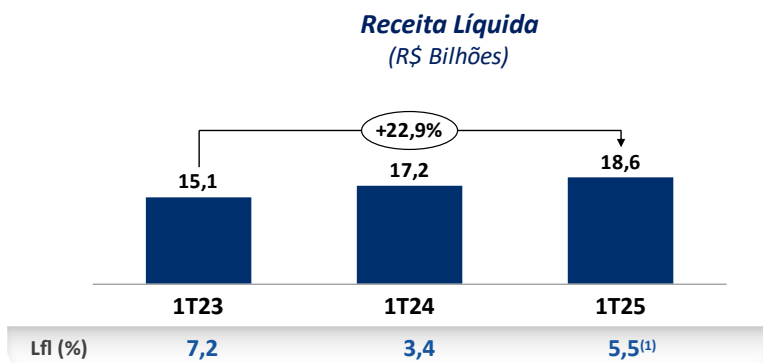
Pós-IFRS16	1T25	1T24	Δ
EBITDA Ajustado ⁽²⁾⁽³⁾	1.372	1.217	12,7%
Margem EBITDA Ajustada ⁽²⁾⁽³⁾	7,4%	7,1%	0,3 p.p.
Lucro Operacional Antes I.R.	151	54	179,6%
% da Receita Líquida	0,8%	0,3%	0,5 p.p.
Lucro Líquido do Período	117	60	95,0%
Margem Líquida	0,6%	0,3%	0,3 p.p.

⁽¹⁾ Inclui depreciação logística (destacada na DRE na página 16);

⁽²⁾ Lucro operacional antes de juros, impostos, depreciação e amortização;

⁽³⁾ Ajustado pelo Resultado de Outras Despesas e Receitas Operacionais.

ACELERAÇÃO DO CRESCIMENTO DE VENDAS 'MESMAS LOJAS' IMPULSIONA RECEITA LÍQUIDA



⁽¹⁾ Excluindo efeito calendário de -2,2%

A receita líquida atingiu R\$ 18,6 bilhões no 1T25, avanço de R\$ 1,3 bilhão *versus* 1T24. O desempenho é reflexo, principalmente:

- (i) da performance das vendas 'mesmas lojas' (+5,5%) impulsionada pelo elevado patamar de inflação alimentar. Vale ressaltar que o patamar de crescimento 'mesmas lojas' ainda é inferior à inflação alimentar pelo *trade down* de consumo, devido à redução no poder de compra da população, afetado pelo alto endividamento, pela continuidade na elevação das taxas de juros e novos hábitos;
- (ii) da performance das 11 lojas inauguradas nos últimos 12 meses (+4,4%); e
- (iii) do constante processo de adaptação de sortimento, bem como da evolução no modelo de negócio e na experiência de compras, exemplificados pelo avanço na oferta de novos produtos e continuidade na implementação de serviços em lojas.

Na visão acumulada dos últimos 2 anos, as vendas evoluíram +22,9%, incremento de R\$ 3,5 bilhões no período.

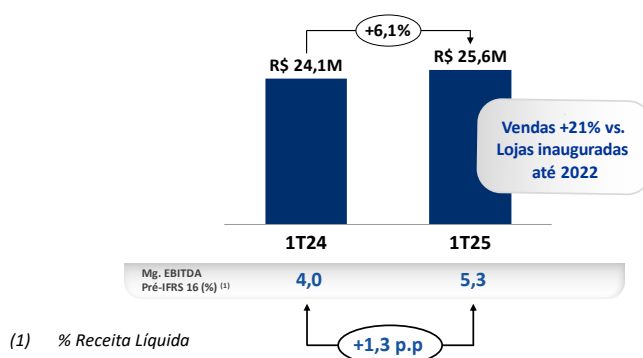
A estratégia *Phygital* da Companhia continua a evoluir. As vendas, impulsionadas por parcerias com empresas de *last mile*, têm como objetivo expandir as opções de compra para os clientes, proporcionando maior comodidade e uma experiência aprimorada. O fortalecimento dessas parcerias aumentou com o novo acordo com o iFood e resultou em um avanço de +117% no faturamento em comparação ao 1T24.

O App Meu Assaí conta com mais de 14 milhões de usuários cadastrados. Os dados obtidos através do App são ferramentas de suporte no entendimento de hábitos de consumo dos clientes. No 1T25, a frequência nas lojas de clientes que utilizam o App foi +59% acima à de clientes não identificados, e o gasto médio desses usuários foi +33% superior. A identificação do faturamento através do App representou 42% das vendas no 1T25.

CONVERSÕES DE HIPERMERCADO APRESENTAM EVOLUÇÃO DE VENDAS E GANHO DE +1,3 p.p NA MARGEM EBITDA PRÉ-IFRS16

No 1T25, o conjunto de 64 lojas convertidas entre 2022 e 2023 continuou avançando em sua curva de maturação, alcançando uma venda média por unidade de R\$ 25,6 milhões. Esse desempenho representa um crescimento de +21% em relação à base de lojas orgânicas inauguradas até 2022, que registrou venda média/loja de R\$ 21,3 milhões no mesmo período. A produtividade (venda/m²) dessas lojas atingiu 91% do nível observado na base orgânica aberta até 2022, indicando um significativo potencial de convergência. A margem EBITDA Pré-IFRS16 foi de 5,3%, patamar próximo à média da Companhia e +1,3 p.p. acima do registrado no 1T24, reforçando os ganhos operacionais desse grupo de lojas.

Faturamento Médio Mensal das Conversões (47 conversões de 2022 + 17 conversões de 2023)



A primeira onda de conversões de hipermercados, com 47 lojas convertidas em 2022, gerou resultados ainda mais expressivos, com uma venda média por loja de R\$ 27 milhões – 27% superior à base de lojas orgânicas abertas até 2022. A venda por m² atingiu 94% do nível dessa base, enquanto a margem EBITDA Pré-IFRS16 alcançou 6,0% no trimestre, superando a média da Companhia e registrando um avanço de 0,8 p.p. em relação ao 1T24. Esses resultados destacam não apenas o forte desempenho das conversões, mas também a consistência no processo de maturação e a sólida geração de rentabilidade.

A segunda onda de conversões, por sua vez, representada pela conversão de 17 lojas em 2023, em fase menos avançada de maturação quando comparada à safra de lojas inauguradas em 2022, alcançou venda média por loja de R\$ 22 milhões, em linha com o patamar do parque de lojas orgânicas abertas até 2022, e margem EBITDA Pré-IFRS16 acima de 3%.

Além disso, o projeto das galerias comerciais segue em evolução, acelerando a maturação das lojas convertidas ao aumentar o fluxo de clientes, gerar receitas adicionais e diluir custos ocupacionais. Ao final do 1T25, as galerias apresentaram uma taxa de ocupação da área bruta locável de 79% (vs. 69% no 1T24) e uma receita de R\$ 30 milhões (+15,4% vs. 1T24).

EXPANSÃO ESTRATÉGICA COM FOCO EM RENTABILIDADE

O Assaí segue firme em sua trajetória de crescimento, como um dos principais *players* do setor de atacarejo no Brasil. Desde 2022, foram inauguradas cerca de 100 lojas, incluindo as bem-sucedidas conversões de hipermercados, que aceleraram significativamente a expansão da Companhia.

No 1T25, não houve abertura de novas lojas, em linha com o planejamento estratégico para o ano. No entanto, ao longo dos últimos 12 meses, 11 novas unidades foram abertas, resultando em um crescimento de +3,6% na área de vendas em relação ao 1T24. Para 2025, a Companhia prevê cerca de 10 inaugurações ao longo do ano, em linha com o *pipeline* estratégico.

Para 2026, a previsão de abertura é de cerca de 10 lojas no ano (vs. anterior de cerca de 20 lojas), conforme a decisão da Companhia em postergar determinados projetos de expansão de acordo com a estratégia de continuidade na disciplina financeira e foco na redução da alavancagem. Essa decisão reflete um posicionamento responsável frente às condições de mercado, sem comprometer a sustentabilidade do negócio no médio e longo prazo.

AVANÇO NA MATURAÇÃO DE LOJAS E CONTROLE DE DESPESAS RESULTAM NO 1º TRIMESTRE COM MAIOR RENTABILIDADE DESDE O 1T21

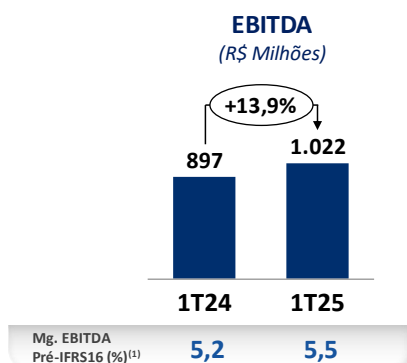
O lucro bruto atingiu R\$ 3,1 bilhões, com margem de 16,5% (+0,3 p.p. vs. 1T24). A evolução é resultado, principalmente:

- (i) do desempenho das lojas novas (98 lojas nos últimos 3 anos), que representam mais de 30% do parque total de lojas e seguem evoluindo em vendas e rentabilidade;
- (ii) da contínua inovação no modelo de negócio e expansão dos serviços oferecidos nas lojas, que resultaram em um aprimoramento significativo na experiência de compra. A Companhia encerrou o 1T25 com 640 unidades de serviços disponíveis (+65% vs. 1T24), dos quais 254 açougues, 199 empórios de frios e 187 padarias; e
- (iii) da estratégia de manter um patamar de margem adequado, considerando o aumento da competição e a redução do poder de compra dos consumidores, afetados pelas elevadas taxas de juros e a alta da inflação alimentar.

No 1T25, as despesas com vendas, gerais e administrativas representaram 11,1% da receita líquida, registrando uma redução de -0,1 p.p. em relação ao 1T24. Esse resultado reflete a eficiência no controle de custos e o progresso contínuo na maturação das novas lojas, apesar da implementação de mais de 250 unidades de serviços nos últimos 12 meses.

A equivalência patrimonial (participação de cerca de 18% no capital da FIC) alcançou R\$ 17 milhões no 1T25 (+6,3% vs. 1T24). Paralelamente, o número de cartões Passaí emitidos continua em expansão, atingindo 3,2 milhões de unidades (+13,7% em relação ao 1T24), correspondendo a +5,2% do faturamento.

O EBITDA superou R\$ 1 bilhão no 1T25, patamar +13,9% superior ao 1T24 e acima do crescimento de vendas no período. A margem EBITDA atingiu 5,5% (+0,3 p.p. vs. 1T24), o maior nível para um primeiro trimestre desde o 1T21. Esse desempenho reflete tanto a maturação das novas lojas quanto a evolução contínua do modelo de negócio do Assaí. Destaca-se, ainda, a atuação decisiva do Comitê de Despesas, criado em 2024, que, por meio de iniciativas estruturadas e um acompanhamento rigoroso dos custos, contribuiu positivamente para a expansão da margem EBITDA no período.



(1) % Receita Líquida

RESULTADO FINANCEIRO REDUZ COMO PERCENTUAL DA RECEITA LÍQUIDA

(R\$ milhões)	1T25	1T24	Δ
Rentabilidade de caixa e equivalentes	51	16	218,8%
Encargos sobre a dívida	(541)	(509)	6,3%
Custo de antecipação de recebíveis	(39)	(45)	-13,3%
Outras receitas (despesas) e atualizações monetárias	17	28	-39,3%
Resultado Financeiro Líquido	(512)	(510)	0,4%
% Receita Líquida	-2,8%	-3,0%	0,2 p.p.

