

DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS

4º TRIMESTRE DE 2025

12 DE FEVEREIRO DE 2026



2025



Caixa e Alavancagem

- Geração de Caixa Livre: R\$ 2,8 bi
- 84% de conversão de EBITDA em caixa
- 2,56x, abaixo do *guidance* (2,60x)
- Redução da Dívida Líquida: R\$ 1,2 bi



Vendas

- R\$ 84,7 bi (+5,2%)
- SSS excl. efeito calendário: +2,6%
- +10 novas lojas, 312 em operação



Lucro Bruto e SG&A

- Expansão de mg bruta (16,8%; +0,3p.p.): execução comercial e maturação das novas lojas
- Aumento de SG&A (11,2%; -0,2p.p.): ligado aos projetos das novas avenidas de crescimento e de eficiência operacional



Rentabilidade

- EBITDA Pré-IFRS 16: R\$ 4,5 bi | Margem 5,8% (+0,2 p.p.)
- Lucro Líquido⁽¹⁾
 - Pré-IFRS 16: R\$ 847 M
 - Pós-IFRS 16: R\$ 645 M

4T25



Vendas

- R\$ 22,8 bi (+3,4%)
- SSS excl. efeito calendário: +0,9%
- Ganhos de volume e de *market share* com fluxo de clientes estável
- Movimento incomum de deflação simultânea em diversas *commodities*
 - Arroz: -37%; Leite: -16%; Açúcar: -11%; Feijão: -10%
- Impacto do “efeito K”



Rentabilidade

- EBITDA Pré-IFRS 16: R\$ 1,3 bi | Margem 6,3%
- Lucro Líquido⁽¹⁾
 - Pré-IFRS 16: R\$ 347 M
 - Pós-IFRS 16: R\$ 278 M

⁽¹⁾ Lucro líquido do período, excluindo impactos da provisão de impairment da FIC (reconhecido na linha de outras despesas operacionais) e dos créditos fiscais na linha de IR

Alavancagem abaixo do *guidance* e no menor patamar desde 2021

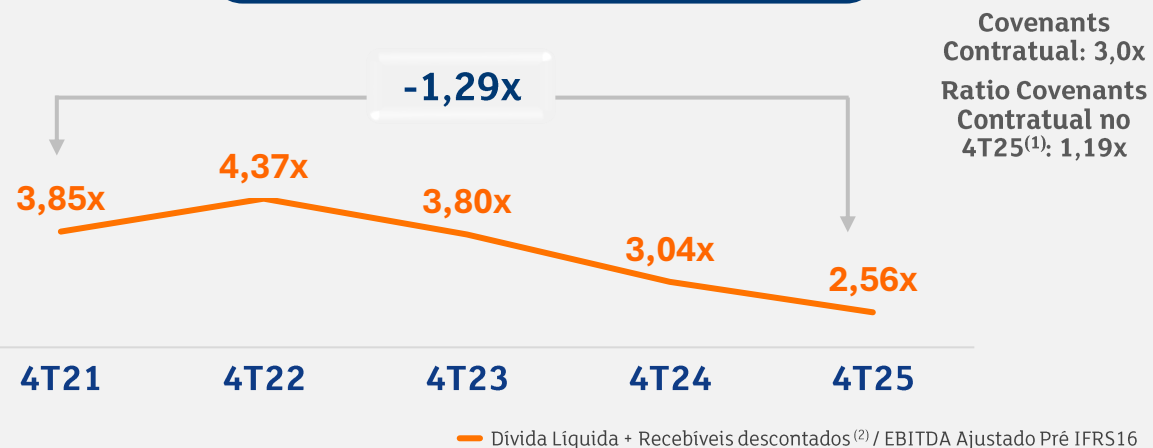
Compromisso com a geração consistente de caixa

Geração de Caixa

(R\$ Bilhões)

Dívida Líquida⁽¹⁾ 2024	12,5
Geração de Caixa Operacional	3,7
Capex	-0,9
Geração de Caixa Livre	2,8
Custo da Dívida + Dividendos	-2,3
Geração de Caixa Final	0,6
Antecipação De Recebíveis	-0,6
Dívida Líquida⁽¹⁾ 2025	11,3

Alavancagem



Redução da Dívida Líquida

(R\$ Bilhões)

	4T25	4T24	Variação
Dívida Bruta	15,8	16,2	-0,3
Caixa Ajustado	4,5	2,6	1,9
Caixa Bruto	5,8	5,6	0,2
Recebíveis Descontados	-1,3	-2,0	-0,6
Dívida Líquida⁽¹⁾	11,3	12,5	-1,2

Disciplina Financeira

- Postergação de novas lojas
 - Novo Guidance: 5 novas lojas em 2026
- Manutenção do Capex estimado de R\$ 700 M
- Potenciais revisões de portfólio e monetizações de ativos via SLB

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

⁽¹⁾ Dívida Líquida + Recebíveis Descontados (R\$ 1,3 bilhões em 31/12/2025 e R\$ 2,0 bilhões em 31/12/2024).

