



Divulgação de Resultados

ASSAÍ | 1T26





Videoconferência de Resultados

Terça-feira, 28 de abril de 2026 | 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 B3 | IBRA B3 | IBRX100 B3 | ISE B3 | ICO2 B3 | ICON B3 | IGC B3 | IGCT B3 | ITAG B3

São Paulo, 27 de abril de 2026: O Assaí Atacadista anuncia os resultados do 1º trimestre de 2026. 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.

FATURAMENTO DE R\$ 20,6 BILHÕES (+1,7%) E GANHO DE MARKET SHARE DE +0,3 p.p. NA VISÃO "MESMAS LOJAS"

SÓLIDA GERAÇÃO DE CAIXA LIVRE: R\$ 2,2 BILHÕES NO ACUMULADO DE 12 MESES (+34% vs. 1T25)

ALAVANCAGEM FINANCEIRA ATINGE 2,52x — MENOR NÍVEL DESDE O 4T21, FRENTE A 3,15x NO 1T25 E 2,56x NO 4T25



VENDAS

Receita bruta R\$ 20,6 bi (+1,7%) vs. 1T25, em cenário de deflação de -12% em commodities essenciais

- Mesmas lojas -0,9%, impactada por deflação (arroz, feijão, açúcar, leite, óleo de soja, farinha)
- Abertura de 1 loja no 1T26 | 11 unidades nos últimos 12 meses (+3,7% de área de vendas)
- 1.678 self-checkouts em 304 lojas (vs. 398 em 73 no 1T25)
- Cartão Passaí: 1,3 milhão de cartões ativos (+11,9%) | 5,4% do faturamento



RENTABILIDADE

(Excluindo novos créditos PIS/COFINS)

EBITDA Ajustado R\$ 1,0 bi • Margem 5,5% (estável vs. 1T25)

- Margem bruta 16,7% (+0,3 p.p.) — maturação das 141 lojas abertas nos últimos 5 anos e evolução na gestão de preços
- Despesas SG&A R\$ 2,1 bi (+2,7%), abaixo da inflação; 775 unidades de serviços em loja (+21%)
- Equivalência patrimonial R\$ 16 mm (participação ~16,5% na FIC)



LUCRO

LL recorrente¹ avança +7% → R\$ 174 mm

- LL contábil Pré-IFRS16 R\$ 367 mm, inclui R\$ 281 mm de novos créditos de PIS/COFINS
- LL contábil Pós-IFRS16 R\$ 320 mm
- Resultado financeiro líquido R\$ 564 mm (-3,0% R.L.) — impacto de CDI médio de 3,37% no período



GERAÇÃO DE CAIXA E ALAVANCAGEM

Caixa livre² R\$ 2,2 bi nos últimos 12 meses (+34%)

- Dívida líquida reduz R\$ 1,2 bi em 12 meses — menor investimento e crescimento do EBITDA acumulado
- Alavancagem³ 2,52x (vs. 3,15x no 1T25 e 2,56x no 4T25) — menor patamar desde o 4T21
- Redução de R\$ 1,2 bi de recebíveis descontados (R\$ 666 mm vs. R\$ 1,9 bi no 1T25)
- Disponibilidade total de caixa: R\$ 7,5 bi (+25,1% vs. 1T25)

313

lojas em operação
+11 em 12 meses

5,5%

Margem EBITDA Ajustado
estável vs. 1T25

2,52x

Dívida Líq. / EBITDA
vs. 3,15x no 1T25

90K+

colaboradores
24 estados + DF

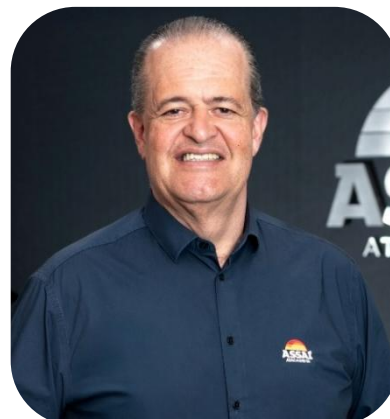
⁽¹⁾Lucro líquido incluindo créditos recorrentes de PIS/COFINS com alíquota efetiva de 29%. ⁽²⁾EBITDA Ajustado Pré-IFRS16 acumulado dos últimos 12 meses, excluindo equivalência patrimonial. ⁽³⁾Dívida Líquida + Recebíveis Descontados / EBITDA Ajustado Pré-IFRS16

Mensagem da Administração

“O primeiro trimestre foi marcado por um conjunto de fatores adversos que, somados, representaram um desafio incomum para quem atende principalmente as famílias de menor renda.

Vivemos uma deflação simultânea em *commodities* essenciais da nossa cesta: arroz, feijão, açúcar, óleo de soja, farinha de trigo e leite UHT apresentaram queda média de 12% no trimestre. Para quem acompanha o setor há décadas, é inédito ver deflação simultânea dessa magnitude nesse grupo de produtos.

Ao mesmo tempo, o endividamento das famílias atingiu recordes históricos. Mais de 80% delas declaram algum tipo de dívida, com parcela relevante em atraso, seguindo pesquisa divulgada em abril pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC).



Isso se traduz diretamente em menor capacidade de consumo nas classes C, D e E (exatamente o público em maior volume nas nossas lojas). O topo da pirâmide de renda segue consumindo, mas a base está pressionada. O chamado "efeito K" (onde formatos voltados à alta renda crescem enquanto os voltados à baixa renda recuam) foi visível no período.

Há ainda um fenômeno novo e estrutural: o crescimento do uso de medicamentos para controle de peso está mudando hábitos alimentares de forma acelerada, com impacto sobre a demanda de carboidratos, categoria relevante na cesta de compras. Soma-se a ele o efeito do mercado de apostas, que se mantém como um dos principais responsáveis pelo endividamento familiar.

Diante de tudo isso, manter a margem EBITDA estável é consequência de disciplina. Significa gestão eficiente de preços, maturação das lojas abertas nos últimos anos, expansão dos serviços em loja, controle rigoroso de despesas abaixo da inflação e ganho de *market share*.

Por isso, quero agradecer aos mais de 90 mil colaboradores, que provam diariamente que nosso modelo de negócio é sólido, independentemente das condições externas.

No trimestre, avançamos nas novas avenidas estratégicas: o Assaí Digital seguiu crescendo, com as vendas no *last mile* mais que dobrando; lançamos os primeiros produtos de marca própria; anunciamos a entrada no segmento de farmácias; e inauguramos a primeira loja do ano, em São José dos Campos (SP). Tudo com disciplina de capital e foco na redução da alavancagem, que atingiu o menor nível desde o 4T21.

Por fim, quero reforçar que deflação de *commodities* não é permanente. *Commodities* oscilam. E, quando o ciclo se inverte, o modelo que construímos estará ainda mais preparado para capturar o crescimento.

Seguimos com prioridades claras: eficiência operacional, geração de caixa e criação de valor sustentável. Além do compromisso permanente com a evolução do Assaí para melhor atender aos nossos clientes.”

Belmiro Gomes
CEO

Divulgação de Resultados - Assaí 1T26



Desempenho Financeiro



RESULTADO OPERACIONAL (Excluindo novos créditos de PIS/COFINS)

Pré-IFRS16 (R\$ milhões)	1T26	1T25	Δ
Receita Bruta	20.637	20.291	1,7%
Receita Líquida	18.638	18.552	0,5%
Lucro Bruto ⁽¹⁾	3.117	3.058	1,9%
Margem Bruta ⁽¹⁾	16,7%	16,5%	0,3 p.p.
Desp. com Vendas, Gerais e Adm.	(2.122)	(2.067)	2,7%
% da Receita Líquida	-11,4%	-11,1%	-0,3 p.p.
EBITDA Ajustado ⁽²⁾	1.025	1.022	0,3%
Margem EBITDA Ajustado ⁽²⁾	5,5%	5,5%	0,0 p.p.
Resultado Financeiro Líquido	(564)	(512)	10,2%
% da Receita Líquida	-3,0%	-2,8%	-0,3 p.p.
Lucro Operacional Antes I.R.	123	222	-44,4%
% da Receita Líquida	0,7%	1,2%	-0,5 p.p.
Lucro Líquido do Período	86	162	-46,7%
Margem Líquida	0,5%	0,9%	-0,4 p.p.

Reconciliação do Resultado (incluindo novos créditos de PIS/COFINS)

EBITDA Ajustado ⁽²⁾	1.025
<i>Novos créditos tributários de PIS/COFINS</i>	397
<i>Outras Despesas Operacionais, Líquidas</i>	(43)
EBITDA (incluindo créditos tributários)	1.379
Margem EBITDA (incluindo créditos tributários)	7,4%
Lucro Líquido do Período	86
<i>Novos créditos tributários de PIS/COFINS</i>	281
Lucro Líquido do Período (incluindo créditos tributários)	367
Margem Líquida (incluindo créditos tributários)	2,0%

⁽¹⁾ Inclui depreciação logística (destacada na DRE disposta no Anexo II);

⁽²⁾ Lucro operacional antes de juros, impostos, depreciação e amortização (EBITDA), ajustado pelo resultado de outras despesas e receitas operacionais e exclusão de novos créditos tributários de PIS/COFINS.

O resultado do trimestre foi impactado positivamente pela monetização de novos créditos de PIS/COFINS relacionados a itens sujeitos ao regime plurifásico, conforme previsto no art. 14 da Lei nº 13.097/2015 e divulgado na Nota 8.2 das Informações Contábeis Intermediárias do 1T26 da Companhia, com efeito de aproximadamente R\$ 273 milhões no resultado operacional.