O resultado financeiro líquido alcançou R\$ 512 milhões no trimestre, praticamente estável em relação ao 1T24, correspondendo a 2,8% das vendas líquidas, o que representa uma queda de 0,2 p.p. em relação à receita líquida do 1T24. Os principais fatores que impactaram o resultado financeiro no 1T25 foram:

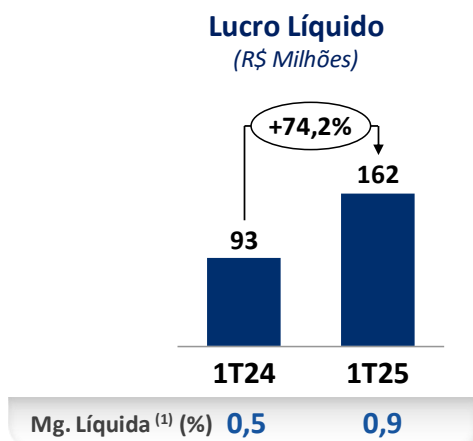
- (i) Maior rentabilidade das aplicações financeiras, devido ao aumento do caixa médio aplicado em comparação ao período anterior (R\$ 1,8 bilhão no 1T25 vs. R\$ 639 milhões no 1T24). O caixa médio tem apresentado crescimento nos últimos trimestres (R\$ 835 milhões no 2T24, R\$ 1,3 bilhões no 3T24 e R\$ 1,9 bilhões no 4T24); e
- (ii) Aumento na linha Encargos sobre a Dívida, causado pelo impacto do maior volume de dívida bruta média no período (R\$ 16,6 bilhões contra R\$ 15,3 bilhões no 1T24), embora a dívida líquida tenha sido menor no 1T25 em relação ao 1T24. Além disso, a linha “encargos sobre a dívida” continua sendo afetada pela marcação a mercado, oriunda de *swaps* para CDI de dívidas indexadas a IPCA (3 séries de CRIs), taxa pré-fixada (1 série de CRI) e USD (3 operações de empréstimos), com impacto não-caixa positivo em R\$ 7 milhões no 1T25 (vs. negativo em -R\$ 58M no 1T24).

Vale ressaltar que a linha “Custo de Antecipação de Recebíveis” reflete o total de encargos das operações realizadas ao longo do 1T25. O volume de recebíveis descontados que aparece na tabela da Dívida Líquida na página 9 (R\$ 1.875 milhões) refere-se somente ao valor que venceria no trimestre subsequente. Além disso, também foram antecipados vencimentos que aconteceriam dentro do 1T25. Os volumes antecipados dependem das necessidades de caixa diárias da Companhia, que variam de acordo com os montantes dos pagamentos realizados (fornecedores, CAPEX, dívidas, entre outras obrigações).

EVOLUÇÃO DO LUCRO REFORÇA A RESILIÊNCIA OPERACIONAL, APESAR DO CENÁRIO DE JUROS ELEVADOS

O lucro antes do IR/CS (LAIR) na visão Pré-IFRS16 foi de R\$ 222 milhões no 1T25 (+83,5% vs. 1T24). Na visão Pós-IFRS16, o LAIR atingiu R\$ 151 milhões, mais do que dobrando em relação ao mesmo período do ano anterior (+179,6% vs. 1T24). Esse desempenho reflete, principalmente, a maturação das novas lojas e o eficiente controle de despesas, mesmo com o aprimoramento da experiência de compra por meio da ampliação de serviços e sortimentos.

O lucro líquido Pré-IFRS16 alcançou R\$ 162 milhões no trimestre (+74,2% vs 1T24), com margem líquida de 0,9% (+0,4 p.p. vs. 1T24). Na visão Pós-IFRS16, o lucro líquido totalizou R\$ 117 milhões, com margem líquida de 0,6% (+0,3 p.p. vs. 1T24).



⁽¹⁾ % Receita Líquida

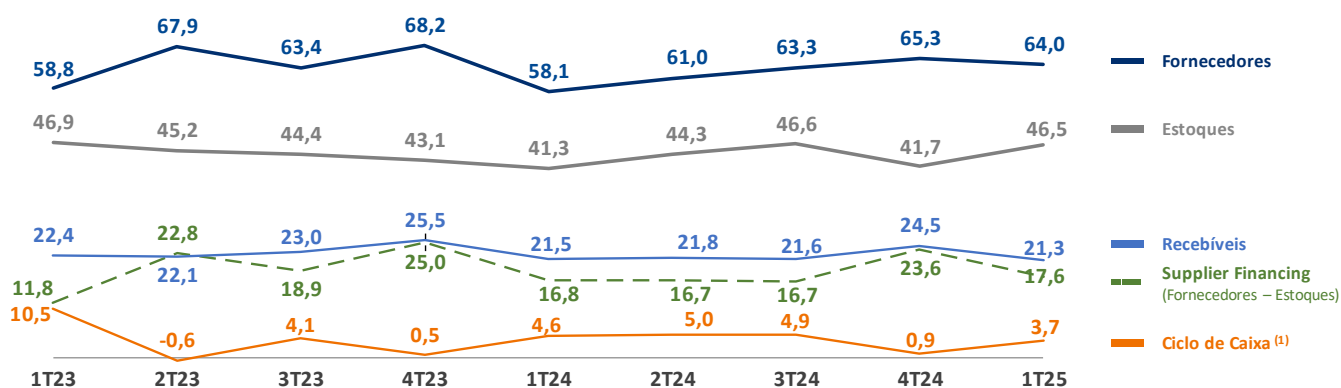
REDUÇÃO DE INVESTIMENTOS REFLETE COMPROMISSO COM DESALAVANCAGEM

(R\$ milhões)	1T25	1T24	Δ
Novas lojas e aquisição de terrenos	29	179	(150)
Reformas e manutenções	41	41	-
Infraestrutura e outros	9	11	(2)
Total Investimentos - Bruto	79	231	(152)

Os investimentos, correspondentes às adições ao imobilizado, totalizaram R\$ 79 milhões no 1T25. A redução frente ao mesmo período de 2024 reflete, sobretudo, a concentração da expansão prevista para o segundo semestre do ano. Essa dinâmica está em linha com o plano de abertura de 10 lojas em 2025 e com o compromisso da Companhia com a disciplina financeira e o processo de desalavancagem.

DISCIPLINA CONSTANTE NA GESTÃO DO CICLO DE CAIXA

Em dias de CMV (Custo das Mercadorias Vendidas)



(1) Ciclo de Caixa = Fornecedores (-) Estoques (-) Recebíveis (Ajustado para recebíveis descontados)

O ciclo de caixa trimestral foi de 3,7 dias no 1T25, o que reflete uma melhora de 0,9 dia em relação ao 1T24. O resultado é explicado, principalmente, por:

- A linha *Supplier Financing*, que inclui as linhas de fornecedores e estoques, teve uma melhora de 0,8 dia, principalmente, em razão ao deslocamento do feriado da Páscoa para o mês de abril em 2025, o que demandou a antecipação de compras e resultou em um maior prazo com fornecedor e nível estoques ao final do 1T25.
- A política de parcelamento de compras aos clientes permanece sem alteração, ou seja, sem realização de alongamento de prazos, o que é evidenciado inclusive pela relativa estabilidade, com redução de 0,2 dia na linha de recebíveis no 1T25 (vs. 1T24).

GERAÇÃO DE CAIXA LIVRE ATINGE R\$ 1,6 BILHÃO NOS ÚLTIMOS 12 MESES

(R\$ milhões - Acumulado 12 Meses)	1T25	1T24	Δ
EBITDA ⁽¹⁾	4.238	3.684	553
Variação Capital de Giro	(1.123)	1.194	(2.316)
Geração de Caixa Operacional	3.115	4.878	(1.763)
Capex	(1.495)	(3.046)	1.551
Aquisição Hipermercados	7	(2.711)	2.718
Geração de Caixa Livre	1.627	(879)	2.506
Dividendos Líquidos	(62)	46	(108)
Pagamento de Juros	(1.874)	(1.824)	(50)
Geração de Caixa Total	(309)	(2.657)	2.348

⁽¹⁾ EBITDA Ajustado Pré-IFRS 16 (excluindo equivalência patrimonial)

A geração de caixa operacional totalizou R\$ 3,1 bilhões, impulsionada pelo crescimento de R\$ 553 milhões no EBITDA acumulado dos últimos 12 meses em relação ao ano anterior. No período, a variação do capital de giro foi impactada, principalmente, por um saldo de contas a receber superior ao do 1T24, consequência de uma posição de caixa mais robusta, que demandou um menor volume de antecipação de recebíveis para fazer frente às necessidades de caixa da Companhia.

A geração de caixa livre acumulou R\$ 1,6 bilhão nos últimos 12 meses, revertendo o consumo de R\$ 879 milhões registrado no mesmo período do ano anterior. O desempenho reflete, principalmente, a finalização dos pagamentos relacionados à aquisição dos 66 pontos comerciais de hipermercados, somada à redução no ritmo de expansão (CAPEX) e à sólida evolução do EBITDA no período.

A geração de caixa total também apresentou importante recuperação, com melhora de R\$ 2,3 bilhões em relação ao 1T24. Esse resultado reforça a efetividade das iniciativas de eficiência operacional e alocação de capital, além do foco contínuo na disciplina financeira e geração de valor para os acionistas.

CRESCIMENTO DO EBITDA E CONTINUIDADE NO CICLO DE REDUÇÃO DA DÍVIDA PROPORCIONAM REDUÇÃO DA ALAVANCAGEM

(R\$ milhões)	1T25	1T24
Dívida Circulante	(1.244)	(5.397)
Dívida Não Circulante	(14.645)	(10.318)
Total da Dívida Bruta	(15.889)	(15.715)
Caixa e Equivalentes de caixa	4.402	4.538
Dívida Líquida	(11.487)	(11.177)
Saldo de Recebíveis Descontados ⁽¹⁾	(1.875)	(2.633)
Dívida Líquida + Recebíveis descontados ⁽²⁾	(13.362)	(13.810)
EBITDA Ajustado ⁽³⁾	4.238	3.684
Dívida Líquida + Recebíveis descontados ⁽²⁾ / EBITDA Ajustado ⁽³⁾	-3,15x	-3,75x

⁽¹⁾ Representa o saldo de recebíveis descontados com vencimento no trimestre subsequente

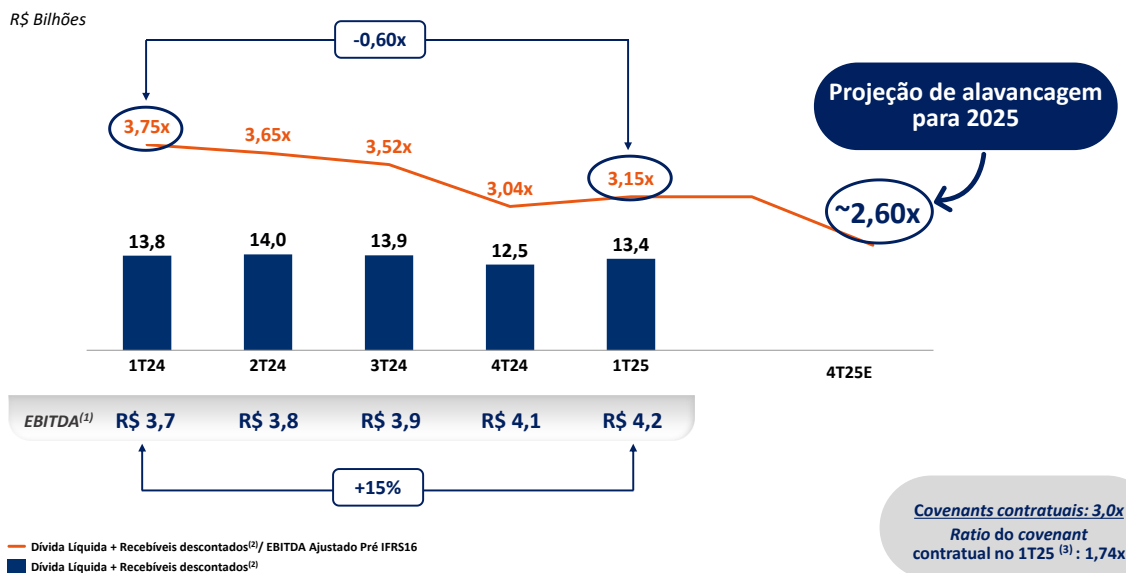
⁽²⁾ Entre o 4T21 e o 4T24, o indicador de Dívida Líquida + Recebíveis Descontados contemplava o saldo a pagar da aquisição de hipermercados. O pagamento da aquisição de hipermercado foi finalizado no 1T24

⁽³⁾ EBITDA Pré-IFRS 16 acumulado dos últimos 12 meses (excluindo equivalência patrimonial)

-0,60x

O índice de alavancagem, representado pela relação dívida líquida/EBITDA Ajustado Pré-IFRS16, atingiu 3,15x no trimestre, representando uma importante redução de -0,60x vs. 1T24 e a continuidade no processo de redução da alavancagem. O patamar de alavancagem reflete o crescimento de R\$ 553 milhões no EBITDA Pré-IFRS 16 (acumulado de 12 meses), resultado no avanço na maturação das lojas novas, e a redução de R\$ 448 milhões na dívida líquida, explicada pela sólida geração de caixa operacional no período.

