

DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS

4º TRIMESTRE DE 2025

12 DE FEVEREIRO DE 2026



2025

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



Caixa e Alavancagem



Vendas



Lucro Bruto e SG&A



Rentabilidade

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

Covenants Contratual: 3,0x
Ratio Covenants Contratual no 4T25⁽¹⁾: 1,19x



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

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

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

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



mercado
livre

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



ASSAÍ

ASSAÍ
chef

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



**Exclusividade na
oferta de serviços
pela FIC**

Cartão Passaí como
único produto

2025

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



2026

Aprovação Cisão
pelo BACEN



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

2028

Término da parceria
com a FIC
(saída Assaí)

Assaí fica livre
para lançar
novo cartão
co-branded

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



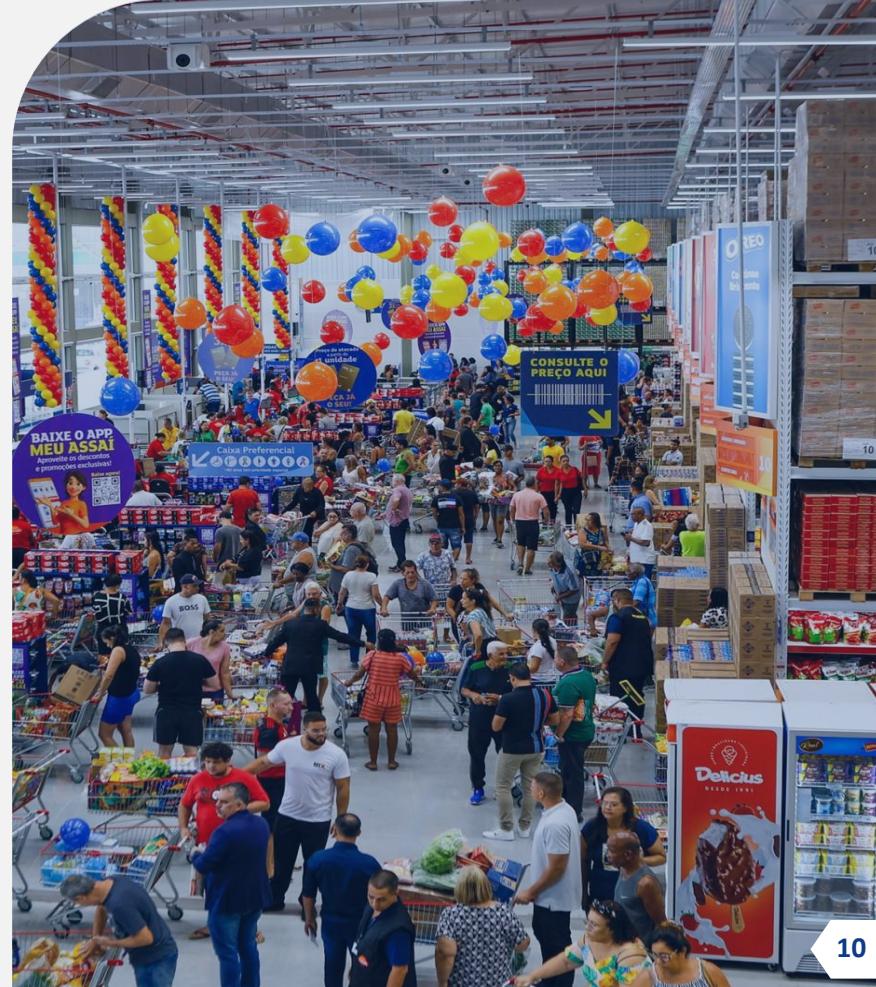
Conta PJ

Adquirência (maquininhas)