Assaí segue evoluindo o modelo para capturar tendências de mercado

Fortalecimento da proposta de valor para atender cada vez melhor os clientes

Adaptação do Sortimento



Assaí é o maior vendedor de proteínas da América do Sul⁽¹⁾

Açougue + empório de frios = 5% da venda total do Assaí

Avenidas de Crescimento



Assaí Digital



IN & OUT



Marca Própria



Serviços
Financeiros



Mundo Saúde

⁽¹⁾ Nielsen, medição em valor.

Assaí Digital: nova parceria com Mercado Livre e ampliação das parcerias *last mile*

Maior conveniência para os clientes Assaí



Assaí Digital

Nova Parceria: Mercado Livre

- Estreia do Assaí no *marketplace* através do modelo de *fulfillment*
- Categorias não perecíveis de alta recorrência
- Início previsto das vendas: 2T26



Parcerias *last mile*

- Expansão da parceria com iFood
 - De 56 para 100 lojas no 1T26
- + 3% de vendas adicionais nas lojas ativas



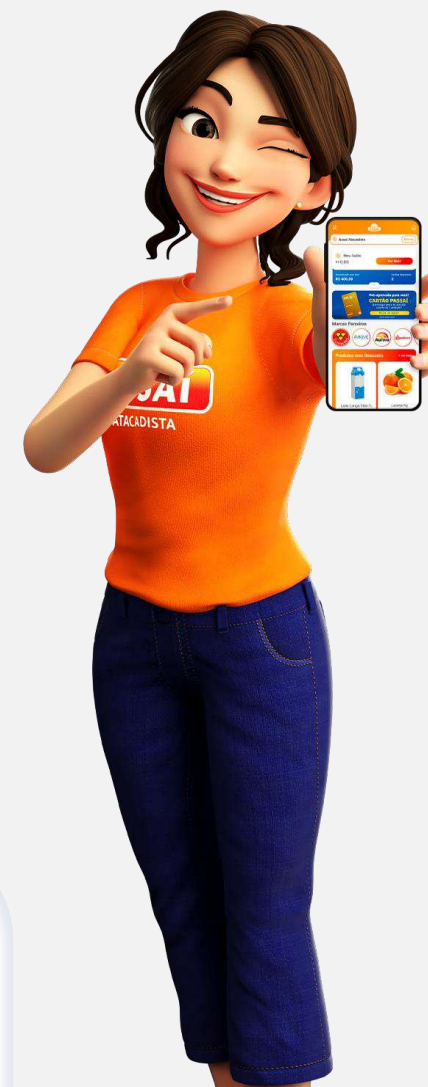
App Meu Assaí

16 milhões de cadastros

Frequência 61% maior

Gasto médio 40% superior

52% vendas identificadas



In & Out: Produtos de cerca de 30 categorias em 2026

Aproveitar fluxo de 40 milhões clientes mensais para aumento do *share of wallet*



IN & OUT



Itens de
Oportunidade



Ofertas por
tempo limitado



Preços
imbatíveis



Marca Própria fortalece o posicionamento com clientes e indústria

Desenvolvimento de produtos com melhor custo benefício



Marca Própria



Melhoria de
margem



Produtos de
qualidade similar
às marcas líderes
com **preços mais
baixos**



Lançamento
no 1T26 em
São Paulo



~200 SKUs em
produtos de
alta penetração
até o final de
2026



Foco nas
marcas Chef
e Assaí



Mundo Saúde é beneficiado pela posição estratégica do Assaí

Aproveitar fluxo de 40 milhões clientes mensais para aumento do *share of wallet*



Mundo Saúde

Suplementação e Energia Diária



- Maior foco e criação de espaço dedicado da loja com suplementos (Creatina, Pré-treino, Whey Protein, Bebida láctea proteica, barrinha proteica)



- Primeira fase em 93 lojas



- Início no 1T26

Nova
categoria

Assaí Farma



- Piloto com 25 lojas no 2S26



- Localização estratégica na loja



2004

Criação da FIC -
Joint venture
GPA e Itaú

2020

Cisão GPA x Assaí

2017

Lançamento do
Cartão Passaí

2025

Anúncio da
cisão da FIC
(saída GPA e
Casas Bahia)