Ao final do período, o saldo de recebíveis descontados com vencimento no trimestre subsequente foi de R\$ 1,9 bilhão, com prazo médio de 10 dias. A antecipação de recebíveis é uma operação característica do varejo e do mercado brasileiro, sendo componente relevante da gestão de tesouraria da Companhia que administra o saldo de caixa aplicado e o montante de recebíveis disponíveis para desconto.



— Dívida Líquida + Recebíveis descontados⁽²⁾ / EBITDA Ajustado Pré IFRS16

■ Dívida Líquida + Recebíveis descontados⁽²⁾

⁽¹⁾ EBITDA Pré-IFRS 16 acumulado 12 meses (excluindo equivalência patrimonial).

⁽²⁾ Entre o 4T21 e o 4T24, o indicador de Dívida Líquida + Recebíveis Descontados contemplava o saldo a pagar da aquisição de hipermercados. O pagamento da aquisição de hipermercado foi finalizado no 1T24

⁽³⁾ Ratios Contratuais: [Dívida Bruta (-) Caixa (-) Contas a receber com deságio de 1,5%] / [Lucro Bruto (+) Depreciação Logística (-) SG&A]

Gráfico sem escala

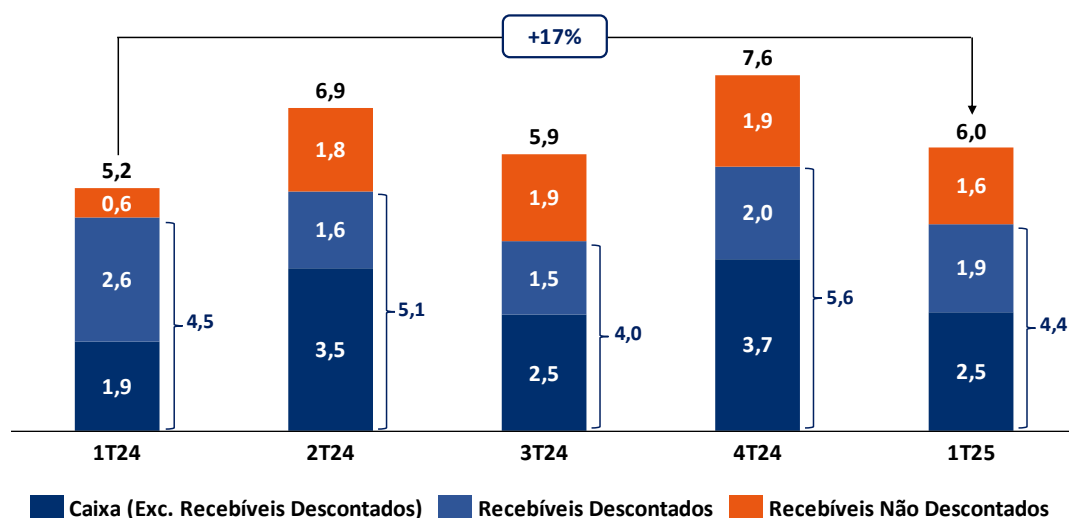
DISPONIBILIDADE ATINGE R\$ 6 BILHÕES E CRESCE 17% VERSUS 1T24

A Companhia encerrou o primeiro trimestre de 2025 com uma disponibilidade total de caixa de R\$ 6,0 bilhões, considerando os recebíveis não descontados com liquidez passível em D+1. Esse valor representa um crescimento de 17% em relação ao mesmo período do ano anterior, impulsionado pela maior geração de caixa no trimestre.

As disponibilidades, que incluem o saldo de caixa ao final do período e os recebíveis não descontados, refletem a evolução do caixa médio aplicado, que atingiu R\$ 1,845 bilhão no 1T25. Para efeito comparativo, o caixa médio foi de R\$ 777 milhões no 4T23, R\$ 639 milhões no 1T24, R\$ 835 milhões no 2T24, R\$ 1,325 bilhão no 3T24 e R\$ 1,917 bilhão no 4T24.

Disponibilidades de Caixa

(R\$ Bilhões)



AVANÇOS EM ESG

O Assaí segue promovendo prosperidade para todos(as), de sol a sol, por meio de uma estratégia de sustentabilidade robusta e eficaz, garantindo que nosso crescimento gere valor tanto para a sociedade quanto para o meio ambiente.

Nossos três pilares estratégicos são:

- **Operações eficientes:** inovamos em nossas operações para reduzir o impacto climático e garantir cadeias de fornecimento mais responsáveis.
- **Desenvolvimento de pessoas e comunidades:** promovemos prosperidade para todos(as), com oportunidades de crescimento para os colaboradores(as), empreendedores(as) e comunidades.
- **Gestão ética e transparente:** construímos relacionamentos éticos e transparentes pautados em boas práticas ESG.

Os principais destaques do 1T25 foram:

OPERAÇÕES EFICIENTES

- **Aumento de 121%** na compostagem de resíduos proveniente das lojas comparado ao 1T24; e
- **Crescimento de 18%** na penetração de venda de ovos de bem-estar animal (livre de gaiolas) em nossas lojas comparado ao 1T24.

GESTÃO ÉTICA E TRANSPARENTE

- Pelo 3º ano consecutivo, a Companhia integra o Índice de Sustentabilidade (ISE), reforçando nosso compromisso com as melhores práticas de mercado para geração de valor junto à sociedade; e
- **Publicação do Relatório Anual e de Sustentabilidade de 2024**, ainda no 1T25, garantindo tempestividade e transparência na gestão.

DESENVOLVIMENTO DE PESSOAS E COMUNIDADES

- Impactamos positivamente pessoas e comunidades ao redor:
 - 48,6% de negros na liderança (gerentes e acima), crescimento de +4,3 p.p. vs. 1T24;
 - 25,9% mulheres em cargos de liderança (gerentes e acima), aumento de +1,2 p.p. comparado ao 1T24;
 - Realização da 7ª semana da mulher, que abordou temas como vieses inconscientes de gênero, combate ao assédio moral e sexual e desafios no mercado de trabalho;
 - 33,5% dos colaboradores 50+, crescimento de +2,0 p.p vs. 1T24; e
 - Aumento de +30% de migrantes e refugiados no quadro de colaboradores vs. 1T24, totalizando mais de 1.000 colaboradores, fortalecendo esse pilar na agenda de Diversidade, Equidade e Inclusão da Companhia.
- Por meio do Instituto Assaí, a Companhia continua possibilitando oportunidades e viabilizando caminhos para o crescimento e a prosperidade para pessoas e comunidades:
 - Lançamento da 8ª edição do Prêmio Academia Assaí, programa de apoio financeiro e de reconhecimento a 2.100 empreendedores de todas as regiões do país.

PRÊMIOS E RECONHECIMENTOS

- **Global Powers of Retailing 2025 (Deloitte):** 92ª posição dentre as 250 maiores varejistas do mundo — a melhor colocação de uma empresa brasileira na história do ranking, que considera a receita líquida do ano fiscal de 2023;
- **O Melhor de São Paulo:** eleito pelos paulistanos, pela 10ª vez consecutiva, o Melhor Atacadista da capital;
- **Ranking da Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS):** 2º lugar dentre os maiores varejistas de alimentos do Brasil em 2024 (critério: faturamento);
- **Ranking da Associação Brasileira dos Atacadistas de Autosserviço (ABAAS):** 2º lugar dentre os maiores varejistas de alimentos do Brasil em 2024 (critério: faturamento);
- **Estadão Empresas Mais:** 9º lugar dentre as 1.500 companhias com melhor performance financeira;
- **Prêmio Atendimento Abrarec CX 2025:** classificado entre as 30 empresas de destaque na categoria de atendimento ao cliente;
- **Reporting Matters 2024:** o Relatório Anual e de Sustentabilidade 2023 do Assaí foi reconhecido pelo Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS); e
- **Consumidor Moderno:** Belmiro Gomes, CEO da Companhia, foi eleito um dos 22 líderes que mais transformaram a experiência de consumo no Brasil.

SOBRE A SENDAS DISTRIBUIDORA S.A.

O **Assaí Atacadista** é uma *Corporation* (empresa sem um único controlador) que opera no setor de atacarejo há 50 anos e a rede alimentar com a maior presença nos lares brasileiros (NielsenIQ *Homescan*). É ainda a melhor empresa de atacado e varejo do Brasil (Melhores e Maiores 2024 da Exame) e a marca mais lembrada do varejo físico e digital (*Branding Brasil*).

As ações do Assaí são as únicas de uma empresa de atacarejo negociadas na B3 (ASAI3). Com uma forte geração de caixa, a Companhia continua a crescer anualmente e, em 2024, alcançou um faturamento de R\$ 80,6 bilhões.

Fundado em São Paulo (SP), o Assaí atende comerciantes e consumidores(as) que buscam maior economia na compra a varejo ou a atacado, liderando a proposta de inovação no formato. Atualmente, tem mais de 300 lojas em todas as regiões do país (24 Estados + DF) e mais de 87 mil colaboradores(as), sendo reconhecida pela GPTW como a melhor empresa de varejo alimentar para se trabalhar (companhias com mais de 10 mil colaboradores).

A Companhia é reconhecida pelo seu forte trabalho social, conta com o Instituto Assaí que, desde 2022, atua com ações de impacto social nas frentes de apoio ao empreendedorismo, incentivo ao esporte e segurança alimentar.

CONTATOS – DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES COM INVESTIDORES

Aymar Giglio

CFO Interino

Gabrielle Castelo Branco Helú

Diretora de Relações com Investidores

Ana Carolina Silva

Beatris Atilio

Daniel Magalhães

Guilherme Muniz

João Felipe Pessoa

Marcel Silva

E-mail: ri.assai@assai.com.br

Website: www.ri.assai.com.br

IMPACTOS IFRS16

Com a adoção da norma IFRS16, em janeiro de 2019, algumas linhas da demonstração de resultados são impactadas. Na tabela abaixo estão destacadas as principais alterações:

(R\$ milhões)	1T25			1T24		
	PRÉ	PÓS	Δ	PRÉ	PÓS	Δ
Desp. com Vendas, Gerais e Adm.	(2.067)	(1.739)	328	(1.923)	(1.621)	302
EBITDA Ajustado	1.022	1.372	350	897	1.217	320
Margem EBITDA Ajustado	5,5%	7,4%	1,9 p.p.	5,2%	7,1%	1,9 p.p.
Outras Despesas Operacionais, Líquidas	(2)	(2)	-	(3)	(4)	(1)
Depreciação e Amortização	(286)	(429)	(143)	(263)	(399)	(136)
Resultado Financeiro Líquido	(512)	(790)	(278)	(510)	(760)	(250)
Imposto de Renda	(60)	(34)	26	(28)	6	34
Lucro Líquido do Período	162	117	(45)	93	60	(33)
Margem Líquida	1,2%	0,6%	-0,6 p.p.	0,7%	0,3%	-0,4 p.p.

RISCO SACADO

No 1T25, a Companhia intermediou operações de antecipação de recebíveis a fornecedores (operação de risco sacado), resultando em uma receita de R\$ 13 milhões. Vale ressaltar que não há encargos financeiros para a Companhia, e esses passivos não são considerados dívida líquida. Ainda, em linha com a orientação do Ofício CVM SNC/SEP nº 01/2022, a Administração concluiu que não há impactos significativos, uma vez que a essência das transações foi mantida. O saldo a pagar dessas operações totalizou R\$ 826 milhões em 31 de março de 2025 (R\$ 789 milhões relativos a produtos e R\$ 37 milhões a imobilizado), ante R\$ 938 milhões em 31 de dezembro de 2024 (R\$ 779 milhões de produtos e R\$ 159 milhões de imobilizado) e R\$ 1,5 bilhão em 31 de dezembro de 2023 (R\$ 1,1 bilhão de produtos e R\$ 389 milhões de imobilizado). Conforme nota explicativa 14.2 das informações contábeis intermediárias de 31 de março de 2025.