Adicionalmente, o resultado operacional contempla efeitos positivos de R\$ 124 milhões decorrentes da apuração de créditos tributários relacionados a operações recorrentes, incluindo os itens sujeitos ao regime plurifásico mencionados acima. Esse crédito será compensado com obrigações correntes de PIS/COFINS.

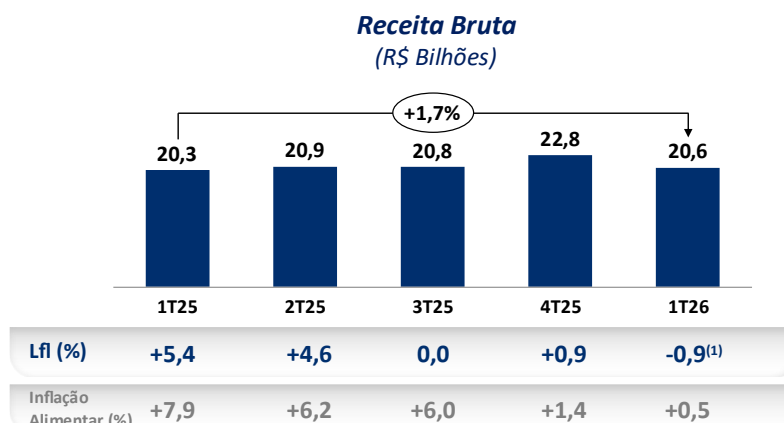
O efeito dos referidos créditos tributários está refletido na redução do custo das mercadorias vendidas (CMV) e consequente melhoria do lucro bruto.

As outras despesas operacionais totalizaram R\$ 43 milhões no trimestre e referem-se principalmente à reestruturação organizacional realizada no 1T26 com foco na redução de custos e despesas.

No lucro líquido, o impacto positivo foi de aproximadamente R\$ 193 milhões relacionado a novos créditos de PIS/COFINS. Adicionalmente, o lucro também conta com efeitos positivos de R\$ 87 milhões relacionados aos créditos recorrentes.

Para fins de comparabilidade, recomenda-se a análise dos resultados ajustados por esses efeitos, conforme detalhado nas seções seguintes deste relatório.

FATURAMENTO RESILIENTE E GANHOS DE MARKET SHARE EM CENÁRIO DE CONSUMO DESAFIADOR



A receita bruta atingiu R\$ 20,6 bilhões no 1T26, crescimento de +1,7% em relação ao 1T25. O trimestre foi marcado por um cenário de deflação na alimentação básica, impactando o crescimento das vendas, além do patamar recorde de endividamento das famílias, agravado pela alta taxa de juros, que segue pressionando o poder de compra das famílias, especialmente de menor renda. Nesse contexto, observou-se maior assimetria no comportamento de consumo, com retração mais acentuada entre consumidores de menor renda e maior resiliência nas classes de maior renda.

A inflação interna do canal de *Cash & Carry* é naturalmente mais exposta a *commodities* e seus derivados, que apresentaram trajetória deflacionária no período, com destaque para categorias relevantes como arroz, feijão, açúcar, leite e óleo de soja, que conforme o IBGE, apresentaram redução de 12%.

Adicionalmente, ao longo do trimestre, os impactos do conflito no Oriente Médio resultaram em aumentos da cotação do petróleo e seus derivados, como embalagens plásticas, produtos de limpeza, além do aumento no custo do frete.

No trimestre, observou-se:

- Ganhos de *market share*² na visão 'mesmas-lojas' (+0,3 p.p.), refletindo desempenho superior aos concorrentes;
- Contribuição das 11 lojas inauguradas nos últimos 12 meses, responsáveis por um incremento adicional de 2,8%;
- Desempenho de vendas 'mesmas-lojas' de -0,9%, refletindo principalmente o cenário de deflação de -12% em *commodities* e o consumo ainda pressionado, ainda que com melhora ao longo do trimestre.

As iniciativas em produtividade avançaram e, ao final do 1T26, mais de 1.678 self-checkouts estavam em operação em 304 lojas (vs. 398 self-checkouts em 73 lojas no 1T25), ampliando a eficiência operacional e melhorando a jornada de compra dos clientes Assaí.

(1) Excluindo -0,2% de efeito calendário

(2) Nielsen IQ

RENTABILIDADE SUSTENTADA POR AVANÇOS OPERACIONAIS E DISCIPLINA NA EXECUÇÃO



No 1T26, o lucro bruto acumulou R\$ 3,1 bilhões, resultando em margem de 16,7% (+0,3 p.p. vs. 1T25). Esse resultado é decorrente, principalmente:

- i. da consistente execução da estratégia comercial com avanços na gestão de preços, contribuindo para a evolução da margem mesmo em um ambiente de consumo desafiador; e
- ii. do processo de maturação das 141 lojas abertas ao longo dos últimos 5 anos, bem como das 775 unidades de serviços já implantadas (+21% vs. 1T25), que seguem evoluindo e contribuindo positivamente para a rentabilidade, à medida que atingem níveis mais elevados de eficiência operacional e captura de valor.

As despesas com vendas, gerais e administrativas, por sua vez, totalizaram R\$ 2,1 bilhões no 1T26, crescimento de 2,7% em comparação ao 1T25 – e abaixo do patamar de inflação no período – e equivalentes a 11,4% da receita líquida (vs. 11,1% no 1T25). A elevação reflete, principalmente, a continuidade dos investimentos em iniciativas estratégicas e novas avenidas de crescimento (Farmácias, Marcas Próprias, Serviços Financeiros, *In & Out*), além do impacto da inflação do período. A Companhia segue avançando em iniciativas de eficiência e racionalização de custos, com foco na disciplina de despesas ao longo do ano.

A equivalência patrimonial (participação ~16,5% no capital da FIC) foi de R\$ 16 milhões no 1T26. As vendas realizadas por meio do Cartão Passaí representaram 5,4% do faturamento no período, enquanto o número de cartões ativos alcançou 1,3 milhões (+11,9% vs. 1T25).

O EBITDA Ajustado totalizou R\$ 1,0 bilhão, com margem de 5,5%, estável em relação ao 1T25, refletindo a evolução da margem bruta, que compensou parcialmente a pressão decorrente da menor diluição das despesas no período.

RESULTADO FINANCEIRO IMPACTADO POR JUROS ELEVADOS

Pré-IFRS16 (R\$ milhões)	1T26	1T25	Δ
Rentabilidade de caixa e equivalentes	48	51	-5,9%
Encargos sobre a dívida	(600)	(541)	10,9%
Custo de antecipação de recebíveis	(27)	(39)	-30,8%
Outras receitas e atualizações monetárias	15	17	-11,8%
Resultado Financeiro Líquido	(564)	(512)	10,2%
% Receita Líquida	-3,0%	-2,8%	-0,2 p.p.

O resultado financeiro líquido atingiu R\$ 564 milhões no 1T26, equivalente a 3,0% da receita líquida (vs. 2,8% no 1T25), explicado principalmente pelo:

- aumento na linha Encargos sobre a Dívida, decorrente da elevação do CDI no período (3,37% no 1T26 vs. 2,96% no 1T25), mesmo diante de uma menor dívida líquida no período. Adicionalmente, essa linha inclui os efeitos da marcação a mercado, com impacto não-caixa positivo de R\$ 1M no 1T26 (vs. +R\$ 7M no 1T25);
- menor custo de antecipação de recebíveis, explicado pela mudança na política de caixa médio aplicado;
- da menor rentabilidade de caixa e equivalentes em comparação ao 1T25, reflexo da redução no caixa médio aplicado no período (R\$ 1,5 bilhão no 1T26 vs. R\$ 1,8 bilhão no 1T25); e
- do menor patamar da linha Outras Receitas/Despesas e Atualizações Monetárias, explicado principalmente pela redução de créditos tributários reconhecidos no período (R\$ 5M no 1T26 vs. R\$ 7M no 1T25).

Vale ressaltar que a linha “Custo de Antecipação de Recebíveis” reflete o total de encargos das operações realizadas ao longo do 1T26. O volume de recebíveis descontados demonstrado na tabela da Dívida Líquida, na página 13 (R\$ 666 milhões), refere-se exclusivamente ao valor que venceria no trimestre subsequente. Além desse valor, também foram antecipados vencimentos que aconteceriam dentro do 1T26. 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).

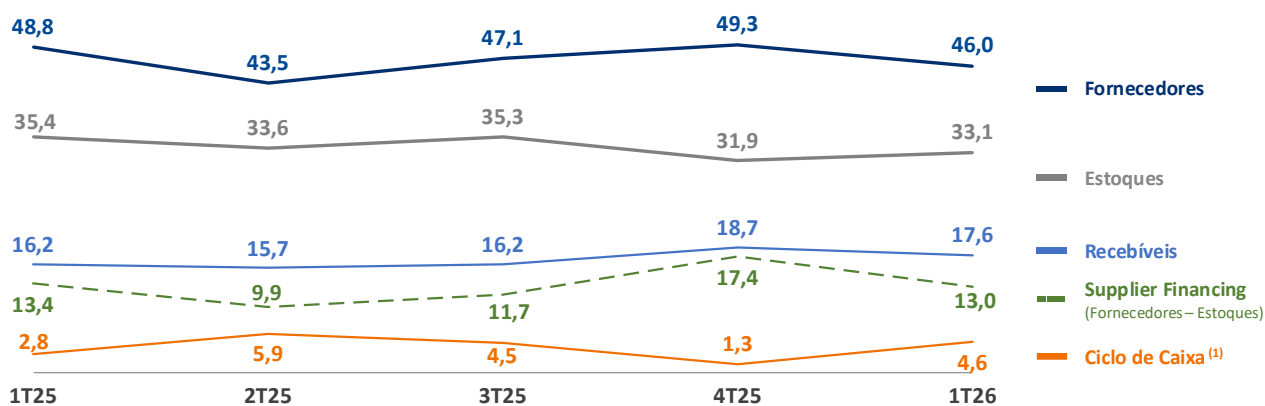
LUCRO LÍQUIDO IMPACTADO POSITIVAMENTE POR NOVOS CRÉDITOS DE PIS/COFINS E NEGATIVAMENTE PELA ELEVADA TAXA DE JUROS NO PERÍODO

O lucro líquido Pré-IFRS16 totalizou R\$ 367 milhões no 1T26, refletindo a estabilidade do resultado operacional no período, ainda em um contexto de consumo pressionado e elevado patamar de taxa de juros.