2026

Aprovação Cisão
pelo BACEN

2028

**Novas Soluções
Financeiras:**
Cartão *Private Label*;
Seguros;
Assistências;
Consórcios;
Soluções Digitais;
Maquininhas (piloto)

Término da parceria
com a FIC
(saída Assaí)

Assaí fica livre
para lançar
novo cartão
co-branded

**Exclusividade na
oferta de serviços
pela FIC**

Cartão Passaí como
único produto



Ampliação do ecossistema de serviços financeiros

Maior aderência ao público da Companhia



Serviços Financeiros



Após aprovação pelo Banco Central, Assaí pode explorar imediatamente novos produtos

Novas Soluções Financeiras



Cartão *Private Label*



Seguros



Assistências



Consórcios



Soluções Digitais



Conta PJ

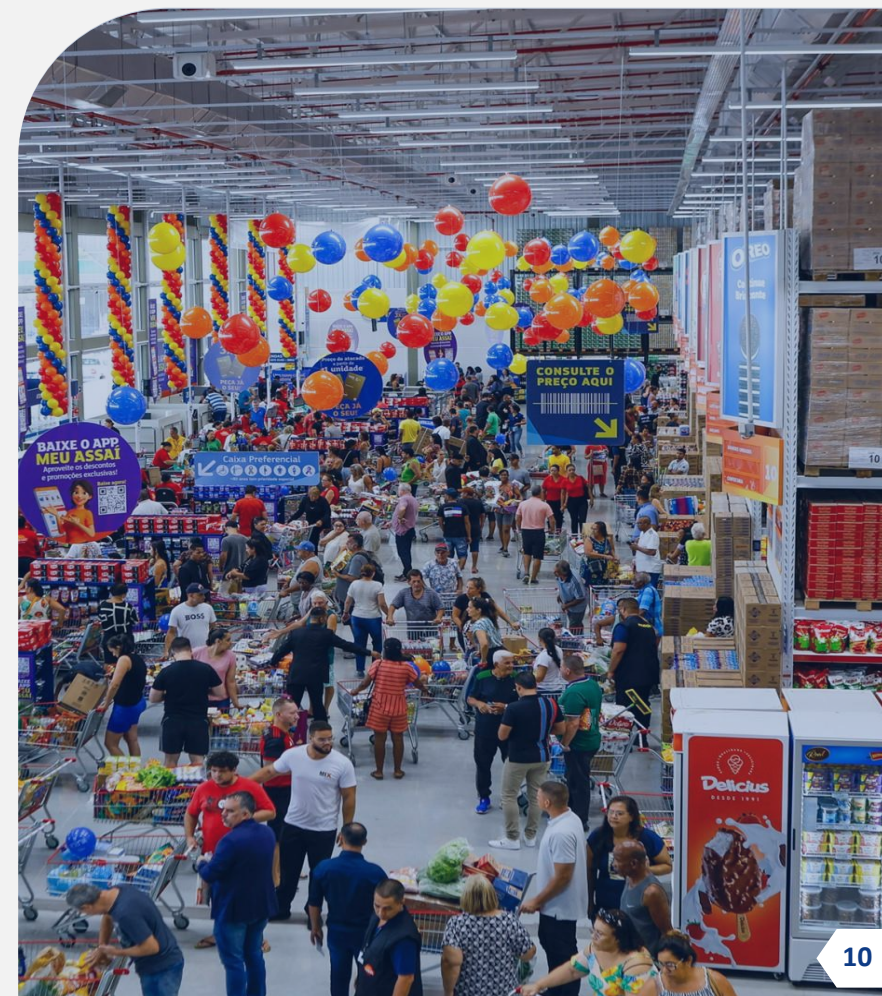
Adquirência (maquininhas)

Piloto em andamento

Roll out durante 2026



Assaí Pay



Iniciativas que visam eficiência operacional e maior geração de valor

Uso de ferramentas tecnológicas com IA embarcada e soluções automatizadas



Fiscal Remoto

- Central de atendimento remota
- Maior agilidade no atendimento
 - 2'30" → 22"



Gestão de Compras, Abastecimento e Precificação

- Recomendação por produto em loja
- Estratégia regionalizada
- Apoio à negociação comercial



Recebimento de Mercadoria

- Centrais regionalizadas de processamento de notas fiscais
- Piloto em 14 lojas
- Redução de *lead time* de processamento de notas fiscais