ANEXOS

INFORMAÇÕES OPERACIONAIS

I – Número de lojas e área de vendas

Número de Lojas	1T21	1T22	1T23	1T24	2T24	3T24	4T24	1T25
Sudeste	101	113	141	154	155	158	162	162
Nordeste	49	59	74	82	82	82	82	82
Centro-Oeste	18	21	25	28	28	28	28	28
Norte	11	16	17	18	18	19	20	20
Sul	5	7	9	10	10	10	10	10
Total	184	216	266	292	293	297	302	302
Área de Vendas (mil m²)	810	986	1.326	1.478	1.483	1.504	1.529	1.529

Desde o início das inaugurações das conversões (3T22), foram fechadas 6 lojas, sendo 1 no 3T22, 3 no 4T22, 1 no 2T23 e 1 no 3T23. Além disso, 6 lojas em operação tiveram a área de vendas ampliada devido ao projeto de conversões, das quais 1 no 3T22, 4 no 4T22 e 1 no 4T24.

INFORMAÇÕES FINANCEIRAS

As informações contábeis intermediárias (excluindo anexo II) foram preparadas de acordo com as normas internacionais de relatórios financeiros emitidas pelo International Accounting Standards Board – IASB, práticas contábeis adotadas no Brasil, normas da CVM e os pronunciamentos técnicos do Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC).

II – Demonstração de Resultado (Pré-IFRS16)

R\$ - Milhões	1T25	1T24	Δ%
Receita Bruta	20.291	18.826	7,8%
Receita Líquida	18.552	17.222	7,7%
Custo das Mercadorias Vendidas	(15.480)	(14.418)	7,4%
Depreciação (Logística)	(14)	(9)	55,7%
Lucro Bruto	3.058	2.795	9,4%
Despesas com Vendas	(1.833)	(1.715)	6,9%
Despesas Gerais e Administrativas	(234)	(208)	12,5%
Desp. com Vendas, Gerais e Adm.	(2.067)	(1.923)	7,5%
Resultado da Equiv. Patrimonial	17	16	6,3%
Outras Despesas Operacionais, Líquidas	(2)	(3)	-33,3%
Depreciação e Amortização	(272)	(254)	7,1%
EBIT - Lucro operac. antes do result. financeiro e impostos	734	631	16,3%
Receitas Financeiras	83	43	93,0%
Despesas Financeiras	(595)	(553)	7,6%
Resultado Financeiro Líquido	(512)	(510)	0,4%
Lucro Operacional Antes I.R.	222	121	83,5%
Imposto de Renda	(60)	(28)	114,3%
Lucro Líquido do Período	162	93	74,2%
EBITDA - (Lucro oper. antes da depr., result. financeiro e impostos)	1.020	894	14,1%
EBITDA Ajustado ⁽¹⁾	1.022	897	13,9%

% da Receita Líquida	1T25	1T24	Δ p.p.
Lucro Bruto	16,5%	16,2%	0,3 p.p.
Despesas com Vendas	-9,9%	-10,0%	0,1 p.p.
Despesas Gerais e Administrativas	-1,3%	-1,2%	-0,1 p.p.
Desp. com Vendas, Gerais e Adm.	-11,1%	-11,2%	0,1 p.p.
Resultado da Equiv. Patrimonial	0,1%	0,1%	0,0 p.p.
Outras Despesas Operacionais, Líquidas	0,0%	0,0%	0,0 p.p.
Depreciação e Amortização	-1,5%	-1,5%	0,0 p.p.
EBIT	4,0%	3,7%	0,3 p.p.
Resultado Financeiro Líquido	-2,8%	-3,0%	0,2 p.p.
Lucro Operacional Antes I.R.	1,2%	0,7%	0,5 p.p.
Imposto de Renda	-0,3%	-0,2%	-0,1 p.p.
Lucro Líquido do Período	0,9%	0,5%	0,4 p.p.
EBITDA	5,5%	5,2%	0,3 p.p.
EBITDA Ajustado ⁽¹⁾	5,5%	5,2%	0,3 p.p.

⁽¹⁾ Ajustado pelo Resultado de Outras Despesas e Receitas Operacionais

III – Demonstração de Resultado (Pós-IFRS16)

R\$ - Milhões	1T25	1T24	Δ%
Receita Bruta	20.291	18.826	7,8%
Receita Líquida	18.552	17.222	7,7%
Custo das Mercadorias Vendidas	(15.458)	(14.400)	7,3%
Depreciação (Logística)	(28)	(20)	40,0%
Lucro Bruto	3.066	2.802	9,4%
Despesas com Vendas	(1.508)	(1.416)	6,5%
Despesas Gerais e Administrativas	(231)	(205)	12,7%
Desp. com Vendas, Gerais e Adm.	(1.739)	(1.621)	7,3%
Resultado da Equiv. Patrimonial	17	16	6,3%
Outras Despesas Operacionais, Líquidas	(2)	(4)	-50,0%
Depreciação e Amortização	(401)	(379)	5,8%
EBIT - Lucro operac. antes do result. financeiro e impostos	941	814	15,6%
Receitas Financeiras	83	43	93,0%
Despesas Financeiras	(873)	(803)	8,7%
Resultado Financeiro Líquido	(790)	(760)	3,9%
Lucro Operacional Antes I.R.	151	54	179,6%
Imposto de Renda	(34)	6	-666,7%
Lucro Líquido do Período	117	60	95,0%
EBITDA - (Lucro oper. antes da depr., result. financeiro e impostos)	1.370	1.213	12,9%
EBITDA Ajustado ⁽¹⁾	1.372	1.217	12,7%

% da Receita Líquida	1T25	1T24	Δ p.p.
Lucro Bruto	16,5%	16,3%	0,2 p.p.
Despesas com Vendas	-8,1%	-8,2%	0,1 p.p.
Despesas Gerais e Administrativas	-1,2%	-1,2%	0,0 p.p.
Desp. com Vendas, Gerais e Adm.	-9,4%	-9,4%	0,0 p.p.
Resultado da Equiv. Patrimonial	0,1%	0,1%	0,0 p.p.
Outras Despesas Operacionais, líquidas	0,0%	0,0%	0,0 p.p.
Depreciação e Amortização	-2,2%	-2,2%	0,0 p.p.
EBIT	5,1%	4,7%	0,4 p.p.
Resultado Financeiro Líquido	-4,3%	-4,4%	0,1 p.p.
Lucro Operacional Antes I.R.	0,8%	0,3%	0,5 p.p.
Imposto de Renda	-0,2%	0,0%	-0,2 p.p.
Lucro Líquido do Período	0,6%	0,3%	0,3 p.p.
EBITDA	7,4%	7,0%	0,4 p.p.
EBITDA Ajustado ⁽¹⁾	7,4%	7,1%	0,3 p.p.

⁽¹⁾ Ajustado pelo Resultado de Outras Despesas e Receitas Operacionais

IV – Balanço Patrimonial (Pós-IFRS16)

ATIVO			
(R\$ milhões)	31.03.2025	31.12.2024	
Ativo Circulante	15.707	16.448	
Caixa e equivalentes de caixa	4.402	5.628	
Contas a receber	1.820	2.210	
Estoques	8.074	7.127	
Tributos a recuperar	1.143	1.241	
Instrumentos financeiros derivativos	5	93	
Despesas antecipadas	217	99	
Outras contas a receber	46	50	
Ativo Não Circulante	28.978	29.145	
Imposto de renda e contribuição social diferidos	166	140	
Tributos a recuperar	874	672	
Instrumentos financeiros derivativos	425	297	
Partes relacionadas	21	23	
Depósitos judiciais	23	24	
Despesas antecipadas	8	9	
Outras contas a receber	42	31	
Investimentos	804	804	
Imobilizado	13.362	13.564	
Intangível	5.180	5.183	
Direito de Uso	8.073	8.398	
TOTAL DO ATIVO	44.685	45.593	
PASSIVO			
(R\$ milhões)	31.03.2025	31.12.2024	
Passivo Circulante	14.897	16.312	
Fornecedores	10.592	10.709	
Fornecedores - Convênios	826	938	
Empréstimos	48	38	
Debêntures e notas promissórias	1.201	2.046	
Salários e encargos sociais	720	682	
Passivo de arrendamento	399	412	
Demais impostos a recolher	366	529	
Imposto de renda e contribuição social a pagar	58	34	
Dividendos e juros sobre capital próprio a pagar	20	129	
Receitas a apropriar	372	449	
Outras contas a pagar	295	346	
Passivo Não Circulante	24.403	24.026	
Fornecedores	5	12	
Empréstimos	2.267	1.720	
Debêntures e notas promissórias	12.803	12.761	
Provisão para demandas judiciais	259	223	
Passivo de arrendamento	8.976	9.232	
Receitas a apropriar	28	26	
Plano de ações liquidadas em caixa	8	5	
Outras contas a pagar	57	47	
Patrimônio Líquido	5.385	5.255	
Capital social	1.456	1.272	
Reserva de capital	100	88	
Reservas de lucros	3.866	3.933	
Ações em tesouraria	(26)	(26)	
Outros resultados abrangentes	(11)	(12)	
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	44.685	45.593	

V – Fluxo de Caixa (Pós-IFRS16)

(R\$ milhões)	31.03.2025	31.03.2024
Lucro líquido do período	117	60
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(26)	(24)
Perda na alienação do imobilizado e de arrendamento	2	4
Depreciações e amortizações	429	399
Juros e variações monetárias	829	775
Resultado de equivalência patrimonial	(17)	(16)
Provisão para demandas judiciais	58	2
Provisão de opção de compra de ações	12	5
Provisão para perdas e quebras de estoque	161	141
Perdas (Reversões) estimadas com créditos de liquidação duvidosa	1	(1)
	1.566	1.345
Variações nos ativos operacionais		
Contas a receber	389	417
Estoques	(1.108)	(56)
Tributos a recuperar	(157)	22
Dividendos recebidos	17	94
Partes relacionadas	2	3
Depósitos judiciais	1	3
Outros ativos	(124)	(114)
	(980)	369
Variações nos passivos operacionais		
Fornecedores	-	(1.258)
Salários e encargos sociais	38	32
Impostos e contribuições a recolher	(84)	25
Pagamento de demandas judiciais	(28)	(27)
Receitas a apropriar	(75)	(85)
Outros passivos	(41)	56
	(190)	(1.257)
Caixa líquido gerado pelas atividades operacionais	396	457
Fluxo de caixa das atividades de investimento		
Aquisição de bens do ativo imobilizado	(304)	(409)
Aquisição de bens do ativo intangível	(5)	(7)
Recebimento de bens do ativo imobilizado	1	-
Recebimento de bens do ativo mantido para venda	2	11
Caixa líquido aplicado nas atividades de investimento	(306)	(405)
Fluxo de caixa das atividades de financiamento		
Captação de empréstimos	608	500
Custo de captação de empréstimos	(1)	(3)
Pagamento de empréstimos	(1.036)	(25)
Pagamento de juros de empréstimos	(400)	(187)
Dividendos e juros sobre o capital próprio, pagos	(109)	-
Pagamento de passivo de arrendamento	(86)	(101)
Pagamento de juros de passivo de arrendamento	(285)	(263)
Pagamento de aquisição de hipermercado	(7)	(894)
Caixa líquido aplicado nas atividades de financiamento	(1.316)	(973)
Caixa e equivalentes de caixa no início do período	5.628	5.459
Caixa e equivalentes de caixa no final do período	4.402	4.538
Redução líquida de caixa e equivalentes de caixa	(1.226)	(921)

Earnings Release 1Q25

EARNINGS CONFERENCE CALL

Friday, May 9, 2025

11:00 a.m (Brasília) | 10:00 a.m. (New York) | 03:00 p.m. (London)

Videoconference call in Portuguese via Zoom (simultaneous translation): [click here](#)

Information and links to access the call are available on our website and our quarterly earnings materials

ASAI3 B3 IBOVESPA IBRA B3 IBRX100 ISE B3 ICO2 B3

ICON B3 IGC B3 IGCT B3 ITAG B3 IDV B3 SMLL B3 IGPTW B3



EARNINGS RELEASE 1Q25



São Paulo, May 8, 2025 Assaí Atacadista announces its results for the 1st quarter of 2025. All comments on EBITDA exclude other operating expenses and income. The interim financial information were prepared in accordance with international financial reporting standards issued by the International Accounting Standards Board (IASB), accounting practices adopted in Brazil, CVM regulations and the technical pronouncements of the Accounting Pronouncements Committee (CPC). To better represent the financial situation of the business, numbers in this report are shown in the Pre-IFRS16 view, which excludes the effects of IFRS16/CPC 06 (R2). Reconciliation with IFRS16 is available in a specific chapter in this document.