Piloto em andamento

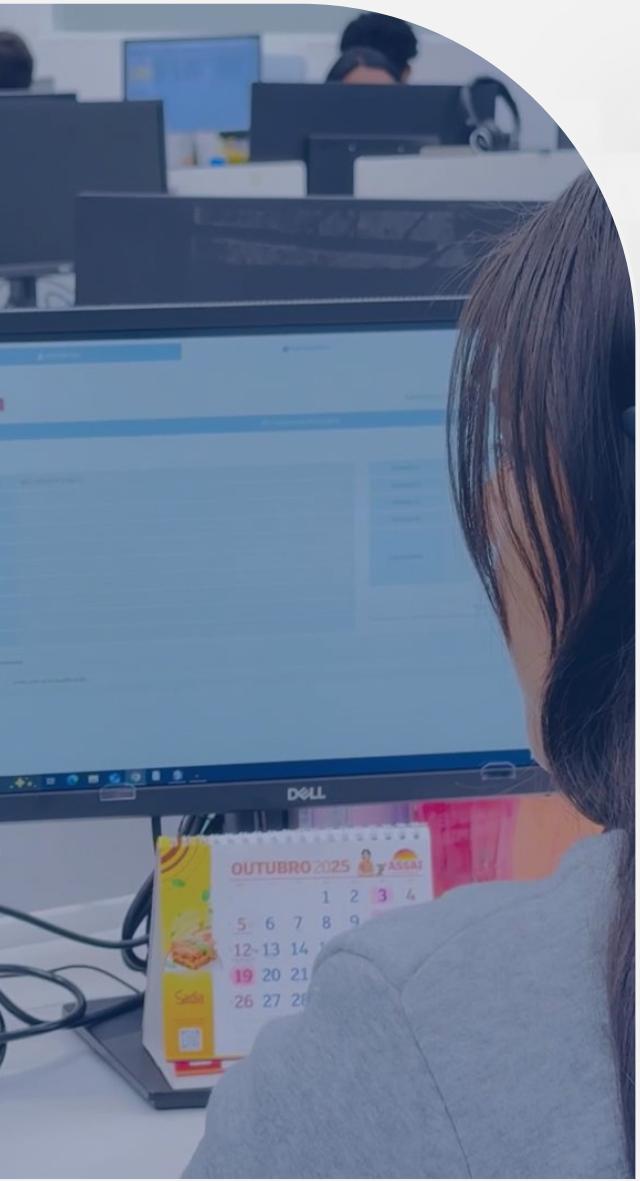
Roll out durante 2026

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 Assai

- 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



Q&A

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

*Escrava 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.





OBRIGADO

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

EARNINGS RESULTS

4TH QUARTER 2025

FEBRUARY 12TH, 2026



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



(R\$ Billion)

Cash Generation

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



Contractual Covenants: 3.0x
Contractual Covenants Ratio in 4Q25⁽¹⁾: 1.19x

(R\$ Billions)

Reduction of Net Debt

	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	-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 supermarket 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]

Assaí continues to evolve the model to capture market trends

Strengthening the value proposition to better serve customers



Assortment Adaptation



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

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

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: 2026



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



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 Assai brands



ASSAI

chef

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



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

2025

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



2026

Approval of the
Spin-off by the
Central Bank



**New Financial
Solutions:**
Private Label Card;
Insurance;
Assists; Consortium;
Digital Solutions;
POS machines

2028

Termination of
partnership
with FIC
(Exit of Assaí)