Marketing

- Otimizações dos investimentos em marketing
- Uso de IA na criação de vídeos promocionais
 - 24 horas → 2 minutos



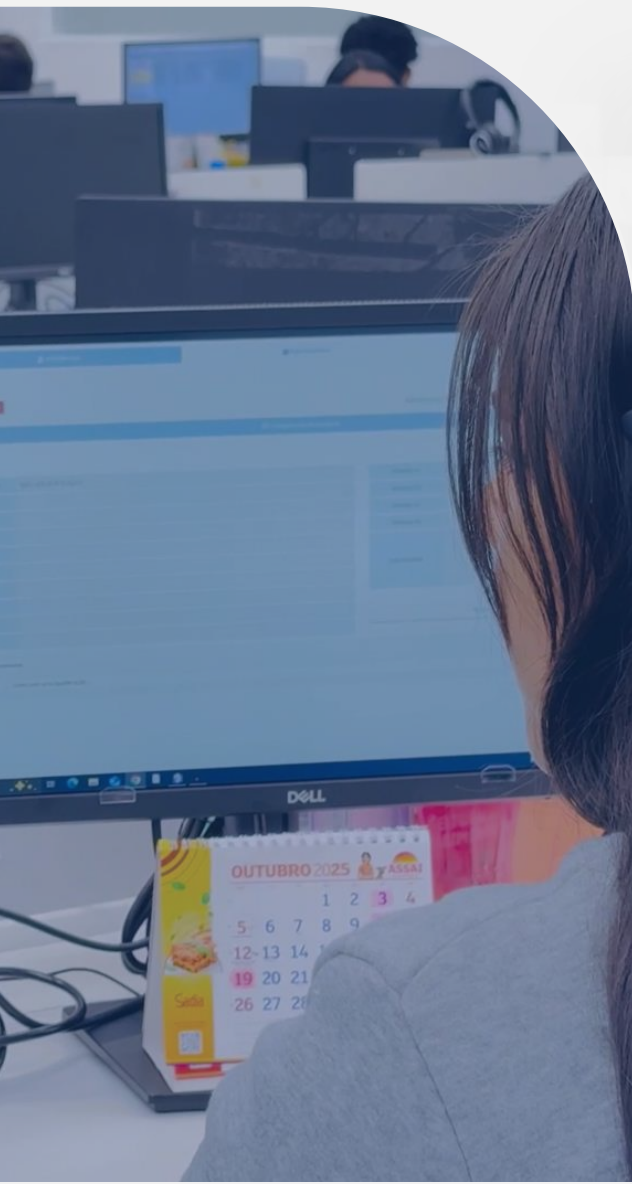
Segurança

- Uso de perímetro eletrônico de segurança
- Revisão dos contratos e maior eficiência no serviço



Reestruturações

- Reestruturações no corporativo, simplificando estruturas



Avanços ESG



Operações Eficientes:

- 46% de reaproveitamento de resíduos (+2,8 p.p.)
- 93 lojas com autoprodução de energia solar



Gestão Ética e Transparente

- Evolução no rating CDP⁽¹⁾ de B para A-
- B3: dentre as 30 empresas mais sustentáveis do Brasil



Desenvolvimento de Pessoas e Comunidades:

- 45,0% de pessoas negras na liderança (gerentes e acima)
- 25,9% de mulheres na liderança (+0,2 p.p.)
- 1,5% de colaboradores(as) migrantes e refugiados (+0,4 p.p.)



Instituto Assaí

- Recorde de 6 milhões de refeições doadas
- 700 toneladas de alimentos arrecadados pelos(as) clientes

Prêmios e Reconhecimentos

Consumidor Moderno

- Pela 6ª vez eleita como a empresa que mais respeita o consumidor

Elite InfoMoney:

- Entre as companhias de capital aberto que mais crescem de forma consistente
- Única varejista alimentar do ranking

Popai Brasil:

- 9 reconhecimentos em ações de *trade marketing* e retail

Prêmio Valoriza

- Listada entre as 15 empresas que mais geraram riqueza para a sociedade em 2025

⁽¹⁾ Ranking de desempenho ambiental



Q&A

Para fazer perguntas, clique no ícone Q&A na parte inferior da tela.

*Escreva seu **NOME**, **EMPRESA** e **IDIOMA** da pergunta a ser feita.*

Ao ser anunciado, uma solicitação para ativar seu microfone aparecerá na tela e, então, você deve ativar o seu microfone para fazer perguntas.

Orientamos que as perguntas sejam feitas todas de uma única vez.