1Q25 (vs. 1Q24)

REVENUE OF R\$ 20.3 BILLION AND ACCELERATION IN 'SAME-STORE' SALES GROWTH
EBITDA MARGIN PRE-IFRS16 OF 5.5%, THE HIGHEST LEVEL FOR A 1ST QUARTER SINCE 1Q21
NET INCOME PRE-IFRS16 REACHES R\$ 162 MILLION, UP 74.2% IN THE PERIOD



SALES

Gross Sales of R\$ 20.3 billion (+7.8%), with acceleration in same-store performance

- Net 'same-store' sales: +5.5% in 1Q25 vs. +4.4% in 4Q24 (excluding calendar effect)
- Opening of 11 new stores in the last 12 months in strategic cities (sales area: +3.6%)
- **Forecast to open about 10 stores in 2025**
- **2026 Guidance revision: opening of around 10 stores (vs. previous forecast of ~20 stores)**



PROFITABILITY

EBITDA Pre-IFRS16 reaches R\$ 1.0 billion with growth of 13.9%

- EBITDA margin Pre-IFRS16 of 5.5% and Post-IFRS16 of 7.4%, both with an increase of +0.3 p.p. vs. 1Q24
- Operating leverage: gross margin evolution combined with expense reduction



NET INCOME

Net Income evolution confirms operational resilience despite the high-interest rate scenario

- Net Income Pre-IFRS16: R\$ 162 million (+74.2%)
- Net Income Post-IFRS16: R\$ 117 million (+95.0%)



CASH FLOW

Free cash flow reaches R\$ 1.6 billion in the last 12 months

- Result driven by conclusion of payments for the acquisition of hypermarkets, reduction in expansion pace and significant improvement in EBITDA



LEVERAGE

Leverage ⁽¹⁾ reaches 3.15x (-0.60x vs. 1Q24), with growth in EBITDA and reduction in net debt

- In 1Q25 EBITDA was a double the financial results
- EBITDA ⁽²⁾ advances 15%, increasing R\$ 0.5 billion in 12 months
- Net debt is reduced by R\$ 0.4 billion, contributing to the deleveraging trajectory
- **2025 Projections: Leverage of ~2.6x at the end of the year, with CAPEX between R\$ 1.0 to R\$ 1.2 bn**

(1) Net Debt + Discounted receivables* / Adjusted EBITDA Pre-IFRS16 (*Between 4Q21 and 4Q24, the Net Debt + Discounted Receivables indicator included the outstanding balance of the hypermarket acquisition. The payment for the hypermarket acquisition was completed in 1Q24)

(2) EBITDA Pre-IFRS16 accumulated over the last 12 months. (excluding equity income)

We started the year with the great recognition for the work we have been doing: **Assaí is among the 100 largest retailers in the Deloitte's annual ranking of the 250 largest retailers in the world – the best position ever achieved by a Brazilian company.**

1Q25 results reaffirms the resilience of our business model and the ability to adapt to an ongoing challenging scenario. We reinforce our commitment to growth combined with profitability, driven by the maturation of the new stores, continuous improvement in the shopping experience, and expense control. Thus, we achieved the highest EBITDA margin for a 1st quarter since 1Q21 in the Pre-IFRS16 view and the record high in the Post-IFRS16 view. In addition, we continued with the reduction in leverage, which reached 3.15x in the quarter.

We concluded the quarter with another historic record of great pride: being named the best wholesaler by O Melhor de São Paulo 2025 for the 10th consecutive year. We continue to evolve in our ESG strategy, and, for the 3rd straight year, we are included in the ISE B3. These results once again underscore the unique strength of Assaí and the execution capability of the team. Thank you to everyone who is part of this journey!

Belmiro Gomes, CEO of Assaí

FINANCIAL HIGHLIGHTS

Pre-IFRS16 (R\$ million)	1T25	1T24	Δ
Gross Revenue	20,291	18,826	7.8%
Net Revenue	18,552	17,222	7.7%
Gross Profit ⁽¹⁾	3,058	2,795	9.4%
Gross Margin ⁽¹⁾	16.5%	16.2%	0.3 p.p.
Selling, General and Administrative Expenses	(2,067)	(1,923)	7.5%
% of Net Revenue	-11.1%	-11.2%	0.1 p.p.
Adjusted EBITDA ⁽²⁾⁽³⁾	1,022	897	13.9%
Adjusted EBITDA Margin ⁽²⁾⁽³⁾	5.5%	5.2%	0.3 p.p.
Net Financial Result	(512)	(510)	0.4%
% of Net Revenue	-2.8%	-3.0%	0.2 p.p.
Income Before Income Tax - EBT	222	121	83.5%
% of Net Revenue	1.2%	0.7%	0.5 p.p.
Net Income for the Period	162	93	74.2%
Net Margin	0.9%	0.5%	0.4 p.p.

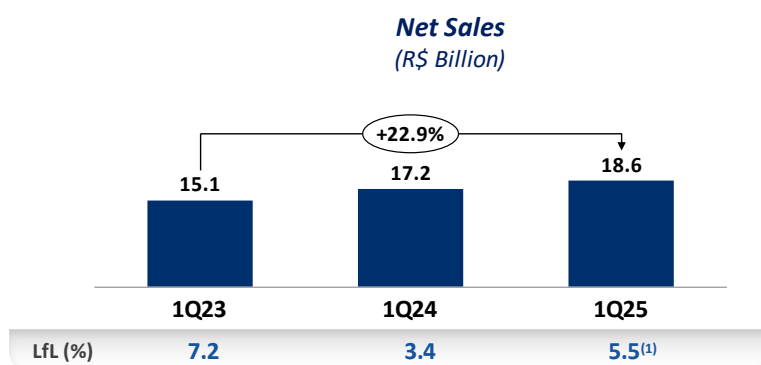
Post-IFRS16	1T25	1T24	Δ
Adjusted EBITDA ⁽²⁾⁽³⁾	1,372	1,217	12.7%
Adjusted EBITDA Margin ⁽²⁾⁽³⁾	7.4%	7.1%	0.3 p.p.
Income Before Income Tax - EBT	151	54	179.6%
% of Net Revenue	0.8%	0.3%	0.5 p.p.
Net Income for the period	117	60	95.0%
Net Margin	0.6%	0.3%	0.3 p.p.

⁽¹⁾ Includes logistical depreciation (highlighted in the Income Statement on page 16);

⁽²⁾ Operating profit before interest, taxes, depreciation and amortization;

⁽³⁾ Adjusted by the Result of Other Operating Expenses and Income.

ACCELERATION OF 'SAME-STORE' SALES GROWTH DRIVES NET SALES



⁽¹⁾ Excluding calendar effect of -2.2%

Net sales reached R\$ 18.6 billion in 1Q25, an increase of R\$ 1.3 billion *versus* 1Q24. The performance mainly reflects:

- (i) the 'same-store' sales performance (+5.5%) driven by the high level of food inflation. It is worth noting that the 'same-store' growth level is still below food inflation due to the trade down in consumption, because of the reduction in the purchasing power of the population, affected by high indebtedness and the ongoing rise in interest rates, and new habits;
- (ii) the performance of 11 stores opened in the last 12 months (+4.4%); and
- (iii) the constant process of assortment adaptation, as well as the evolution in the business model and shopping experience, exemplified by the advancement in the offering of *In & Out* products and the continued implementation of services in stores.

In the last 2 years, sales increased by +22.9%, an increment of R\$ 3.5 billion in the period.

The Phygital strategy of the Company continues to evolve. The sales, driven by partnerships with last mile companies, aim to expand purchasing options for customers, providing greater convenience and enhanced experience. The strengthening of these partnerships, including the agreement with iFood, led to a +117% increase in revenue compared to 1Q24.

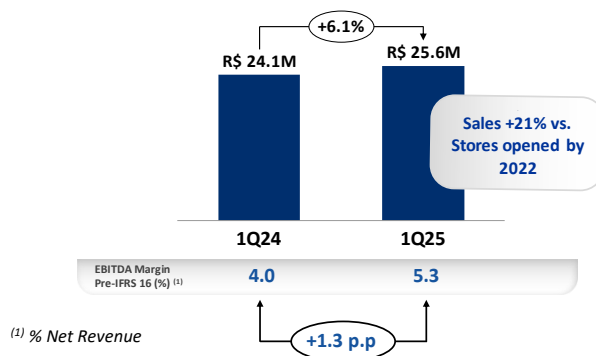
'Meu Assai' App has over 14 million registered users. The data obtained through the App plays a fundamental role in understanding customer consumption habits. In 1Q25, the store's frequency by customers using the App were +59% higher than those of unidentified customers, and the average spending of these users was +33% higher. The identification of revenue through the App represented 42% of sales in 1Q25.

HYPERMARKET CONVERSIONS SHOW SALES GROWTH AND +1.3p.p GAIN IN EBITDA MARGIN PRE-IFRS16

In 1Q25, the group of 64 stores converted between 2022 and 2023 continued progressing in its maturation curve, reaching an average sales per unit of R\$ 25.6 million. This performance represents a growth of +21% compared to the base of organic stores opened until 2022, which recorded R\$ 21.3 million of average sales/store in the same period. The productivity (sales/sqm) of these stores reached 91% of the level observed in the organic base stores opened until 2022, indicating a significant potential for convergence. The EBITDA margin pre-IFRS16 was 5.3%, a level close to the Company's average and +1.3 p.p. higher than what was recorded in 1Q24, highlighting the operational gains of this group of stores.

Average Monthly Revenue from Conversions

(47 conversions from 2022 + 17 conversions from 2023)



The first wave of hypermarkets conversions, with 47 stores converted in 2022, generated even more significant results, with an average sale per store of R\$ 27 million – 27% higher than the base of organic stores opened until 2022. The sale per square meter reached 94% of the level of this base, while the EBITDA margin Pre-IFRS16 reached 6.0% in the quarter, exceeding the Company's average and registering an increase of 0.8 p.p. compared to 1Q24. These results highlight not only the strong performance of conversions, but also the consistency in the maturation process and the solid generation of profitability.

The second wave of conversions, in turn, represented by the conversion of 17 stores in 2023, in a less advanced stage of maturation compared to the batch of stores opened in 2022, achieved an average sales per store of R\$ 22 million, level in line of the network of organic stores opened until 2022, and an EBITDA margin pre-IFRS16 above 3%.

Furthermore, the project of commercial galleries continues to evolve, accelerating the maturation of the converted stores by increasing customer traffic, generating additional revenue, and diluting occupancy costs. By the end of 1Q25, the commercial galleries showed an occupancy rate of the gross leasable area (GLA) of 79% (vs. 69% in 1Q24) and revenue of R\$ 30 million (+15.4% vs. 1Q24).

STRATEGIC EXPANSION WITH A FOCUS ON PROFITABILITY

Assaí continues strong in its growth trajectory, establishing itself as one of the main players in the cash and carry sector in Brazil. Since 2022, around 100 stores have been opened, including the successful conversions of hypermarkets, which significantly accelerated the expansion of the Company.

In 1Q25, no new stores were opened, in accordance with the strategic plan for the year. However, over the last 12 months, 11 new units were opened, resulting in a +3.6% growth in sales area compared to 1Q24. By 2025, the Company anticipates around 10 openings planned throughout the year according to the strategic pipeline.