O resultado do trimestre foi impactado positivamente pelo reconhecimento de créditos tributários relacionados, majoritariamente, a PIS/COFINS. Para fins de comparabilidade, desconsiderando os efeitos dos créditos tributários extemporâneos, o lucro líquido Pré-IFRS16 recorrente totalizaria R\$ 174 milhões (+7,3% vs. 1T25).

GESTÃO DISCIPLINADA DO CAPITAL DE GIRO EM CENÁRIO DE MAIOR VOLATILIDADE

Em dias de Vendas Brutas (VB)



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

Milhões	1T25	2T25	3T25	4T25	1T26
Fornecedores	11.127	10.081	10.985	11.595	10.879
Em dias de VB	48,8 d	43,5 d	47,1 d	49,3 d	46,0 d
Estoques	(8.074)	(7.795)	(8.246)	(7.504)	(7.818)
Em dias de VB	-35,4 d	-33,6 d	-35,3 d	-31,9 d	-33,1 d
Supplier Financing	3.053	2.286	2.739	4.091	3.061
Em dias de VB	13,4 d	9,9 d	11,7 d	17,4 d	13,0 d
Recebíveis	(3.694)	(3.644)	(3.784)	(4.405)	(4.157)
Em dias de VB	-16,2 d	-15,7 d	-16,2 d	-18,7 d	-17,6 d
Capital de Giro	(641)	(1.358)	(1.045)	(314)	(1.096)
Em dias de VB	-2,8 d	-5,9 d	-4,5 d	-1,3 d	-4,6 d
Vendas Brutas (12 meses)	82.035	83.445	83.992	84.736	85.082

Os efeitos da retirada de produtos do regime de Substituição Tributárias em São Paulo, que ocorrerá em diversas fases, e os efeitos dos créditos tributários destacados na página 6, possuem impacto direto no CMV (Custo das Mercadorias Vendidas).

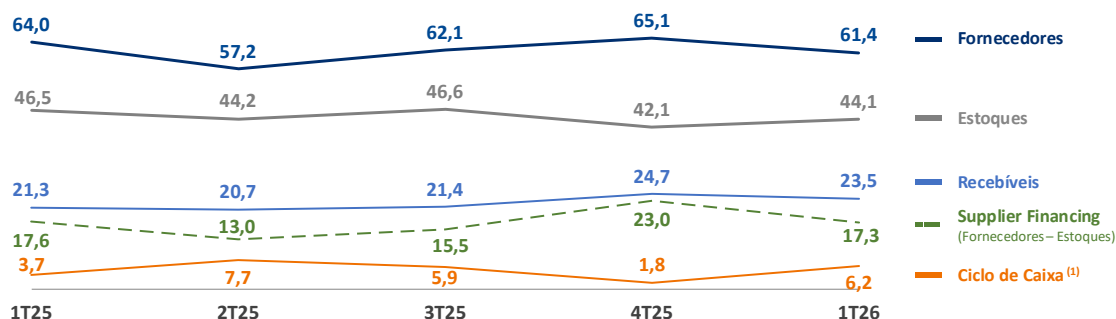
Diante da potencial distorção ocasionada por esses impactos, a métrica mais adequada para cálculo e análise do Capital de Giro será em Dias de Vendas Brutas. Para fins de comparabilidade, a visão calculada em Dias de CMV está disponível na página a seguir.

Considerando essa nova forma de análise, o ciclo de caixa encerrou o 1T26 em 4,6 dias, refletindo a dinâmica operacional do período, com ajustes na gestão de estoques e abastecimento ao longo do trimestre para fazer frente a volatilidade do cenário inflacionário, mantendo a disciplina financeira.

O prazo médio com fornecedores totalizou 46,0 dias, refletindo, principalmente, a recomposição de estoques ao longo de março, após um início de trimestre marcado por uma postura mais conservadora de compras. Os estoques encerraram o período em 33,1 dias, ainda que impactados no final do período pela recomposição de abastecimento, em linha com a mudança do cenário de deflação para inflação no mês de março. Os recebíveis, por sua vez, encerraram o período em 17,6 dias, refletindo a dinâmica comercial do trimestre, com efeitos de sazonalidade e variações no mix de meios de pagamentos.

GESTÃO DISCIPLINADA DO CAPITAL DE GIRO EM CENÁRIO DE MAIOR VOLATILIDADE

Em dias de Custo das Mercadorias Vendidas (CMV)



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

Milhões	1T25	2T25	3T25	4T25	1T26
Fornecedores	11.127	10.081	10.985	11.595	10.879
Em dias de CMV	64,0 d	57,2 d	62,1 d	65,1 d	61,4 d
Estoques	(8.074)	(7.795)	(8.246)	(7.504)	(7.818)
Em dias de CMV	-46,5 d	-44,2 d	-46,6 d	-42,1 d	-44,1 d
Supplier Financing	3.053	2.286	2.739	4.091	3.061
Em dias de CMV	17,6 d	13,0 d	15,5 d	23,0 d	17,3 d
Recebíveis	(3.694)	(3.644)	(3.784)	(4.405)	(4.157)
Em dias de CMV	-21,3 d	-20,7 d	-21,4 d	-24,7 d	-23,5 d
Capital de Giro	(641)	(1.358)	(1.045)	(314)	(1.096)
Em dias de CMV	-3,7 d	-7,7 d	-5,9 d	-1,8 d	-6,2 d
CMV	62.563	63.458	63.713	64.154	63.783

O ciclo de caixa encerrou o 1T26 em 6,2 dias, refletindo a dinâmica operacional do período, com ajustes na gestão de estoques e abastecimento ao longo do trimestre para fazer frente a volatilidade do cenário inflacionário, mantendo a disciplina financeira.

O prazo médio com fornecedores totalizou 61,4 dias, refletindo, principalmente, a recomposição de estoques ao longo de março, após um início de trimestre marcado por uma postura mais conservadora de compras. Os estoques encerraram o período em 44,1 dias, ainda que impactados no final do período pela recomposição de abastecimento, em linha com a mudança do cenário de deflação para inflação no mês de março. Os recebíveis, por sua vez, encerraram o período em 23,5 dias, refletindo a dinâmica comercial do trimestre, com efeitos de sazonalidade e variações no mix de meios de pagamentos.

GERAÇÃO DE CAIXA LIVRE DE R\$ 2,2 BILHÕES NOS ÚLTIMOS 12 MESES



(R\$ milhões - Acumulado 12 Meses)	1T26	1T25	Δ
EBITDA ⁽¹⁾	4.834	4.238	596
Variação do Capital de Giro	(1.911)	(1.123)	(788)
<i>Capital de Giro Operacional ("Goods")</i>	(453)	97	(550)
<i>Capital de Giro - Outras Contas ("Non-Goods")</i>	(248)	(463)	215
<i>Variação Desconto de Recebíveis</i>	(1.210)	(758)	(452)
Geração de Caixa Operacional	2.922	3.115	(193)
Capex	(939)	(1.495)	556
<i>Sales & Leaseback (SLB) ⁽²⁾</i>	191	-	191
Aquisição Hipermercados	-	7	(7)
Geração de Caixa Livre	2.174	1.627	547
Dividendos Líquidos	29	(62)	91
Pagamento de Juros	(2.238)	(1.874)	(364)
Geração de Caixa Final	(35)	(309)	274
<i>Normalização do Desconto de Recebíveis</i>	1.210	758	452
Geração de Caixa Final + Normalização do Desconto de Recebíveis	1.175	449	726

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

⁽²⁾ Venda de ativos sob transação de *sale and leaseback* de duas lojas e um terreno

A geração de caixa operacional somou R\$ 2,9 bilhões no 1T26. O desempenho do período reflete, principalmente:

- i. o crescimento do EBITDA ao longo dos últimos 12 meses, bem como o reconhecimento de créditos tributários extemporâneos e recorrentes;
- ii. a variação do capital de giro no período, com ajustes na gestão de estoques e abastecimento ao longo do trimestre, em resposta à volatilidade do cenário inflacionário, e aumento dos recebíveis, em função da dinâmica de vendas ao longo do trimestre;
 - a. normalização do volume de recebíveis descontados no período: esta normalização do desconto de recebíveis tem o objetivo de tornar comparável a geração de caixa entre os períodos. No 1T26, observamos uma redução relevante de aproximadamente R\$ 1,2 bilhão no volume de recebíveis descontados em relação ao mesmo período do ano anterior, o que impacta negativamente a variação do capital de giro e, conseqüentemente, a geração de caixa. Ao ajustar pontualmente esse efeito, mantendo o nível de desconto de recebíveis em linha com o observado no 1T25, a Companhia apresentaria uma robusta geração de caixa, reforçando a consistência operacional.