To ask questions, please click on the Q&A icon on the bottom of the screen

*Write your **NAME**, **COMPANY** and **LANGUAGE** of the question.*

If announced, a request to activate your microphone will show up on your screen, then, you should enable your audio to ask your question.

We kindly ask you to make all questions at once.



Chat



Q&A



Interpretation



OBRIGADO

Equipe de Relações com Investidores | ri.assai@assai.com.br / ri.assai.com.br

EARNINGS RESULTS

4TH QUARTER 2025

FEBRUARY 12TH, 2026



Free Cash Generation of R\$2.8 billion and leverage of 2.56x (vs guidance of 2.60x)

Gross profit optimization, focus on expense control, and financial discipline

2025



Cash and Leverage

- Free Cash Generation: R\$ 2.8 billion
- 84% EBITDA to cash conversion
- 2.56x, below *guidance* (2.60x)
- Reduction in Net Debt: R\$1.2 billion



Sales

- R\$84.7 billion (+5.2%)
- SSS excl. Calendar effect: +2.6%
- +10 new stores, 312 in operation



Gross Profit and SG&A

- Expansion of gross mg (16.8%, +0.3p.p.): commercial execution and store maturity
- Increased SG&A (11.2%; -0.2p.p.): linked to the projects of the new growth avenues and operational efficiency



Profitability

- Pre-IFRS 16 EBITDA: R\$4.5 bi | Margin 5.8% (+0.2 p.p.)
- Net Income⁽¹⁾
 - Pre-IFRS 16: R\$847 M
 - Post-IFRS 16: R\$645 M

4Q25



Sales

- R\$ 22.8 billion (+3.4%)
- SSS excl. Calendar effect: +0.9%
- Volume and market share gains with stable customer flow
- Unusual movement of simultaneous deflation in several *commodities*
 - Rice: -37%; Milk: -16%; Sugar: -11%; Beans: -10%
 - “K effect” impact



Profitability

- Pre-IFRS 16 EBITDA: R\$1.3 bi | Margin 6.3%
- Net Income⁽¹⁾
 - Pre-IFRS 16: R\$347 M
 - Post-IFRS 16: R\$278 M

⁽¹⁾ Net income for the period, excluding impacts from FIC's impairment provision (recognized in the line of other operating expenses) and tax credits in the income tax line

Leverage below guidance and at the lowest level since 2021

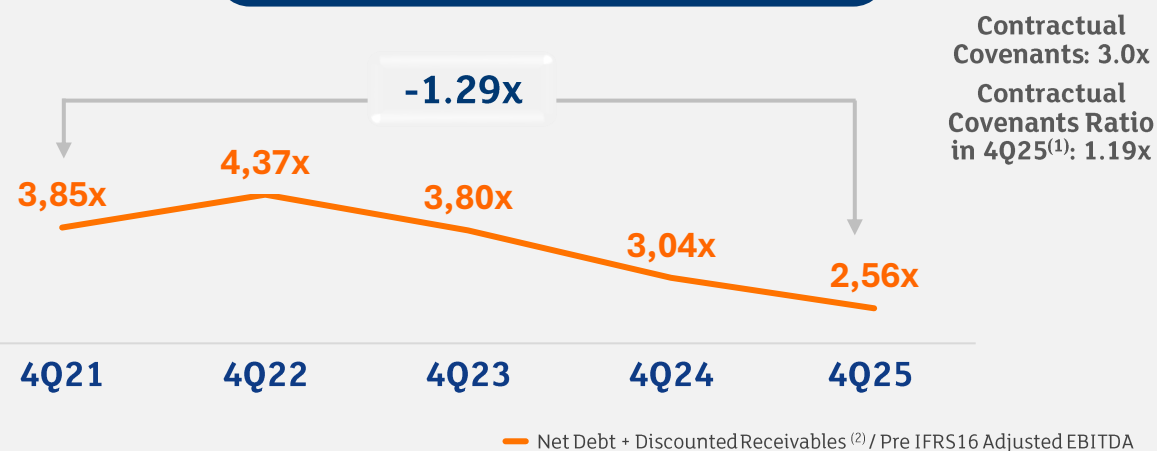
Commitment to consistent cash generation

Cash Generation

(R\$ Billion)

Net Debt⁽¹⁾ 2024	12.5
Operating Cash Generation	3.7
Capex	-0.9
Free Cash Generation	2.8
Cost of Debt + Dividends	-2.3
Final Cash Generation	0.6
Anticipation of receivables	-0.6
Net Debt⁽¹⁾ 2025	11.3

Leverage



Reduction of Net Debt

(R\$ Billions)