For 2026, the current forecast is to open approximately 10 stores in the year (versus the previous estimate of approximately 20 stores), according to the decision of the Company to postpone certain expansion projects as part of its ongoing strategy of maintaining financial discipline and focusing on deleveraging. This decision reflects a responsible stance in light of market conditions, without compromising the sustainability of the business in the medium and long term.

PROGRESS IN STORE MATURATION AND EXPENSE CONTROL RESULT IN THE 1ST QUARTER WITH THE HIGHEST PROFITABILITY SINCE 1Q21

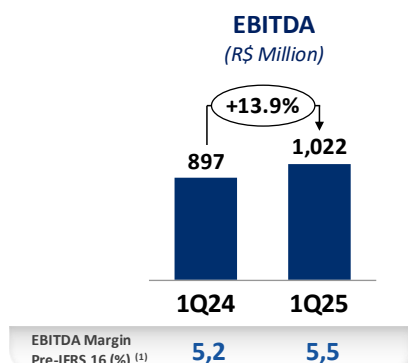
Gross profit amounted to R\$ 3.1 billion, with a margin of 16.5% (+0.3 p.p. vs. 1Q24). The evolution is mainly the result of:

- (i) the performance of the new stores (98 stores in the last 3 years), which account for more than 30% of the total store network and continue to develop according to the Company's expectations, especially in relation to the maturation curve;
- (ii) the continuous innovation of the business model and expansion of the services offered in the stores, which led to a significant improvement in the shopping experience. The Company ended 1Q25 with 640 service units available (+65% vs. 1Q24), of which 254 butcher sections, 199 cold cuts sections, and 187 bakeries; and
- (iii) the strategy of maintaining an adequate margin level, considering the increase in competitiveness and the reduction in consumer purchasing power, affected by high interest rates and rising food inflation.

In 1Q25, the selling, general and administrative expenses accounted for 11.1% of net sales, recording a reduction of -0.1 p.p. compared to 1Q24. This result reflects the efficiency in cost control and the continuous advance of the maturation of new stores, despite the implementation of more than 250 service units in the last 12 months.

The equity income (an approximately 18% stake in FIC's capital) reached R\$ 17 million in 1Q25 (+6.3% vs. 1Q24). At the same time, the number of Passaí cards issued continues to expand, reaching 3.2 million units (+13.7% compared to 1Q24), corresponding to +5.2% of sales.

EBITDA exceeded R\$ 1 billion in 1Q25, up +13.9% from 1Q24 and above the sales growth in the period. EBITDA margin reached 5.5% (+0.3 p.p. vs. 1Q24), the highest level for a first quarter since 1Q21. This performance reflects both the maturation of the new stores and the continuous evolution of Assaí's business model. It is also noteworthy the decisive performance of the Expenses Committee, created in 2024, which, through structured initiatives and strict monitoring of costs, contributed positively to the expansion of the EBITDA margin during the period.



(1) % Net Revenue

FINANCIAL RESULT REDUCES AS A PERCENTAGE OF NET REVENUE

(R\$ million)	1Q25	1Q24	Δ
Cash and cash equivalent interest	51	16	218.8%
Debt burden	(541)	(509)	6.3%
Cost of receivables discounted	(39)	(45)	-13.3%
Other financial revenues (expenses) and Net Monetary Correction	17	28	-39.3%
Net Financial Result	(512)	(510)	0.4%
<i>% of Net Revenue</i>	<i>-2.8%</i>	<i>-3.0%</i>	<i>0.2 p.p.</i>

The net financial result reached R\$ 512 million in the quarter, virtually stable compared to 1Q24, and accounted for 2.8% of net sales, representing a decrease of 0.2 p.p. compared to the net sales of 1Q24. The main factors that impacted the net financial result in 1Q25 were:

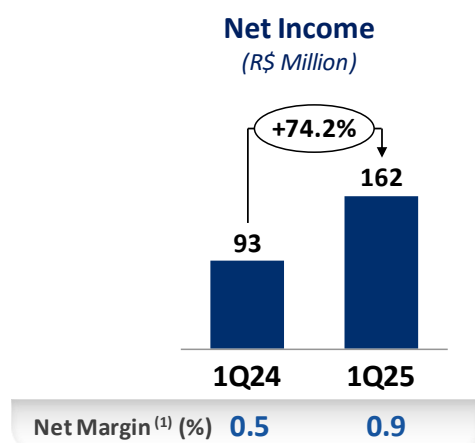
- (i) higher profitability of financial investments, which is the result of the increase in the average cash invested compared to the previous period (R\$ 1.8 billion in 1Q25 vs. R\$ 639 million in 1Q24). The average cash has shown growth in the last quarters (R\$ 835 million in 2Q24, R\$ 1.3 billion in 3Q24, and R\$ 1.9 billion in 4Q24); and
- (ii) increase in the Debt Burden line, due to the impact of the higher volume of average gross debt in the period (R\$16.6 billion against R\$15.3 billion in 1Q24), despite a lower net debt in 1Q25 compared to 1Q24. In addition, the Debt Burden line continues to be affected by mark-to-market, arising from swaps for CDI of debts indexed to IPCA (3 series of CRIs), pre-fixed rate (1 series of CRI) and USD (3 loan operations), with a positive non-cash impact of R\$ 7 million in 1Q25 (vs. negative by - R\$ 58 million in 1Q24).

It is worth mentioning that the “Cost of Receivables Discounted” line reflects the total charges of the operations carried out during 1Q25. The volume of discounted receivables shown in the Net Debt table on page 9 (R\$1.875 billion) refers only to the amount that would be due in the subsequent quarter. In addition, there are also the amounts that would mature within the quarter. The volume of discounted receivables depends on the Company's daily cash needs, which vary according to the amounts of the payments made (suppliers, CAPEX, debts, among other obligations).

PROFIT EVOLUTION DEMONSTRATES OPERATIONAL LEVERAGE, DESPITE THE HIGH-INTEREST RATE SCENARIO

Earnings before taxes in the Pre-IFRS16 view were R\$ 222 million in 1Q25 (+83.5% vs. 1Q24). In the Post-IFRS16 view, earnings before taxes reached R\$151 million, more than double the amount recorded in the same period of the previous year (+179.6% vs. 1Q24). This performance mainly reflects the maturation of the new stores and the efficient control of expenses, even with the improvement of the shopping experience through the expansion of services and assortments.

Net income pre-IFRS16 was R\$ 162 million in the quarter (+74.2% vs 1Q24), with a net margin of 0.9% (+0.4 p.p. vs. 1Q24). In the post-IFRS16 view, net income totaled R\$ 117 million, with a net margin of 0.6% (+0.3 p.p. vs. 1Q24).



⁽¹⁾ % Net Sales

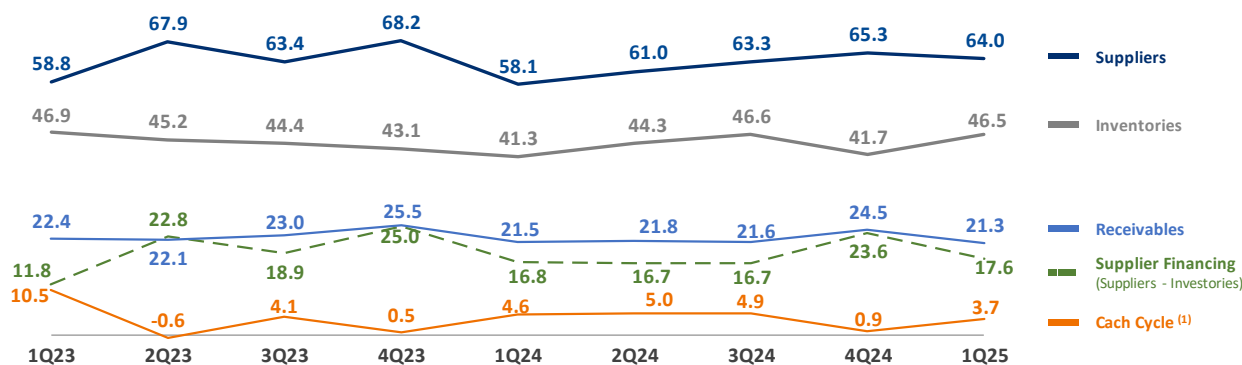
INVESTMENT REDUCTION REFLECTS COMMITMENT TO DELEVERAGING

(R\$ million)	1Q25	1Q24	Δ
New stores and land acquisition	29	179	(150)
Store renovation and maintenance	41	41	-
Infrastructure and others	9	11	(2)
Gross Total Investments	79	231	(152)

Investments, corresponding to additions to property, plant and equipment, totaled R\$ 79 million in 1Q25. The reduction compared to the same period in 2024 mainly reflects the concentration of the expansion expected for the second half of the year. This dynamic is in line with the plan to open 10 stores in 2025 and with the Company's commitment to financial discipline and the deleveraging process.

ONGOING DISCIPLINE IN CASH FLOW CYCLE MANAGEMENT

In days of COGS (Cost of Goods Sold)



⁽¹⁾ Cash cycle = Suppliers (-) Inventories (-) Receivables (Including discounted receivables)

The quarterly cash cycle was 3.7 days in 1Q25, which reflects an improvement of 0.9 days compared to 1Q24. This result is explained primarily by:

- The Supplier Financing line, which includes accounts payable and inventory, improved by 0.8 days especially due to the shift of the Easter holiday to April in 2025. This led to the anticipation of purchases, resulting in longer payment terms with suppliers and a higher level of inventories at the end of 1Q25;
- The Company's policy of offering installment purchases to customers remains unchanged, which means that there is no extension of payment terms. This is evidenced by relative stability in the Receivables line, which showed a reduction of 0.2 days in 1Q25 compared to 1Q24.

FREE CASH FLOW REACHES R\$ 1.6 BILLION OVER THE LAST 12 MONTHS

(R\$ million - LTM)	1Q25	1Q24	Δ
EBITDA ⁽¹⁾	4,238	3,684	553
Change in WK	(1,123)	1,194	(2,316)
Operating Cash Generation	3,115	4,878	(1,763)
Capex	(1,495)	(3,046)	1,551
Acquisition of Hipermarkets	7	(2,711)	2,718
Free Cash Generation	1,627	(879)	2,506
Dividends	(62)	46	(108)
Payment of Interests	(1,874)	(1,824)	(50)
Total Cash Generation	(309)	(2,657)	2,348

⁽¹⁾ Adjusted EBITDA Pre-IFRS 16 (excluding equity income)

The operating cash generation totaled R\$ 3.1 billion, driven by a growth of R\$ 553 million in the accumulated EBITDA over the last 12 months compared to the previous year. During the period, the change in working capital was mainly impacted by a higher accounts receivable balance compared to 1Q24, due to an improved cash position, which required a lower volume of receivables discounting to meet the Company's cash needs.

The free cash flow accumulated R\$ 1.6 billion over the last 12 months, reversing the consumption of R\$ 879 million recorded in the same period last year. The performance mainly reflects the completion of the payments related to the acquisition of the 66 commercial points of hypermarkets, combined with the reduction in the pace of expansion (CAPEX) and the solid evolution of EBITDA in the period.

The total cash flow also showed significant recovery, with an improvement of R\$ 2.3 billion compared to 1Q24. This result reinforces the effectiveness of operational efficiency and capital allocation initiatives, in addition to the continued focus on financial discipline and value creation for shareholders.