A geração de caixa livre atingiu R\$ 2,2 bilhões nos últimos 12 meses (+34%), patamar R\$ 547 milhões superior ao 1T25. Esse incremento é explicado, principalmente, pelo menor nível de investimentos, em linha com a estratégia de redução da alavancagem, evidenciando o compromisso da Companhia com a geração consistente de caixa. Adicionalmente, no período, foi realizada operação de SLB de duas lojas e um terreno, no valor total de R\$ 191 milhões.

Como resultado, a geração de caixa final, após o pagamento de juros, apresentou evolução de R\$ 274 milhões no período. Considerando a normalização do volume de recebíveis descontados no período, a geração de caixa final, após o pagamento de juros, teria sido de R\$ 1,2 bilhão, com evolução de R\$ 726 milhões no período.

REDUÇÃO DA ALAVANCAGEM COM AVANÇOS OPERACIONAIS E IMPACTO POSITIVO DE NOVOS CRÉDITOS DE PIS/COFINS

(R\$ milhões)	1T26	1T25	Δ
Dívida Circulante	(1.750)	(1.244)	(506)
Dívida Não Circulante	(14.138)	(14.645)	507
Total da Dívida Bruta ⁽¹⁾	(15.888)	(15.889)	1
Caixa e Equivalentes de caixa	4.366	4.402	(36)
Dívida Líquida	(11.522)	(11.487)	(35)
Saldo de Recebíveis Descontados ⁽²⁾	(666)	(1.875)	1.210
Dívida Líquida + Recebíveis descontados	(12.188)	(13.362)	1.175
EBITDA ⁽³⁾	4.834	4.238	596
Dívida Líquida + Recebíveis descontados ⁽²⁾ / EBITDA ⁽³⁾	-2,52x	-3,15x	-0,63x

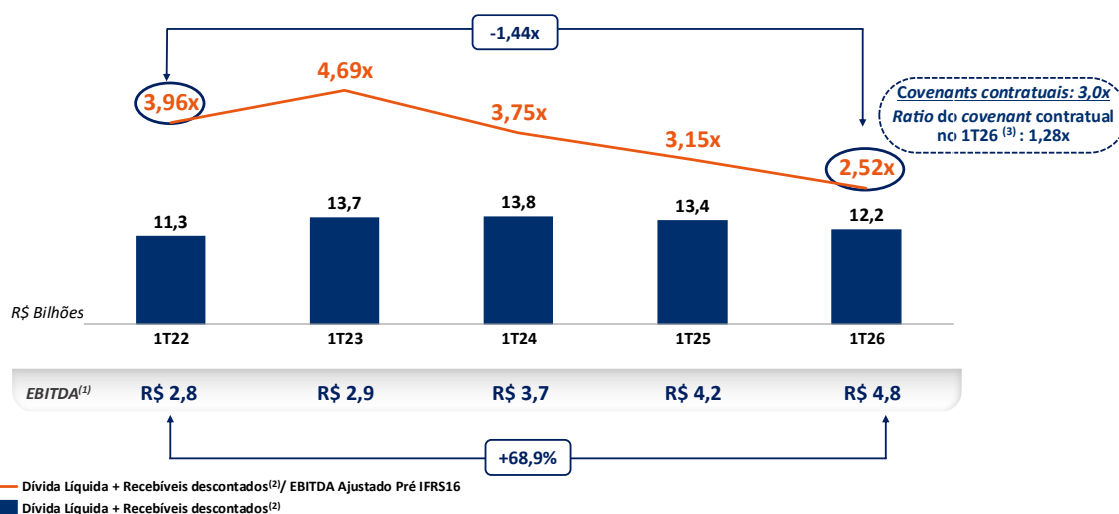
(1) Dívida bruta reduzida pelo valor de instrumentos financeiros derivativos

(2) Representa o saldo de recebíveis descontado com vencimento no trimestre subsequente (excluindo custo de antecipação recebíveis)

(3) EBITDA Ajustado Pré-IFRS16 acumulado dos últimos 12 meses (excluindo equivalência patrimonial)

O índice de alavancagem, medido pela relação Dívida Líquida + Recebíveis Descontados / EBITDA Ajustado Pré-IFRS16, atingiu 2,52x no trimestre, uma redução de 0,63x em relação ao 1T25, refletindo principalmente avanços operacionais e evolução no modelo de negócio, com crescimento de R\$ 596 milhões no EBITDA acumulado ao longo dos últimos 12 meses, impulsionado positivamente por efeitos relacionados a créditos tributários de PIS/COFINS.

Ao final do período, o saldo de recebíveis descontados com vencimento no trimestre subsequente foi de R\$ 666 milhões, com prazo médio de 6 dias. A Companhia reduziu a necessidade de desconto de recebíveis em R\$ 1,2 bilhões em relação ao período anterior.



⁽¹⁾ EBITDA Pré-IFRS16 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]

DISPONIBILIDADE DE CAIXA TOTAL DE R\$ 7,5 BILHÕES

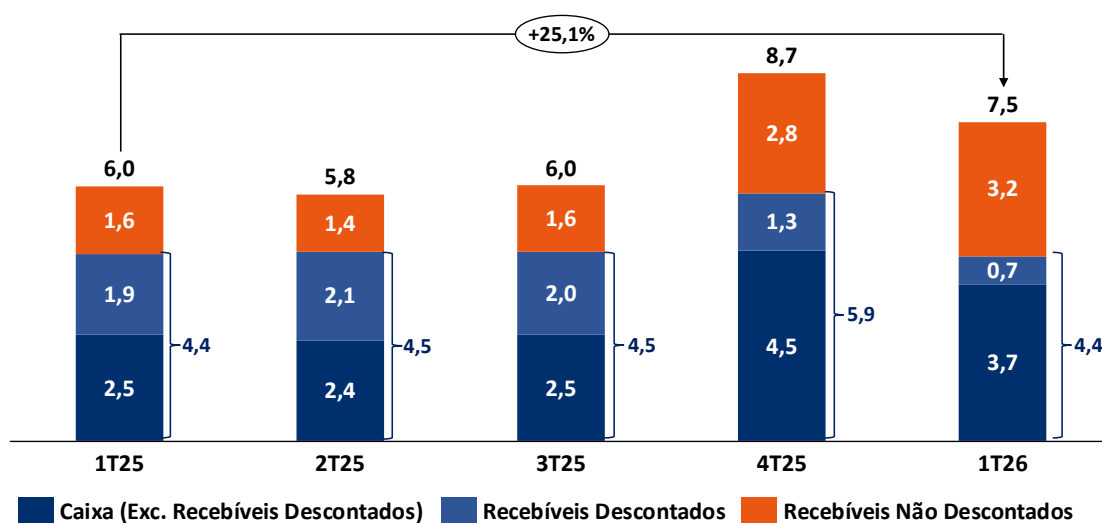


A Companhia encerrou o 1T26 com uma disponibilidade total de caixa de R\$ 7,5 bilhões, considerando os recebíveis não descontados com liquidez passível em D+1.

As disponibilidades, que incluem o saldo de caixa ao final do período e os recebíveis não descontados, refletem o caixa médio aplicado, que atingiu R\$ 1,461 bilhão no 1T26. Para efeito comparativo, o caixa médio foi de R\$ 1,845 bilhão no 1T25, 1,764 bilhão no 2T25 e R\$ 1,523 bilhão no 3T25 e R\$ 1,480 bilhão no 4T25.

Disponibilidades de Caixa

(R\$ Bilhões)



INVESTIMENTOS REFORÇAM O FOCO NA REDUÇÃO DA ALAVANCAGEM

(R\$ milhões)	1T26	1T25	Δ
Novas lojas e aquisição de terrenos	66	29	37
Reformas, manutenções e novos serviços	25	41	(16)
Infraestrutura e outros	11	9	2
Total Investimentos - Bruto	102	79	23
Venda de ativos	-	(1)	1
Total Investimentos - Líquido	102	78	24

O total de investimentos bruto foi de R\$ 102 milhões no 1T26, redução explicada pelo compromisso da Companhia com a disciplina financeira e a diminuição da alavancagem.

Em linha com à estratégia de redução da alavancagem, o Assaí inaugurou no 1T26, em São José dos Campos, a primeira das 5 lojas previstas para o ano de 2026. Ao longo dos últimos 12 meses, o Assaí abriu 11 unidades, adicionando mais de 55 mil m² à área de vendas, encerrando o período com 313 lojas em operação.