	4Q25	4Q24	Variation
Gross Debt	15.8	16.2	-0.3
Adjusted Cash	4.5	2.6	1.9
Gross Cash	5.8	5.6	0.2
Receivables Discounted	-1.3	-2.0	-0.6
Net Debt⁽¹⁾	11.3	12.5	-1.2

Financial Discipline

- Postponement of new stores
 - New Guidance: 5 new stores in 2026
- Maintenance of estimated Capex of R\$ 700 M
- Potential portfolio reviews and asset monetizations via SLB

⁽¹⁾ Between 4Q21 and 4Q24, the Net Debt + Discounted Receivables indicator included the balance payable from the acquisition of hypermarkets. The payment for the acquisition of a hypermarket was finalized in the 1Q24

⁽²⁾ Contractual Ratios: [Gross Debt (-) Cash (-) Accounts Receivable at a Discount of 1.5%] / [Gross Profit (+) Logistics Depreciation (-) SG&A]

⁽¹⁾ Net Debt + Discounted Receivables (R\$1.3 billion on 12/31/2025 and R\$2.0 billion on 12/31/2024).

Assaí continues to evolve the model to capture market trends

Strengthening the value proposition to better serve customers

Assortment Adaptation



Assaí is the largest seller of proteins in South America⁽¹⁾

Butcher shop + cold cuts emporium = 5% of Assaí's total sales

Growth Avenues



Assaí Digital



IN & OUT



Private Label



Financial
Services



Health &
Wellness

Assaí Digital: new partnership with Mercado Livre and expansion of last-mile

Greater convenience for Assaí customers



Assaí Digital

New Partnership: Mercado Livre

- Assaí's debut in the marketplace through the fulfillment model
- Non-perishable categories of high recurrence
- Expected start of sales: 2Q26



Last Mile Partnerships

- Expanding the partnership with iFood
 - From 56 to 100 stores in 1Q26
- + 3% additional sales in active stores



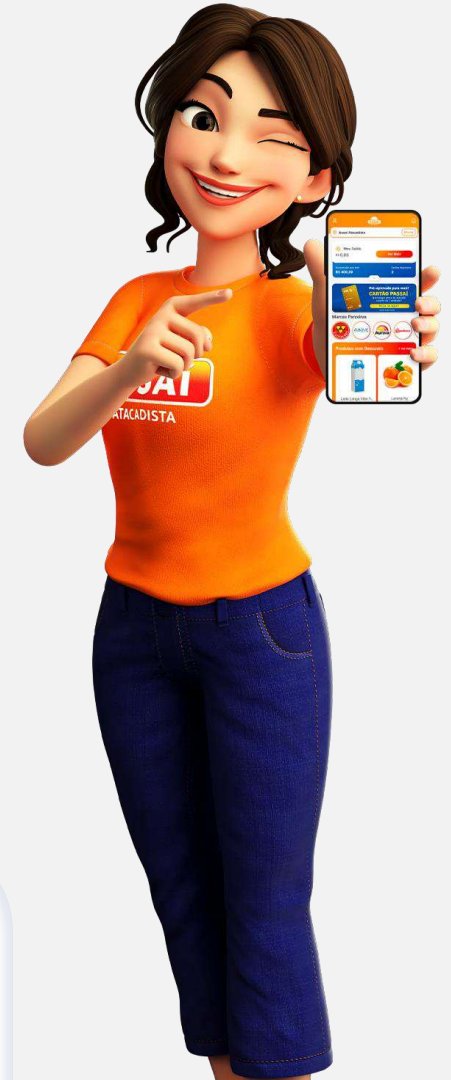
App Meu Assaí

16 million registrations

61% higher frequency

Average spend 40% higher

52% identified sales



In & Out: Launch of around 30 categories in 2026

Leverage the flow of 40 million monthly customers to increase *share of wallet*



IN & OUT



Opportunity
Items



Limited Time
Offers



Unbeatable prices



Private Label strengthens positioning with customers and industry

Developing more cost-effective products



Private Label



**Margin
Improvement**



**Products offering
similar quality to
leading brands with
lower prices**



**Launch in
1Q26 in
São Paulo**



**~200 SKUs in
high-penetration
products by the
end of 2026**



**Focus on the
Chef and
Assaí brands**



Health & Wellness (“Mundo Saúde”) benefits from Assaí's strategic position

Leverage the flow of 40 million monthly customers to increase share of wallet



Health & Wellness

Daily Energy & Supplements



- Greater focus and the creation of a dedicated in-store space for supplements (creatine, pre-workout, whey protein, high-protein dairy drinks, protein bars)