EBITDA GROWTH AND CONTINUED DEBT REDUCTION CYCLE LEAD TO LEVERAGE REDUCTION

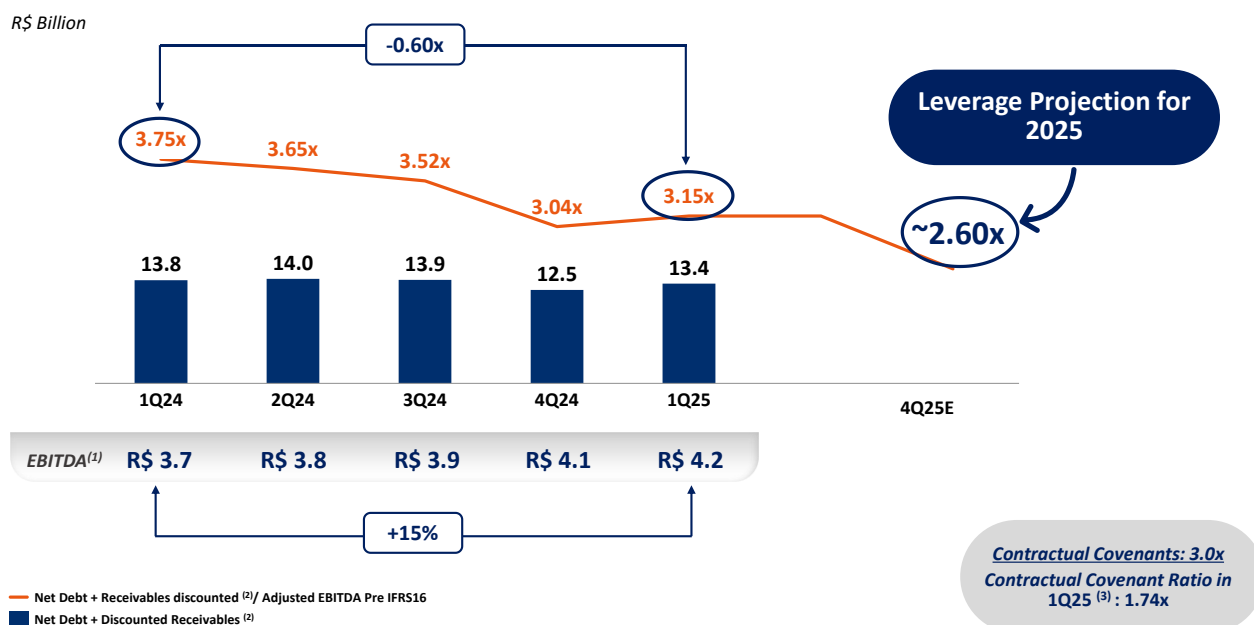
(R\$ million)	1Q25	1Q24
Current Debt	(1,244)	(5,397)
Non-Current Debt	(14,645)	(10,318)
Total Gross Debt	(15,889)	(15,715)
Cash and Cash Equivalent	4,402	4,538
Net Debt	(11,487)	(11,177)
Balance of Receivables discounted ⁽¹⁾	(1,875)	(2,633)
Net Debt + Receivables Discounted ⁽²⁾	(13,362)	(13,810)
Adjusted EBITDA ⁽³⁾	4,238	3,684
Net Debt + Receivables Discounted ⁽²⁾ / Adjusted EBITDA Pre IFRS16 ⁽³⁾	-3.15x	-3.75x

⁽¹⁾ Represents the balance of discounted receivables due in the subsequent quarter
⁽²⁾ Between 4Q21 and 4Q24, the Net Debt + Discounted Receivables indicator included the outstanding balance of the hypermarket acquisition. The payment for the hypermarket acquisition was completed in 1Q24
⁽³⁾ Adjusted EBITDA Pre IFRS 16 accumulated the last 12 months (excluding equity income)

-0.60x

The leverage ratio, represented by the net debt/Adjusted EBITDA ratio pre-IFRS16, reached 3.15x in the quarter, representing a significant reduction of -0.60x vs. 1Q24 and the continuation of the deleveraging process. The leverage level reflects the growth of R\$ 553 million in EBITDA Pre-IFRS 16 (accumulated over 12 months), a result of the progress in the maturation of the new stores, and the reduction of R\$ 448 million in net debt, explained by the solid operational cash flow during the period.

At the end of the period, the balance of discounted receivables maturing in the subsequent quarter was R\$ 1.9 billion, with an average term of 10 days. The discount of receivables is an operation typical to the retail sector and the Brazilian market and a relevant component of the Company's treasury management, which manages the cash balance invested and the amount of receivables available for discount.



⁽¹⁾ LTM Pre-IFRS 16 EBITDA (excluding equity income)

⁽²⁾ Between 4Q21 and 4Q24, the Net Debt + Discounted Receivables indicator included the outstanding balance from the hypermarket acquisition. The payment for the hypermarket acquisition was completed in 1Q24

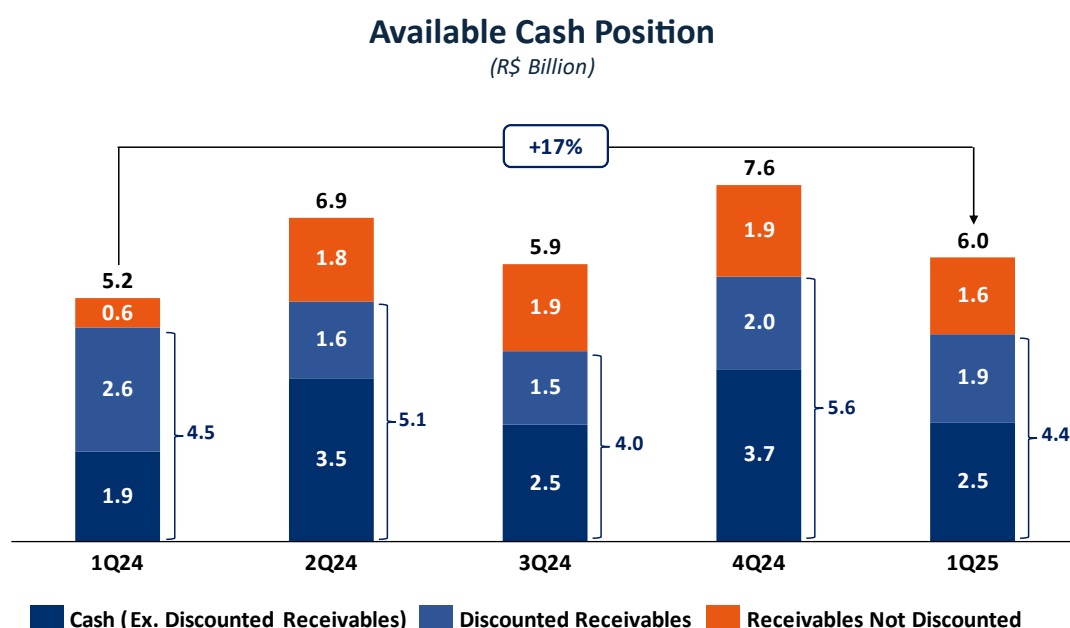
⁽³⁾ Contractual Ratios: [Gross Debt (-) Cash (-) Accounts Receivable with 1.5% Discount] / [Gross Profit (+) Logistics Depreciation (-) SG&A]

Unscaled chart

CASH AND CASH EQUIVALENTS REACH R\$ 6 BILLION, UP 17% VERSUS 1Q24

The Company ended the first quarter of 2025 with total available cash position of R\$ 6.0 billion, considering the receivables not discounted with liquidity at D+1. This amount represents a 17% growth compared to the same period last year, driven by the higher cash flow in the quarter.

Cash and cash equivalents, which include the cash balance at the end of the period and the receivables not discounted, reflect the evolution of the average cash invested, which reached R\$ 1,845 billion in 1Q25. For comparison, the average cash was R\$ 777 million in 4Q23, R\$ 639 million in 1Q24, R\$ 835 million in 2Q24, R\$ 1,325 million in 3Q24, and R\$ 1,917 billion in 4Q24.



ADVANCES IN ESG

Assaí continues promoting prosperity for everyone, from sun to sun, through **a robust and effective sustainability strategy**, ensuring that our **growth creates value for both society and the environment**.

Our three strategic pillars are:

- **Efficient operations:** we innovate our operations to reduce impact on the climate and ensure more responsible supply chains.
- **People and community development:** we promote prosperity for all, with growth opportunities for employees, entrepreneurs and communities.
- **Ethical and transparent management:** we construct ethical and transparent relationships guided by ESG good practices.

The main highlights of 1Q25 were:

EFFICIENT OPERATIONS

- **Increase of 121%** in composting of waste from the stores compared to 1Q24; and
- **18% growth** in the sales penetration of cage free (animal welfare) eggs in our stores compared to 1Q24.

ETHICAL AND TRANSPARENT MANAGEMENT

- For the 3rd straight year, the Company is included in the Sustainability Index (ISE), reinforcing our commitment to the best market practices to create value for society; and
- **Publication of the 2024 Annual and Sustainability Report**, still in 1Q25, ensuring timeliness and transparency in management.

PEOPLE AND COMMUNITY DEVELOPMENT

- We positively impact people and communities around:
 - 48.6% of Black people in leadership positions (managers and above), an increase of +4.3 p.p. vs. 1Q24);
 - 25.9% of women in leadership positions, an increase of +1.2 p.p. compared to 1Q24;
 - The holding the 7th Women's Week, which addressed topics such as unconscious gender biases, combating moral and sexual harassment, and challenges in the labor market;
 - 33.5% of employees aged 50 or older, growth of +2.0 p.p. vs. 1Q24; and
 - 30% increase in the number of migrants and refugees among the staff members vs. 1Q24, totaling more than 1,000 employees, strengthening this pillar in the Diversity, Equity, and Inclusion agenda of the Company.
- Through the Assaí Institute, the Company continues to create opportunities and pave the way for growth and prosperity for people and communities:
 - Launch of the 8th edition of the Assaí Academy Award, a program providing financial support and recognition to 2,100 entrepreneurs from across the country.

AWARDS AND RECOGNITIONS

- **Global Powers of Retailing 2025 (Deloitte):** 92nd position among the 250 largest retailers in the world — the best placement of a Brazilian company in the history of the ranking, which takes into account the net revenue of the fiscal year 2023;
- **The Best of São Paulo:** elected by the people of São Paulo, for the 10th consecutive time, the Best Wholesaler in the city;
- **Ranking of the Brazilian Supermarkets Association (ABRAS):** 2nd place among the largest food retailers in Brazil in 2024 (criterion: revenue);
- **Ranking of the Brazilian Cash & Carry Association (ABAAS):** 2nd place among the largest food retailers in Brazil in 2024 (criterion: revenue);
- **Estadão Empresas Mais:** 9th place among the 1,500 companies with the best financial performance;
- **Abrarec CX 2025 Service Award:** ranked among the 30 outstanding companies in the customer service category;
- **Reporting Matters 2024:** the 2023 Annual and Sustainability Report of Assaí was recognized by the Brazilian Business Council for Sustainable Development (CEBDS); and
- **Modern Consumer:** Belmiro Gomes, CEO of the Company, was elected one of the 22 leaders who most transformed the consumer experience in Brazil.

ABOUT SENDAS DISTRIBUIDORA S.A.

Assaí Atacadista is a Corporation (company without a single controlling shareholder) that has been operating for 50 years in Cash & Carry and the food network with the biggest presence in Brazilian homes (NielsenIQ *Homescan*). It is also the best cash & carry and retail company in Brazil (Exame's Maiores e Melhores 2024) and the most remembered brand in physical and digital retail (Branding Brasil).

Assaí's shares are the only ones from a Cash&Carry company listed on the Brazilian Stock Exchange (B3 - ASAI3). With a strong cash flow, the Company continues to grow annually and, in 2024, reached a revenue of R\$ 80.6 billion.

Established in São Paulo (SP), Assaí serves merchants and consumers who seek greater savings in retail or cash & carry purchases, leading the innovation proposal in the format. Currently, it has more than 300 stores across all regions in Brazil (24 states and the Federal District) and more than 87,000 employees, being recognized by GPTW as the best food retail company to work for (companies with more than 10,000 employees).

The Company is recognized for its strong social work, it has the Assaí Institute, which, since 2022, has been working on social impact actions in support of entrepreneurship, promotion of sports, and food security.