RETIRADA
PARA ENTREGADORES



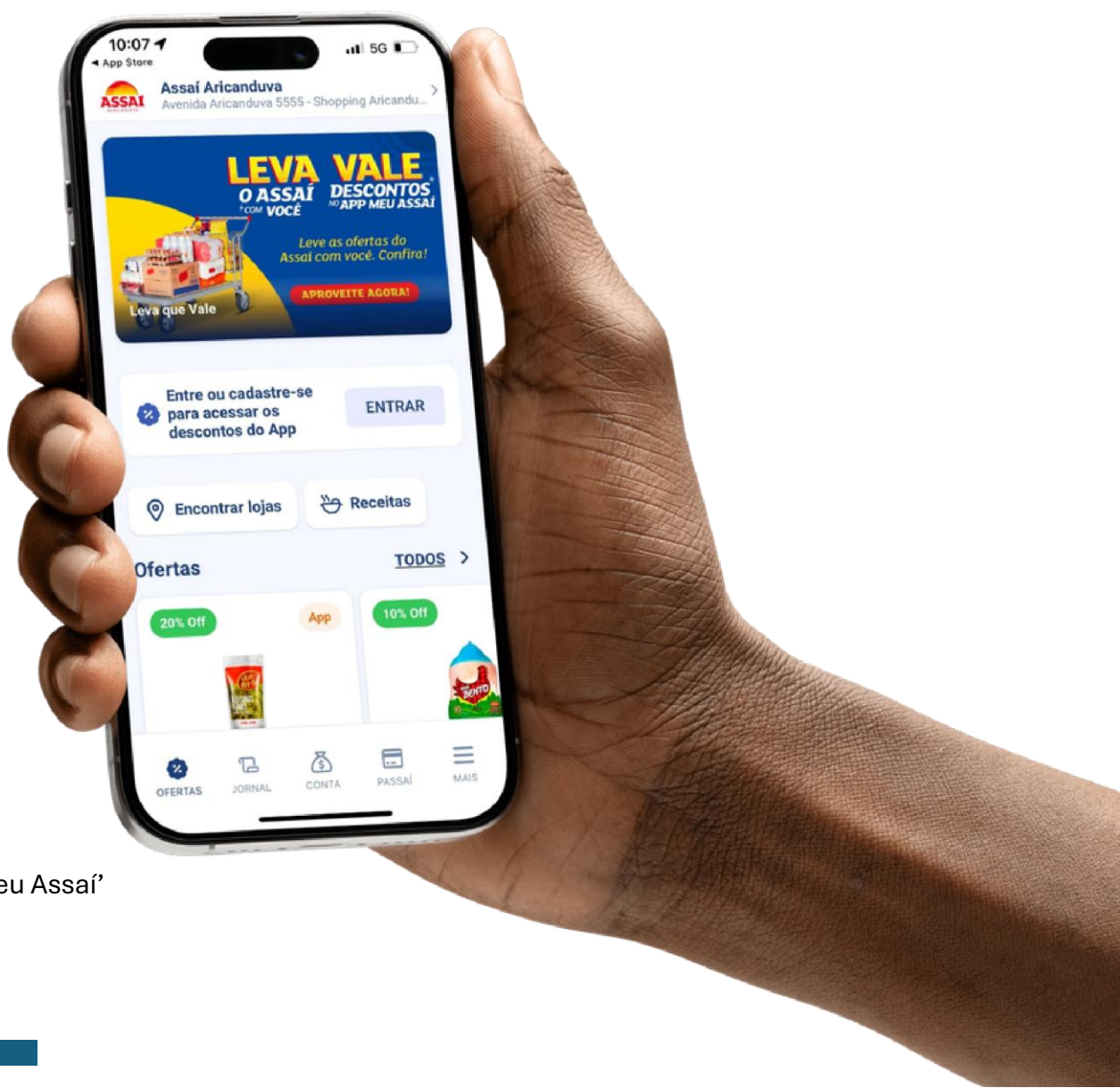
Divulgação de Resultados - Assaí 1T26

ASSAÍ DIGITAL

INICIATIVAS DIGITAIS: VENDAS DOBRAM NA OPERAÇÃO VIA *LAST MILE*

As iniciativas com parceiros que operam o *last mile* seguiram avançando no trimestre, reforçando o ecossistema digital e elevando o nível de conveniência oferecido aos clientes. Em linha com a evolução da estratégia *phygital*, a parceria com o iFood evoluiu de forma consistente, encerrando o 1T26 com 104 lojas ativas (vs. 56 no 1T25), o que ampliou significativamente a capilaridade e o acesso a jornadas de compra integradas. Nesse contexto, a operação *last mile* apresentou desempenho expressivo, com as vendas mais que dobrando no período e registrando crescimento de 101% em relação ao 1T25.

O aplicativo Meu Assaí, que já reúne uma base de 16 milhões de clientes, segue como um dos principais canais de relacionamento da Companhia. Os dados gerados pela plataforma possibilitam análises mais aprofundadas dos hábitos de consumo, contribuindo para decisões comerciais mais efetivas e iniciativas de personalização. No 1T26, os clientes identificados via aplicativo apresentaram uma frequência de visitas 50% superior à dos não identificados, além de um ticket médio 28% maior. Como consequência, as vendas associadas ao uso do app alcançaram 47% do total no trimestre, em comparação a 42% no 1T25.



Aplicativo 'Meu Assaí'

Divulgação de Resultados - Assaí 1T26

AVENIDAS DE CRESCIMENTO



EXPANSÃO DAS AVENIDAS DE CRESCIMENTO REFLETEM EVOLUÇÃO DO MODELO DE NEGÓCIO

Como parte da estratégia de evolução contínua do modelo de negócio, antecipando-se e se adaptando às transformações no consumo, o Assaí segue avançando em novas frentes com potencial de geração de valor. Abaixo, os principais destaques no 1T26.

- **In&Out:** Projeto que une produtos de alta atratividade a preços competitivos e oferta por tempo limitado. No 1T26, destacaram-se as vendas de refrigeradores e fritadeiras elétricas. A partir do 2T26, com foco nos jogos da Copa do Mundo, o Assaí trará lotes de televisores e itens relacionados ao universo do futebol.
- **Marca Própria:** Avanço na estratégia, com expectativa de atingir cerca de 200 SKUs em 2026. No 1T26, foram lançados os primeiros produtos sob as marcas Chef e Assaí, incluindo arroz (branco, integral e parboilizado) e feijão (carioca e preto). Em continuidade ao projeto, novos itens devem ser incorporados nas próximas semanas, como pães, açúcar, leite fermentado e vegetais congelados.
- **Farmácias:** Após a sanção da legislação que autoriza a instalação de farmácias em supermercados, desde que operem em ambientes físicos exclusivos e delimitados, com presença de farmacêutico e seguindo as normas técnicas e sanitárias do setor, o Assaí iniciará operações no segmento a partir de julho. Até o final de 2026, a Companhia prevê alcançar 25 lojas, concentradas no Estado de São Paulo.
- **Bem-estar:** Início da oferta de suplementos alimentares (como *whey protein* e creatina), além do reforço em categorias como aveia, granola, sementes, barras e bebidas proteicas. A iniciativa está presente em 93 lojas, nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Distrito Federal.
- **Assaí Digital:** A Companhia iniciou piloto de venda no *marketplace* do Mercado Livre (modelo *fulfillment*) e testes de integração de sistemas. Gradualmente, novos SKUs serão incorporados à plataforma. Em paralelo, a parceria com o iFood foi ampliada para 104 lojas (mais informações no capítulo “Assaí Digital”).
- **Serviços Financeiros:** Seguimos avançando na avaliação de potenciais parceiros estratégicos para o desenvolvimento e a expansão de novos produtos financeiros, enquanto aguardamos a aprovação do Banco Central relacionada ao processo de cisão da FIC. O projeto piloto de maquininhas (Assaí Pay) está em operação em 7 lojas e já contribui para o enriquecimento da nossa base de dados: cerca de 30% dos clientes participantes do projeto piloto ainda não haviam sido previamente identificados em nossas lojas. Ao longo do primeiro semestre, o foco será a consolidação do piloto e a implementação dos ajustes já mapeados, preparando o projeto para uma possível expansão no segundo semestre de 2026.





Divulgação de Resultados - Assaí 1T26

ESG e Reconhecimentos

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 1T26 foram:

OPERAÇÕES EFICIENTES

- Aumento de 48% no número de lojas com compostagem e em 10% no volume de resíduos enviados para esse processo (vs. 1T25);
- Ampliação para 267 lojas (+13% vs. 1T25) no número de lojas com o Programa Destino Certo e em mais de 12% no volume de alimentos doados (vs. 1T25);

GESTÃO ÉTICA E TRANSPARENTE

- Listagem, pelo quarto ano consecutivo, no Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE B3), com evolução no *ranking* e sendo a única empresa do varejo alimentar.

DESENVOLVIMENTO DE PESSOAS E COMUNIDADES

- 26,6% da liderança composta por mulheres (gerentes e acima), +0,8 p.p. vs. 1T25;
- 44,9% da liderança composta por pessoas negras (gerentes e acima), -0,9 p.p. vs. 1T25;
- 14,7% dos colaboradores 50+, crescimento de +4,6 p.p vs. 1T25; e
- +1,4% de migrantes e refugiados no quadro de colaboradores (+0,3 p.p. vs. 1T25), totalizando mais de 1.259 colaboradores.

Por meio do Instituto Assaí, a Companhia continua possibilitando oportunidades e viabilizando caminhos para o crescimento e a prosperidade para pessoas e comunidades:

- +201% de aumento no número de certificados emitidos pela Academia Assaí, contribuindo para a capacitação de micro e pequenos empreendedores ao redor do país.
- 21 toneladas de alimentos destinadas para a população atingida pelas chuvas em Minas Gerais provenientes de arrecadação junto a clientes e de doações próprias.
- Aumento de 38,5% no número de refeições doadas no período, em comparação ao 1T25, totalizando 1.179.963 refeições por meio de projetos de combate à insegurança alimentar.



PRÊMIOS E RECONHECIMENTOS

- **O Melhor de São Paulo:** eleito pelos paulistanos, pela 11ª 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 2025 (critério: faturamento);
- **Ranking da Associação Brasileira dos Atacadistas de Autosserviço (ABAAS):** 2º lugar dentre os maiores varejistas de alimentos do Brasil em 2025 (critério: faturamento).

SOBRE A SENDAS DISTRIBUIDORA S.A.