- First phase in 93 stores



- Beginning in 1Q26

New
category

Assaí Farma



- Pilot with 25 stores in 2H26



- Strategic in-store location



Financial Services – FIC transaction

Flexibility to expand financial services ecosystem

2004

Creation of FIC -
Joint venture
GPA and Itaú

2020

GPA vs Assaí
spin-off

2017

Launch of the
Passaí Card

2025

Spin-off of FIC
(exit GPA and
Casas Bahia)

2026

Approval of the
Spin-off by the
Central Bank

2028

Termination of
partnership
with FIC
(Exit of Assaí)

New Financial Solutions:

Private Label Card;
Insurance;
Assists; Consortium;
Digital Solutions;
POS machines

Assaí is free to
launch a new card
Co-branded

**Exclusivity in the offer
of services by FIC**
Passaí Card as the only
product



Expanding the financial services ecosystem

Greater adherence to the Company's public



Financial Services



After approval by the Central Bank, Assaí can immediately explore new products

New Financial Solutions



Private Label Card



Insurance



Assists



Consortium



Digital Solutions



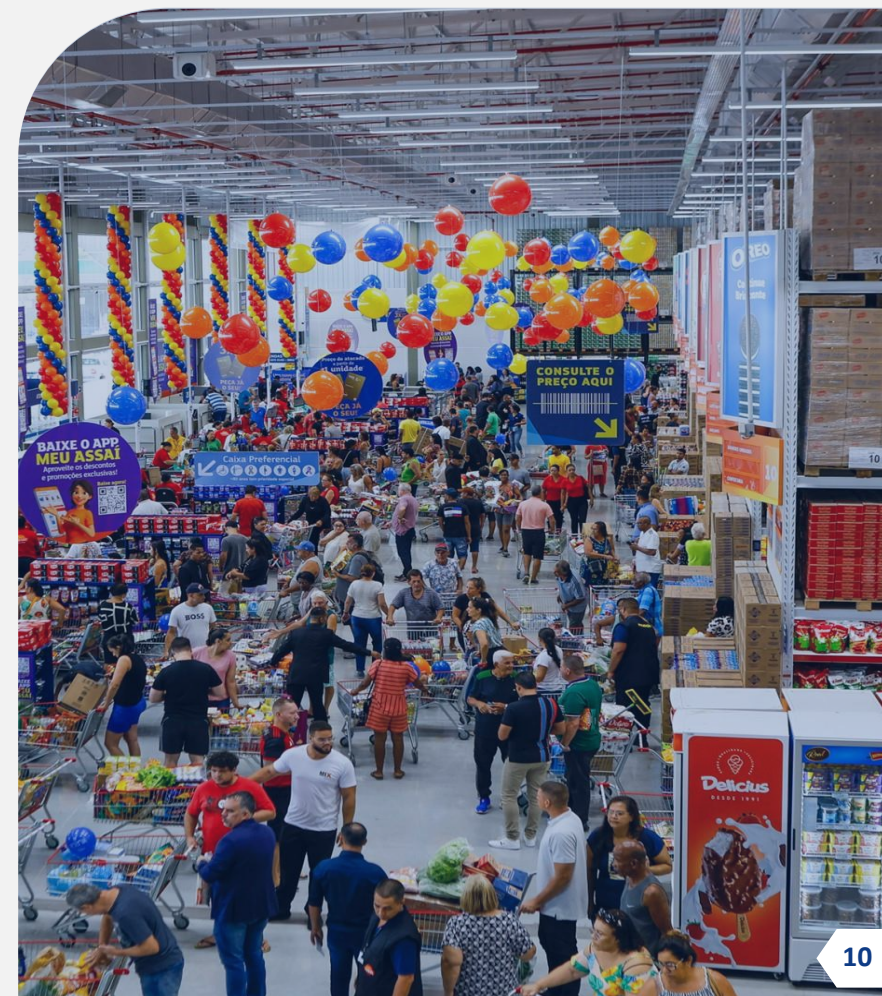
Business (B2B) Account

POS machines

Pilot in progress

Roll out during 2026

Assaí Pay



Initiatives aimed at operational efficiency and greater value creation

Use of technological tools with embedded AI and automated solutions



Remote Supervisor

- Remote call center
- Greater agility in service
 - 2'30" → 22"



Purchasing, Supply and Pricing Management

- Recommendation by product in store
- Regionalized strategy
- Support for trade negotiation



Receipt of Goods

- Regionalized invoice processing centers
- Pilot in 14 stores
- Reduction of invoice processing lead time