CONTACTS – INVESTOR RELATIONS DEPARTMENT

Aymar Giglio

Acting CFO

Gabrielle Castelo Branco Helú

Investor Relations Officer

Ana Carolina Silva

Beatris Atilio

Daniel Magalhães

Guilherme Muniz

João Felipe Pessoa

Marcel Silva

E-mail: ri.assai@assai.com.br

Website: www.ri.assai.com.br

IFRS-16 IMPACTS

With the adoption of IFRS16 in January 2019, a few income statement lines are affected. The table shows the key changes:

(R\$ million)	1Q25			1Q24		
	PRE	POST	Δ	PRE	POST	Δ
Selling, General and Administrative Expenses	(2,067)	(1,739)	328	(1,923)	(1,621)	302
Adjusted EBITDA	1,022	1,372	350	897	1,217	320
Adjusted EBITDA Margin	5.5%	7.4%	1.9 p.p.	5.2%	7.1%	1.9 p.p.
Other Operating Expenses, net	(2)	(2)	-	(3)	(4)	(1)
Depreciation and Amortization	(286)	(429)	(143)	(263)	(399)	(136)
Net Financial Result	(512)	(790)	(278)	(510)	(760)	(250)
Income Tax and Social Contribution	(60)	(34)	26	(28)	6	34
Net Income for the Period	162	117	(45)	93	60	(33)
Net Margin	1.2%	0.6%	-0.6 p.p.	0.7%	0.3%	-0.4 p.p.

FORFAITING

In 1Q25, the Company acted as an intermediary in operations related to the prepayment of receivables to suppliers (forfaiting operation), resulting in revenue of R\$ 13 million. It is worth noting that there are no financial charges for the Company, and these liabilities are not considered net debt. Also, in accordance with the guidance of CVM SNC/SEP Official Letter No. 01/2022, Management concluded that there are no significant impacts, since the essence of the transactions was maintained. The balance payable for these operations totaled R\$ 826 million as of March 31, 2025 (R\$ 789 million related to products and R\$ 37 million related to property, plant and equipment), compared to R\$ 938 million as of December 31, 2024 (R\$ 779 million for products and R\$ 159 million for property, plant and equipment) and R\$ 1.5 billion as of December 31, 2023 (R\$ 1.1 billion for products and R\$ 389 million for property, plant and equipment). According to note 14.2 of the interim financial statements as of March 31, 2025.

APPENDICES

OPERATIONAL INFORMATION

I – Number of stores and sales area

# of Stores	1Q21	1Q22	1Q23	1Q24	2Q24	3Q24	4Q24	1Q25
Southeast	101	113	141	154	155	158	162	162
Northeast	49	59	74	82	82	82	82	82
MidWest	18	21	25	28	28	28	28	28
North	11	16	17	18	18	19	20	20
South	5	7	9	10	10	10	10	10
Total	184	216	266	292	293	297	302	302
Sales Area (thousand sqm)	810	986	1,326	1,478	1,483	1,504	1,529	1,529

Since the start of conversions (3Q22), six stores have been closed: one in 3Q22, three in 4Q22, one each in 2Q23 and 3Q23. Furthermore, the sales area of six stores in operation was expanded through the conversion project, of which one in 3Q22, four in 4Q22, and one in 4Q24.

FINANCIAL INFORMATION

The financial statements (excluding appendix II) were prepared in accordance with international financial reporting standards issued by the International Accounting Standards Board (IASB), accounting practices adopted in Brazil, CVM standards and the technical pronouncements of the Accounting Pronouncements Committee (CPC).

II - Income Statement (Pre-IFRS 16)

(R\$ million)	1Q25	1Q24	Δ%
Gross Revenue	20,291	18,826	7.8%
Net Revenue	18,552	17,222	7.7%
Cost of Goods Sold	(15,480)	(14,418)	7.4%
Depreciation (Logistic)	(14)	(9)	55.7%
Gross Profit	3,058	2,795	9.4%
Selling Expenses	(1,833)	(1,715)	6.9%
General and Administrative Expenses	(234)	(208)	12.5%
Selling, General and Adm. Expenses	(2,067)	(1,923)	7.5%
Equity income	17	16	6.3%
Other Operating Expenses, net	(2)	(3)	-33.3%
Depreciation and Amortization	(272)	(254)	7.1%
Earnings Before Interest and Taxes - EBIT	734	631	16.3%
Financial Revenue	83	43	93.0%
Financial Expenses	(595)	(553)	7.6%
Net Financial Result	(512)	(510)	0.4%
Income Before Income Tax	222	121	83.5%
Income Tax and Social Contribution	(60)	(28)	114.3%
Net Income for the Year	162	93	74.2%
EBITDA - (Earnings before Interest, Taxes, Depreciation, Amortization)	1,020	894	14.1%
Adjusted EBITDA ⁽¹⁾	1,022	897	13.9%

% of Net Revenue	1Q25	1Q24	Δ p.p.
Gross Profit	16.5%	16.2%	0.3 p.p.
Selling Expenses	-9.9%	-10.0%	0.1 p.p.
General and Administrative Expenses	-1.3%	-1.2%	-0.1 p.p.
Selling, General and Adm. Expenses	-11.1%	-11.2%	0.0 p.p.
Equity Income	0.1%	0.1%	0.0 p.p.
Other Operating Expenses, net	0.0%	0.0%	0.0 p.p.
Depreciation and Amortization	-1.5%	-1.5%	0.0 p.p.
EBIT	4.0%	3.7%	0.3 p.p.
Net Financial Result	-2.8%	-3.0%	0.2 p.p.
Income Before Income Tax	1.2%	0.7%	0.5 p.p.
Income Tax	-0.3%	-0.2%	-0.2 p.p.
Net Income for the Year	0.9%	0.5%	0.3 p.p.
Earnings before Interest, Taxes, Depreciation, Amortization -	5.5%	5.2%	0.3 p.p.
Adjusted EBITDA ⁽¹⁾	5.5%	5.2%	0.3 p.p.

⁽¹⁾ Adjusted for Other Operating Revenue (Expenses)

III - Income Statement (Post-IFRS 16)

(R\$ million)	1Q25	1Q24	Δ%
Gross Revenue	20,291	18,826	7.8%
Net Revenue	18,552	17,222	7.7%
Cost of Goods Sold	(15,458)	(14,400)	7.3%
Depreciation (Logistic)	(28)	(20)	40.0%
Gross Profit	3,066	2,802	9.4%
Selling Expenses	(1,508)	(1,416)	6.5%
General and Administrative Expenses	(231)	(205)	12.7%
Selling, General and Adm. Expenses	(1,739)	(1,621)	7.3%
Equity income	17	16	6.3%
Other Operating Revenue, net	(2)	(4)	-50.0%
Depreciation and Amortization	(401)	(379)	5.8%
Earnings Before Interest and Taxes - EBIT	941	814	15.6%
Financial Revenue	83	43	93.0%
Financial Expenses	(873)	(803)	8.7%
Net Financial Result	(790)	(760)	3.9%
Income Before Income Tax	151	54	179.6%
Income Tax and Social Contribution	(34)	6	-666.7%
Net Income for the Period	117	60	95.0%
EBITDA - (Earnings before Interest, Taxes, Depreciation, Amortization)	1,370	1,213	12.9%
Adjusted EBITDA ⁽¹⁾	1,372	1,217	12.7%

% of Net Revenue	1Q25	1Q24	Δ p.p.
Gross Profit	16.5%	16.3%	0.2 p.p.
Selling Expenses	-8.1%	-8.2%	0.1 p.p.
General and Administrative Expenses	-1.2%	-1.2%	0.0 p.p.
Selling, General and Adm. Expenses	-9.4%	-9.4%	0.0 p.p.
Equity Income	0.1%	0.1%	0.0 p.p.
Other Operating Revenue, net	0.0%	0.0%	0.0 p.p.
Depreciation and Amortization	-2.2%	-2.2%	0.0 p.p.
EBIT	5.1%	4.7%	0.4 p.p.
Net Financial Result	-4.3%	-4.4%	0.1 p.p.
Income Before Income Tax	0.8%	0.3%	0.5 p.p.
Income Tax	-0.2%	0.0%	-0.2 p.p.
Net Income for the Period	0.6%	0.3%	0.3 p.p.
Earnings before Interest, Taxes, Depreciation, Amortization - EBITDA	7.4%	7.0%	0.4 p.p.
Adjusted EBITDA ⁽¹⁾	7.4%	7.1%	0.3 p.p.

⁽¹⁾ Adjusted for Other Operating Revenue (Expenses)

IV - Balance Sheet (Post-IFRS 16)

ASSETS

(R\$ million)	31.03.2025	31.12.2024
Current Assets	15,707	16,448
Cash and cash equivalent	4,402	5,628
Trade receivables	1,820	2,210
Inventories	8,074	7,127
Recoverable taxes	1,143	1,241
Derivative financial instruments	5	93
Prepaid Expenses	217	99
Other accounts receivable	46	50
Non-current assets	28,978	29,145
Deferred income tax and social contribution	166	140
Recoverable taxes	874	672
Derivative financial instruments	425	297
Related parties	21	23
Restricted deposits for legal proceedings	23	24
Prepaid Expenses	8	9
Other accounts receivable	42	31
Investments	804	804
Property, plan and equipment	13,362	13,564
Intangible assets	5,180	5,183
Right-of-use assets	8,073	8,398
TOTAL ASSETS	44,685	45,593

LIABILITIES

(R\$ million)	31.03.2025	31.12.2024
Current Liabilities	14,897	16,312
Trade payables, net	10,592	10,709
Trade payables - Agreements	826	938
Borrowings	48	38
Debentures and promissory notes	1,201	2,046
Payroll and related taxes	720	682
Lease liabilities	399	412
Taxes payable	366	529
Income tax and social contribution payable	58	34
Dividends and interest on own capital payable	20	129
Deferred revenues	372	449
Other accounts payable	295	346
Non-current liabilities	24,403	24,026
Trade payables, net	5	12
Borrowings	2,267	1,720
Debentures and promissory notes	12,803	12,761
Provision for legal proceedings	259	223
Lease liabilities	8,976	9,232
Deferred revenues	28	26
Cash-settled share-based payment plan	8	5
Other accounts payable	57	47
Shareholders' Equity	5,385	5,255
Share capital	1,456	1,272
Capital reserve	100	88
Earnings reserve	3,866	3,933
Treasury shares	(26)	(26)
Other comprehensive results	(11)	(12)
TOTAL LIABILITIES AND SHAREHOLDER'S EQUITY	44,685	45,593

V - Cash Flow (Post-IFRS 16)

(R\$ million)	31.03.2025	31.03.2024
Net income for the year	117	60
Deferred income tax and social contribution	(26)	(24)
Loss (gain) on disposal of property, plant and equipment and lease	2	4
Depreciation and amortization	429	399
Interests and monetary variation	829	775
Share of profit and loss of associate	(17)	(16)
Provision of legal proceedings	58	2
Provision of stock option	12	5
Allowance for inventory losses and damages	161	141
(Reverse of) expected credit loss for doubtful accounts	1	(1)
	1,566	1,345
Variation of operating assets		
Trade receivables	389	417
Inventories	(1,108)	(56)
Recoverable taxes	(157)	22
Dividends received	17	94
Related parties	2	3
Restricted deposits for legal proceedings	1	3
Other assets	(124)	(114)
	(980)	369
Variation of operating liabilities		
Trade payables	-	(1,258)
Payroll and related taxes	38	32
Taxes and social contributions payable	(84)	25
Payment for legal proceedings	(28)	(27)
Deferred revenues	(75)	(85)
Other accounts payable	(41)	56
	(190)	(1,257)
Net cash generated by operating activities	396	457
Cash flow from investment activities		
Purchase of property, plant and equipment	(304)	(409)
Purchase of intangible assets	(5)	(7)
Proceeds from property, plant and equipment	1	-
Proceeds from assets held for sale	2	11
Net cash used in investment activities	(306)	(405)
Cash flow from financing activities		
Proceeds from borrowings	608	500
Cost of funding of borrowings	(1)	(3)
Payments of borrowings	(1,036)	(25)
Payments of interest on borrowings	(400)	(187)
Dividend and Interest on own capital paid	(109)	-
Payments of lease liabilities	(86)	(101)
Payment of interest on lease liability	(285)	(263)
Payment of acquisition of hypermarkets	(7)	(894)
Net cash used in financing activities	(1,316)	(973)
Cash and cash equivalents at the beginning of the year	5,628	5,459
Cash and cash equivalents at the end of the year	4,402	4,538
Net increase (decrease) in cash and cash equivalents	(1,226)	(921)