O Assaí é uma *Corporation* (empresa sem um único controlador), que opera no setor de atacarejo há mais de 50 anos e é a maior e mais presente empresa brasileira do varejo alimentar (Abrás e NielsenIQ Homescan). É ainda a marca mais valiosa do setor no país (Interbrand, Brand Finance e TM20) e alcançou a melhor colocação da história para uma empresa brasileira no *ranking Global Powers of Retailing 2025*, da Deloitte, entre as 100 maiores varejistas do mundo com base em desempenho financeiro (92ª colocação). Fundada em São Paulo (SP), a Companhia atende comerciantes e consumidores(as) que buscam maior economia no varejo ou no atacado, liderando a proposta de inovação no formato.

Atualmente, tem mais de 300 lojas em todas as regiões do país (24 estados e DF) e mais de 90 mil colaboradores(as), sendo reconhecida pela GPTW como a melhor empresa de varejo alimentar para se trabalhar (companhias com mais de 10 mil colaboradores). As ações do Assaí são as únicas de uma empresa de atacarejo negociadas na B3 (ASSA13) e, como forte gerador de caixa, a Companhia cresce ano após ano, tendo registrado, em 2025, faturamento de R\$ 84,7 bilhões. Reconhecida pelo seu forte trabalho social, conta ainda com o Instituto Assaí, que atua com ações de impacto social nos eixos de apoio ao empreendedorismo, segurança alimentar e desenvolvimento das comunidades.

CONTATOS – DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES COM INVESTIDORES

Rafael Sachete
CFO

Gabrielle Castelo Branco Helú
Diretora de Relações com Investidores

Daniel Magalhães
Francesco Lisa
Guilherme Muniz
Isabela do Vale

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

Website: <https://ri.assai.com.br/>



Divulgação de Resultados - Assaí 1T26

Anexos

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)	1T26			1T25		
	PRÉ	PÓS	Δ	PRÉ	PÓS	Δ
Desp. com Vendas, Gerais e Adm.	(2.122)	(1.748)	374	(2.067)	(1.739)	328
EBITDA Ajustado*	1.422	1.819	397	1.022	1.372	350
Margem EBITDA Ajustado*	7,6%	9,8%	2,2 p.p.	5,5%	7,4%	1,9 p.p.
Outras Despesas Operacionais, Líquidas	(43)	(41)	2	(2)	(2)	-
Depreciação e Amortização	(295)	(463)	(168)	(286)	(429)	(143)
Resultado Financeiro Líquido	(564)	(870)	(306)	(512)	(790)	(278)
Imposto de Renda	(152)	(125)	27	(60)	(34)	26
Lucro Líquido do Período	367	320	(47)	162	117	(45)
Margem Líquida	2,0%	1,7%	-0,3 p.p.	0,9%	0,6%	-0,2 p.p.

*EBITDA Ajustado: Lucro operacional antes de juros, impostos, depreciação e amortização (EBITDA), ajustado pelo resultado de outras despesas e receitas operacionais.
EBITDA do 1T26 contempla também a inclusão de novos créditos tributários de PIS/COFINS.

ANEXOS

Informações Operacionais

I – Número de lojas e área de vendas

Número de Lojas	1T22	1T23	1T24	1T25	2T25	3T25	4T25	1T26
Sudeste	113	141	154	162	162	164	164	171
Nordeste	59	74	82	82	82	82	82	82
Centro-Oeste	21	25	28	28	28	28	29	29
Norte	16	17	18	20	20	20	21	21
Sul	7	9	10	10	10	10	10	10
Total	216	266	292	302	302	304	312	313
Área de Vendas (mil m ²)	986	1.326	1.478	1.529	1.529	1.540	1.579	1.584

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	1T26	1T25	Δ%
Receita Bruta	20.637	20.291	1,7%
Receita Líquida	18.638	18.552	0,5%
Custo das Mercadorias Vendidas	(15.110)	(15.480)	-2,4%
Depreciação (Logística)	(14)	(14)	0,0%
Lucro Bruto	3.514	3.058	14,9%
Despesas com Vendas	(1.903)	(1.833)	3,8%
Despesas Gerais e Administrativas	(219)	(234)	-6,4%
Desp. com Vendas, Gerais e Adm.	(2.122)	(2.067)	2,7%
Resultado da Equiv. Patrimonial	16	17	-5,9%
Outras Despesas Operacionais, Líquidas	(43)	(2)	2050,0%
Depreciação e Amortização	(281)	(272)	3,3%
EBIT - Lucro operac. antes do result. financeiro e impostos	1.084	734	47,7%
Receitas Financeiras	74	83	-10,8%
Despesas Financeiras	(638)	(595)	7,2%
Resultado Financeiro Líquido	(564)	(512)	10,2%
Lucro Operacional Antes I.R.	520	222	134,2%
Imposto de Renda	(152)	(60)	153,3%
Lucro Líquido do Período	367	162	126,5%
EBITDA - (Lucro oper. antes da depr., result. financeiro e impostos)	1.379	1.020	35,2%
EBITDA Ajustado ⁽¹⁾	1.422	1.022	39,1%

% da Receita Líquida	1T26	1T25	Δ p.p.
Lucro Bruto	18,9%	16,5%	2,4 p.p.
Despesas com Vendas	-10,2%	-9,9%	-0,3 p.p.
Despesas Gerais e Administrativas	-1,2%	-1,3%	0,1 p.p.
Desp. com Vendas, Gerais e Adm.	-11,4%	-11,1%	-0,2 p.p.
Resultado da Equiv. Patrimonial	0,1%	0,1%	0,0 p.p.
Outras Despesas Operacionais, Líquidas	-0,2%	0,0%	-0,2 p.p.
Depreciação e Amortização	-1,5%	-1,5%	0,0 p.p.
EBIT	5,8%	4,0%	1,9 p.p.
Resultado Financeiro Líquido	-3,0%	-2,8%	-0,3 p.p.
Lucro Operacional Antes I.R.	2,8%	1,2%	1,6 p.p.
Imposto de Renda	-0,8%	-0,3%	-0,5 p.p.
Lucro Líquido do Período	2,0%	0,9%	1,1 p.p.
EBITDA	7,4%	5,5%	1,9 p.p.
EBITDA Ajustado ⁽¹⁾	7,6%	5,5%	2,1 p.p.

⁽¹⁾ Ajustado pelo Resultado de Outras Despesas e Receitas Operacionais.
EBITDA 1T26 contempla também a inclusão de novos créditos tributários de PIS/COFINS.

III – Demonstração de Resultado (Pós-IFRS16)



R\$ - Milhões	1T26	1T25	Δ%
Receita Bruta	20.637	20.291	1,7%
Receita Líquida	18.638	18.552	0,5%
Custo das Mercadorias Vendidas	(15.087)	(15.458)	-2,4%
Depreciação (Logística)	(28)	(28)	0,0%
Lucro Bruto	3.523	3.066	14,9%
Despesas com Vendas	(1.534)	(1.508)	1,7%
Despesas Gerais e Administrativas	(214)	(231)	-7,4%
Desp. com Vendas, Gerais e Adm.	(1.748)	(1.739)	0,5%
Resultado da Equiv. Patrimonial	16	17	-5,9%
Outras Despesas Operacionais, Líquidas	(41)	(2)	1950,0%
Depreciação e Amortização	(435)	(401)	8,5%
EBIT - Lucro operac. antes do result. financeiro e impostos	1.315	941	39,7%
Receitas Financeiras	74	83	-10,8%
Despesas Financeiras	(944)	(873)	8,1%
Resultado Financeiro Líquido	(870)	(790)	10,1%
Lucro Operacional Antes I.R.	445	151	194,7%
Imposto de Renda	(125)	(34)	267,6%
Lucro Líquido do Período	320	117	173,5%
EBITDA - (Lucro oper. antes da depr., result. financeiro e impostos)	1.778	1.370	29,8%
EBITDA Ajustado ⁽¹⁾	1.819	1.372	32,6%

% da Receita Líquida	1T26	1T25	Δ p.p.
Lucro Bruto	18,9%	16,5%	2,4 p.p.
Despesas com Vendas	-8,2%	-8,1%	-0,1 p.p.
Despesas Gerais e Administrativas	-1,1%	-1,2%	0,1 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	-0,2%	0,0%	-0,2 p.p.
Depreciação e Amortização	-2,3%	-2,2%	-0,2 p.p.
EBIT	7,1%	5,1%	2,0 p.p.
Resultado Financeiro Líquido	-4,7%	-4,3%	-0,4 p.p.
Lucro Operacional Antes I.R.	2,4%	0,8%	1,6 p.p.
Imposto de Renda	-0,7%	-0,2%	-0,5 p.p.
Lucro Líquido do Período	1,7%	0,6%	1,1 p.p.
EBITDA	9,5%	7,4%	2,2 p.p.
EBITDA Ajustado ⁽¹⁾	9,8%	7,4%	2,4 p.p.

⁽¹⁾ Ajustado pelo Resultado de Outras Despesas e Receitas Operacionais.
EBITDA 1T26 contempla também a inclusão de novos créditos tributários de PIS/COFINS.