Assaí is free to
launch a new card
Co-branded

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



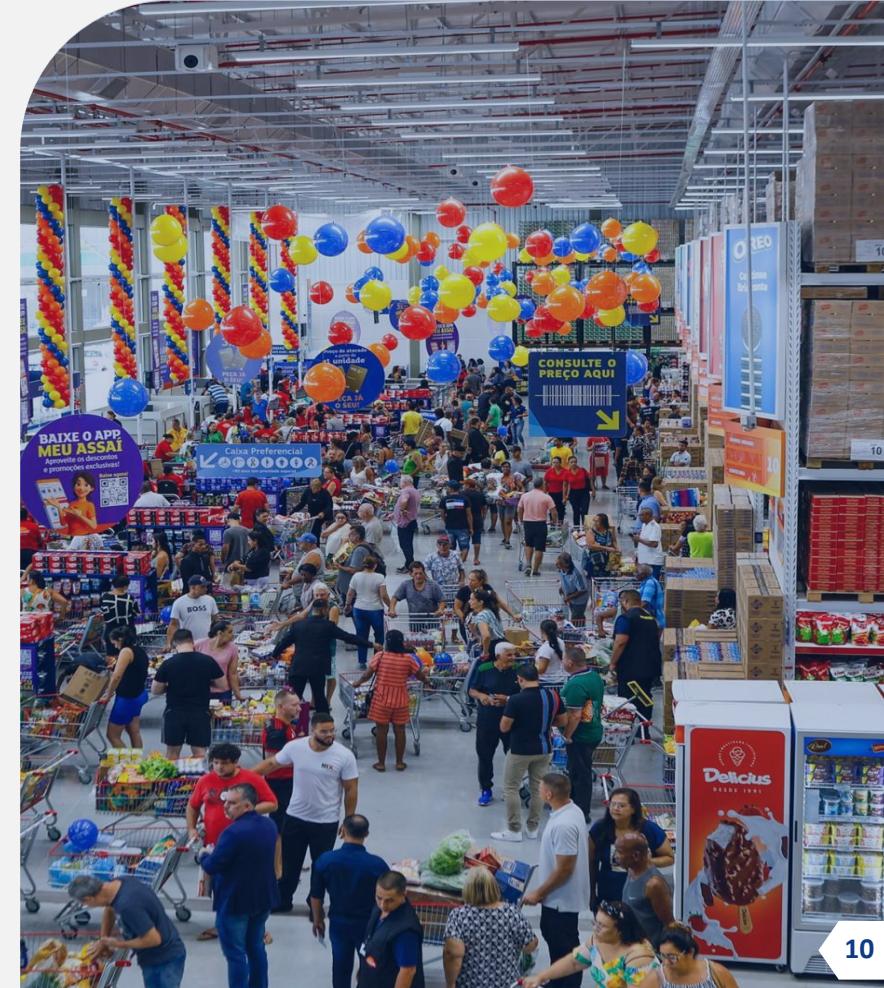
Business (B2B) Account

POS machines

Pilot in progress

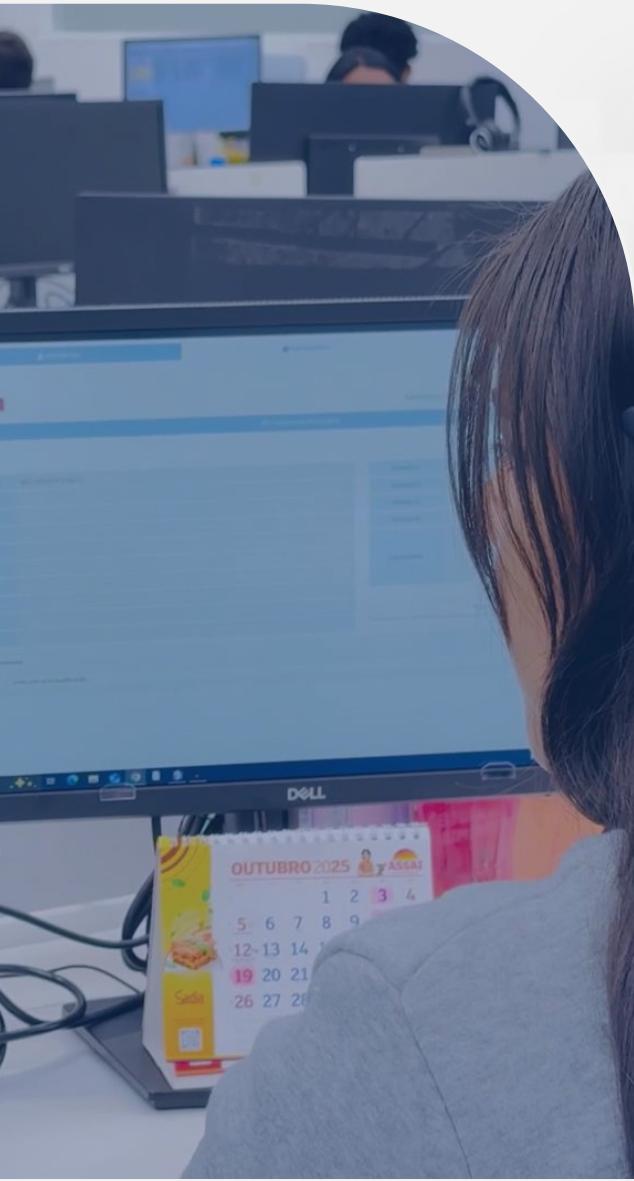
Roll out during 2026

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"



Receipt of Goods

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



Security

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



Purchasing, Supply and Pricing Management

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



Marketing

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



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.





THANK YOU

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