Marketing

- Optimization of Marketing Investments
- Use of AI in Creating Promotional Videos
 - 24 hours → 2 minutes



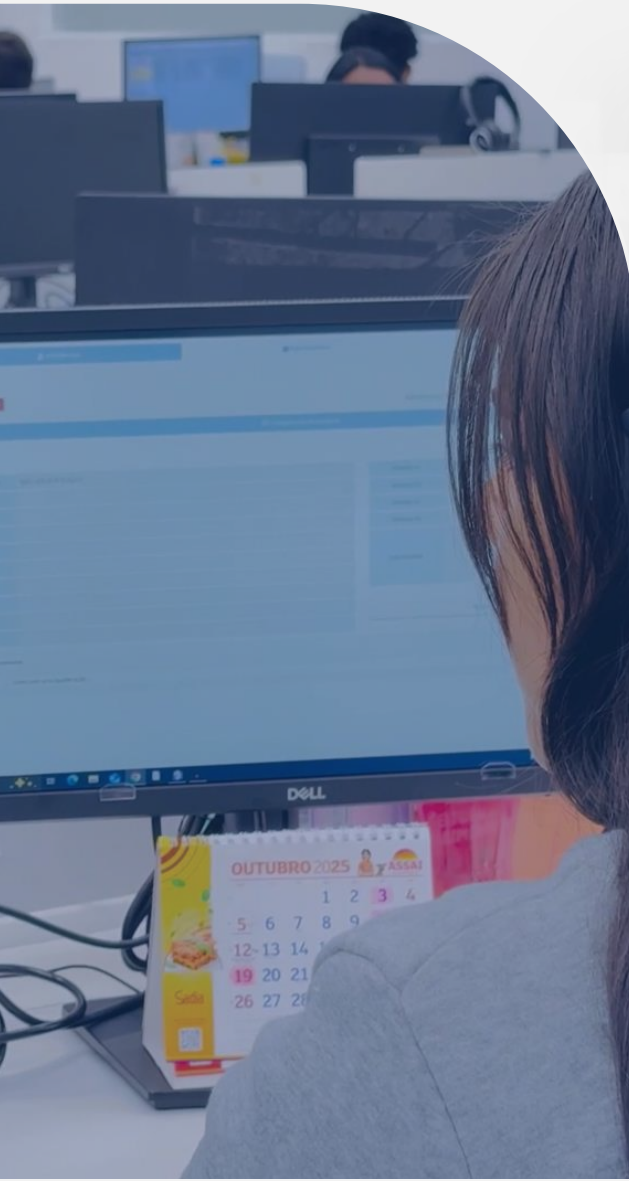
Security

- Use of electronic security perimeter
- Review of contracts and greater efficiency in service



Restructuring

- Corporate restructuring, simplifying structures



ESG Advances



Efficient Operations:

- 46% waste reuse (+2.8p.p.)
- 93 stores with solar energy self-production



Ethical and Transparent Management

- Evolution of the CDP⁽¹⁾ rating from B to A-
- B3: among the 30 most sustainable companies in the Brazil



Development of People and Communities:

- 45.0% of black people in leadership (managers and above)
- 25.9% of women in leadership (+0.2 p.p.)
- 1.5% of migrant and refugee employees (+0.4 p.p.)



Instituto Assaí

- Record 6 million meals donated
- 700 tons of food collected by customers

Awards and Recognitions

Consumidor Moderno

- For the 6th time elected as the company that most respects the consumer

Elite InfoMoney:

- Among the fastest-growing publicly traded companies
- The only food retailer in the ranking

Popai Brasil:

- 9 recognitions in *trade marketing* and retail initiatives

Prêmio Valoriza

- Listed among the 15 companies that generated the most wealth for society in 2025



Q&A

Para fazer perguntas, clique no ícone Q&A na parte inferior da tela.

*Escreva seu **NOME**, **EMPRESA** e **IDIOMA** da pergunta a ser feita.*

Ao ser anunciado, uma solicitação para ativar seu microfone aparecerá na tela e, então, você deve ativar o seu microfone para fazer perguntas.

Orientamos que as perguntas sejam feitas todas de uma única vez.

To ask questions, please click on the Q&A icon on the bottom of the screen

*Write your **NAME**, **COMPANY** and **LANGUAGE** of the question.*

If announced, a request to activate your microphone will show up on your screen, then, you should enable your audio to ask your question.

We kindly ask you to make all questions at once.



Chat



Q&A



Interpretation



THANK YOU

Investor Relations Team | ri.assai@assai.com.br / ri.assai.com.br