IV – Balanço Patrimonial (Pós-IFRS16)



ATIVO			
(R\$ milhões)	31.03.2026	31.12.2025	
Ativo Circulante	17.408	17.800	
Caixa e equivalentes de caixa	4.366	5.854	
Contas a receber	3.484	3.056	
Estoques	7.818	7.504	
Tributos a recuperar	1.337	1.139	
Instrumentos financeiros derivativos	6	7	
Despesas antecipadas	267	111	
Ativos mantidos para venda	18	18	
Outras contas a receber	112	111	
Ativo Não Circulante	29.791	30.025	
Imposto de renda e contribuição social diferidos	427	443	
Tributos a recuperar	929	943	
Instrumentos financeiros derivativos	480	448	
Partes relacionadas	23	30	
Depósitos judiciais	23	22	
Despesas antecipadas	18	19	
Outras contas a receber	492	605	
Investimentos	294	326	
Imobilizado	12.876	13.073	
Intangível	5.200	5.202	
Direito de Uso	9.029	8.914	
TOTAL DO ATIVO	47.199	47.825	
PASSIVO			
(R\$ milhões)	31.03.2026	31.12.2025	
Passivo Circulante	15.788	16.817	
Fornecedores	10.472	11.437	
Fornecedores - Convênios	758	990	
Empréstimos	1.169	1.202	
Debêntures	587	517	
Salários e encargos sociais	742	753	
Passivo de arrendamento	496	461	
Demais impostos a recolher	444	473	
Imposto de renda e contribuição social a pagar	111	45	
Dividendos e juros sobre capital próprio a pagar	123	123	
Receitas a apropriar	556	507	
Outras contas a pagar	330	309	
Passivo Não Circulante	25.524	25.454	
Empréstimos	2.409	2.414	
Debêntures	12.209	12.166	
Provisão para demandas judiciais	272	266	
Passivo de arrendamento	10.181	10.017	
Receitas a apropriar	396	518	
Plano de ações liquidadas em caixa	13	12	
Outras contas a pagar	44	61	
Patrimônio Líquido	5.887	5.554	
Capital social	1.582	1.456	
Reserva de capital	126	115	
Reservas de lucros	4.300	4.106	
Ações em tesouraria	(104)	(104)	
Outros resultados abrangentes	(17)	(19)	
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	47.199	47.825	

V – Fluxo de Caixa (Pós-IFRS16)



(R\$ milhões)	31.03.2026	31.03.2025
Lucro líquido do período	320	117
Imposto de renda e contribuição social diferidos	15	(26)
Perda na alienação do imobilizado e de arrendamento	4	2
Depreciações e amortizações	463	429
Juros e variações monetárias	921	829
Ajuste a valor presente	(2)	-
Resultado de equivalência patrimonial	(16)	(17)
Provisão para demandas judiciais	30	58
Provisão de opção de compra de ações	11	12
Provisão para perdas e quebras de estoque	172	161
Perdas estimadas com créditos de liquidação duvidosa	2	1
	1.920	1.566
Variações nos ativos operacionais		
Contas a receber	(425)	389
Estoques	(486)	(1.108)
Tributos a recuperar	(246)	(157)
Dividendos recebidos	48	17
Partes relacionadas	7	2
Depósitos judiciais	(1)	1
Outros ativos	(42)	(124)
	(1.145)	(980)
Variações nos passivos operacionais		
Fornecedores	(1.159)	-
Salários e encargos sociais	(11)	38
Impostos e contribuições a recolher	99	(84)
Pagamento de demandas judiciais	(38)	(28)
Receitas a apropriar	(73)	(75)
Outros passivos	6	(41)
	(1.176)	(190)
Caixa líquido (aplicado nas) gerado pelas atividades operacionais	(401)	396
Fluxo de caixa das atividades de investimento		
Aquisição de bens do ativo imobilizado	(123)	(304)
Aquisição de bens do ativo intangível	(8)	(5)
Recebimento pela alienação de bens do ativo imobilizado	-	1
Recebimento pela alienação do ativo mantido para venda	-	2
Caixa líquido aplicado nas atividades de investimento	(131)	(306)
Fluxo de caixa das atividades de financiamento		
Captação de empréstimos	-	608
Custo de captação de empréstimos	(1)	(1)
Pagamento de empréstimos	(105)	(1.036)
Pagamento de juros de empréstimos	(447)	(400)
Dividendos e juros sobre o capital próprio, pagos	-	(109)
Pagamento de passivo de arrendamento	(81)	(86)
Pagamento de juros de passivo de arrendamento	(315)	(285)
Pagamento de aquisição de pontos comerciais	(7)	(7)
Caixa líquido aplicado nas atividades de financiamento	(956)	(1.316)
Redução líquida de caixa e equivalentes de caixa	(1.488)	(1.226)
Caixa e equivalentes de caixa no início do período	5.854	5.628
Caixa e equivalentes de caixa no final do período	4.366	4.402
Redução líquida de caixa e equivalentes de caixa	(1.488)	(1.226)



Earnings Release

Assaí | 1Q26





Earnings Conference Call

Tuesday, April 28, 2026 | 11:00 a.m. (Brasília time) | 10:00 a.m. (NY) 3:00 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.

ASA13 B3 | IBOVESPA B3 | IBRA B3 | IBRX100 B3 | ISE B3 | IC02 B3 | ICON B3 | IGC B3 | IGCT B3 | ITAG B3

São Paulo, April 27, 2026: Assai Atacadista announces its results for the 1st quarter of 2026. All comments on EBITDA exclude other operating expenses and income. The interim financial information was 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-IFRS 16 view, which excludes the effects of IFRS 16/CPC 06 (R2). Reconciliation with IFRS 16 is available in a specific chapter in this document.

REVENUE OF R\$ 20.6 BILLION (+1.7%) AND MARKET SHARE GAIN OF +0.3 p.p. IN THE "SAME-STORE" PERSPECTIVE

SOLID FREE CASH FLOW GENERATION: R\$ 2.2 BILLION IN THE 12-MONTH PERIOD (+34% vs. 1Q25)

FINANCIAL LEVERAGE REACHES 2.52x — LOWEST LEVEL SINCE 4Q21, COMPARED TO 3.15x IN 1Q25 AND 2.56x IN 4Q25



SALES

Gross revenue R\$ 20.6 billion (+1.7%) vs. 1Q25, in a scenario of -12% deflation in essential commodities

- Same-store sales -0.9%, impacted by deflation (rice, beans, sugar, milk, soybean oil, flour)
- Opening of 1 store in 1Q26 | 11 units in the last 12 months (+3.7% sales area)
- 1,678 self-checkouts in 304 stores (vs. 398 in 73 in 1Q25)
- Passaí Card: 1.3 million active cards (+11.9%) | 5.4% of revenue



PROFITABILITY

(Excluding new PIX/COFINS tax credits)

Adjusted EBITDA R\$ 1.0 billion · Margin 5.5% (stable vs. 1Q25)

- Gross margin 16.7% (+0.3 p.p.), maturation of the 141 stores opened in the last 5 years and evolution in price management
- SG&A expenses R\$ 2.1 billion (+2.7%), below inflation; 775 in-store service units (+21%)
- Equity income R\$ 16 million (~16.5% stake in FIC)



PROFIT

Recurring Net Income¹ increases +7% → R\$ 174 million

- Accounting Net Income Pre-IFRS16 R\$ 367 million, includes R\$ 281 million of new PIS/COFINS tax credits
- Accounting Net Income Post-IFRS16 R\$ 320 million
- Net Financial Result R\$ 564 million (-3.0% Net Income), impact of average CDI of 3.37% in the period



CASH GENERATION AND LEVERAGE

Free cash flow² R\$ 2.2 billion in the last 12 months (+34%)

- Net debt reduced by R\$ 1.2 billion in 12 months — lower investment and growth in accumulated EBITDA
- Leverage³ 2.52x (vs. 3.15x in 1Q25 and 2.56x in 4Q25), lowest level since 4Q21
- Reduction of R\$ 1.2 billion in discounted receivables (R\$ 666 million vs. R\$ 1.9 billion in 1Q25)
- Discounted receivables balance R\$ 666 million (vs. R\$ 1.9 billion in 1Q25), a reduction of R\$ 1.2 billion

313

stores in operation
+11 in 12 months

5.5%

Adjusted EBITDA Margin
stable vs. 1Q25

2.52x

Net Debt / EBITDA
vs. 3.15x in 1Q25

90K+

employees
24 states + Federal District

⁽¹⁾Net profit including recurring PIS/COFINS credits with an effective rate of 29%. ⁽²⁾Adjusted EBITDA Pre-IFRS16 accumulated over the last 12 months, excluding equity income.

⁽³⁾Net Debt + Discounted Receivables / Adjusted EBITDA Pre-IFRS16

Message from Management

“The first quarter was marked by a combination of adverse factors that, taken together, posed an unusual challenge for those primarily serving lower-income households.

We experienced simultaneous deflation in key commodities within our basket: rice, beans, sugar, soybean oil, wheat flour, and milk recorded an average decline of 12% in the quarter. For those who have followed the sector for decades, it is unprecedented to see simultaneous deflation of this magnitude in this group of products.

At the same time, household indebtedness reached historic highs. More than 80% of households report having some form of debt, with a significant portion in arrears, according to a survey released in April by the National Confederation of Trade in Goods, Services and Tourism (CNC).

This translates directly into reduced consumption capacity among Classes C, D, and E (precisely the segments that represent the largest share of customers in our stores). The top of the income pyramid continues to consume, but the base remains under pressure. The so-called “K-shaped effect” (where formats targeting higher-income consumers grow while those focused on lower-income consumers decline) was evident during the period.

There is also a new and structural phenomenon: the growing use of weight-control medications is rapidly changing eating habits, with an impact on demand for carbohydrates, a relevant category within the shopping basket. This is compounded by the effect of the betting market, which remains one of the main drivers of household indebtedness.

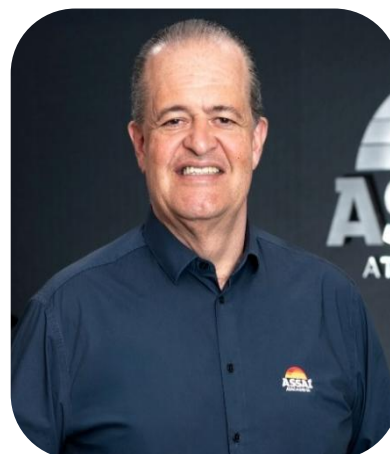
Against this backdrop, maintaining a stable EBITDA margin is the result of discipline. It reflects efficient pricing management, the maturation of stores opened in recent years, expansion of in-store services, strict cost control below inflation, and market share gains.

For this reason, I would like to thank our more than 90 thousand employees, who demonstrate daily that our business model is solid, regardless of external conditions.

During the quarter, we advanced on our new strategic growth avenues: Assaí Digital continued to grow, with last-mile sales more than doubling; we launched our first private label products; we announced our entry into the pharmacy segment; and we opened the first store of the year, in São José dos Campos (SP). All of this was achieved with capital discipline and a focus on reducing leverage, which reached its lowest level since 4Q21.

Finally, I would like to reinforce that commodity deflation is not permanent. Commodities fluctuate. And when the cycle reverses, the model we have built will be even better positioned to capture growth. We remain focused on clear priorities: operational efficiency, cash generation, and sustainable value creation, alongside our ongoing commitment to evolving Assaí to better serve our customers.”

Belmiro Gomes
CEO



Earnings Release – Assaí 1Q26



Financial Performance



OPERATIONAL RESULT

(Excluding new PIS/COFINS tax credits)

Pre-IFRS16 (R\$ million)	1Q26	1Q25	Δ
Gross Revenue	20,637	20,291	1.7%
Net Revenue	18,638	18,552	0.5%
Gross Profit ⁽¹⁾	3,117	3,058	1.9%
Gross Margin ⁽¹⁾	16.7%	16.5%	0.25 p.p.
Selling, General and Administrative Expenses	(2,122)	(2,067)	2.7%
% of Net Revenue	-11.4%	-11.1%	-0.25 p.p.
Adjusted EBITDA ⁽²⁾	1,025	1,022	0.3%
Adjusted EBITDA Margin ⁽²⁾	5.5%	5.5%	-0.01 p.p.
Net Financial Result	(564)	(512)	10.2%
% of Net Revenue	-3.0%	-2.8%	-0.27 p.p.
Income Before Income Tax	123	222	-44.4%
% of Net Revenue	0.7%	1.2%	-0.54 p.p.
Net Income for the Period	86	162	-46.7%
Net Margin	0.5%	0.9%	-0.41 p.p.

Reconciliation of Results (including new PIS/COFINS tax credits)	
Adjusted EBITDA ⁽²⁾	1,025
<i>New PIS/COFINS tax credits</i>	397
<i>Other Operating Expenses, Net</i>	(43)
EBITDA (including tax credits)	1,379
EBITDA (including tax credits)	7.4%
Net Income for the Period	86
<i>New PIS/COFINS tax credits</i>	281
Net Income for the Period (including tax credits)	367
Net Margin (including tax credits)	2.0%

⁽¹⁾ Includes logistics depreciation (as presented in the income statement shown in Appendix II);

⁽²⁾ Operating income before interest, taxes, depreciation, and amortization (EBITDA), adjusted for other operating expenses and income, and excluding new PIS/COFINS tax credits.

The results for the quarter were positively impacted by the monetization of new PIS/COFINS tax credits related to items subject to the multiphase items provided for in Article 14 of Law No. 13,097/2015 and disclosed in Note 8.2 to the Company's 1Q26 Interim Financial Information, with an effect of approximately R\$ 273 million on operating income.

Additionally, operating income includes positive effects of R\$ 124 million from the recognition of tax credits related to recurring operations, including the items subject to the multiphase items mentioned above. This credit will be offset against current PIS/COFINS liabilities.

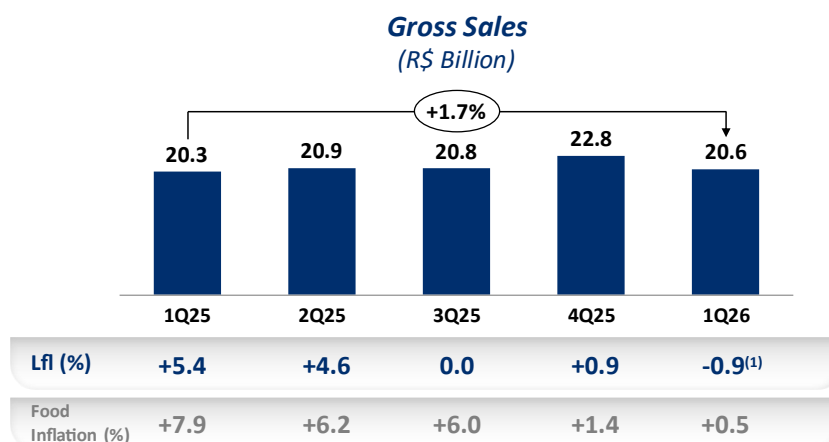
The effect of these tax credits is reflected in the reduction of cost of goods sold (COGS) and the resulting improvement in gross profit.

Other operating expenses totaled R\$ 43 million in the quarter and mainly relate to the organizational restructuring carried out in 1Q26, aimed at reducing costs and expenses.

At the net income level, the positive impact was approximately R\$ 193 million related to new PIS/COFINS tax credits. Additionally, net income also includes positive effects of R\$ 87 million related to recurring tax credits.

For comparability purposes, analysis of results adjusted for these effects is recommended, as detailed in the following sections of this report.

RESILIENT REVENUE AND MARKET SHARE GAINS IN A CHALLENGING CONSUMER ENVIRONMENT



Gross sales revenue reached R\$20.6 billion in 1Q26, representing growth of 1.7% compared to 1Q25. The quarter was marked by a scenario of deflation in basic food items, impacting sales growth, in addition to the record level of household indebtedness, aggravated by the high interest rate, which continues to pressure the purchasing power of households, especially those with lower incomes. In this context, consumer behavior exhibited greater asymmetry, with a more pronounced contraction among lower-income consumers and increased resilience among higher-income classes.

Internal inflation in the Cash & Carry channel is naturally more exposed to commodities and their derivatives, which followed a deflationary trend during the period, particularly in key categories such as rice, beans, sugar, milk, and soybean oil, which, according to IBGE, declined by 12%.

Additionally, throughout the quarter, the impacts of the conflict in the Middle East led to increases in oil prices and their derivatives, such as plastic packaging and cleaning products, as well as higher freight costs.

In the quarter, the following were observed:

- Market share gains² on a same-store basis (+0.3 p.p.), reflecting outperformance versus competitors;
- Contribution from the 11 stores opened in the past 12 months, which accounted for an additional increase of 2.8%;
- Same-store sales performance of -0.9%, primarily reflecting a -12% deflation in commodities and continued pressure on consumer spending, despite gradual improvement during the quarter.

The productivity initiatives advanced and, by the end of 1Q26, more than 1,678 self-checkouts were in operation in 304 stores (vs. 398 self-checkouts in 73 stores in 1Q25), increasing operational efficiency and improving the shopping experience for Assaí customer.

⁽¹⁾ Excluding -0.2% of calendar effect

⁽²⁾ Nielsen IQ

PROFITABILITY SUSTAINED BY OPERATIONAL ADVANCES AND DISCIPLINE IN EXECUTION



In 1Q26, gross profit totaled R\$3.1 billion, resulting in a margin of 16.7% (+0.3 p.p. vs. 1Q25). This result was mainly due to:

- i. the consistent execution of the commercial strategy, with advances in price management, contributing to the margin growth even in a challenging consumer environment; and
- ii. the maturation process of the 141 stores opened over the past 5 years, as well as the 775 service units already implemented (+21% vs. 1Q25), which continue to evolve and contribute positively to profitability as they reach higher levels of operational efficiency and value capture.

Selling, general and administrative expenses, in turn, totaled R\$2.1 billion in 1Q26, an increase of 2.7% compared to 1Q25 – and below the inflation rate for the period – and equivalent to 11.4% of net sales (vs. 11.1% in 1Q25). The increase mainly reflects the continued investments in strategic initiatives and new growth opportunities (Pharmacies, Private Label, Financial Services, In & Out), in addition to the impact of inflation during the period. The Company continues to advance in efficiency and cost rationalization initiatives, focusing on expense discipline throughout the year.

Equity income (representing a ~16.5% stake in FIC) was R\$16 million in 1Q26. Sales made through the Passaí Card represented 5.4% of revenues in the period, while the number of cards issued reached 1.3 million (+11.9% vs. 1Q25).

Adjusted EBITDA totaled R\$1.0 billion, with a margin of 5.5%, remaining stable compared to 1Q25. This stability reflects the improvement in gross margin, which partially offset the pressure from lower expense dilution during the period.

FINANCIAL RESULT IMPACTED BY HIGH INTEREST RATES

Pre-IFRS16 (R\$ million)	1Q26	1Q25	Δ
Cash and cash equivalent interest	48	51	-5.9%
Debt burden	(600)	(541)	10.9%
Cost of receivables discounted	(27)	(39)	-30.8%
Other financial revenues (expenses) and Net Monetary Correction	15	17	-11.8%
Net Financial Result	(564)	(512)	10.2%
% of Net Revenue	-3.0%	-2.8%	-0.2 p.p.

The net financial results amounted to R\$ 564 million in 1Q26, representing 3.0% of net sales (vs. 2.8% in 1Q25), explained mainly by:

- i. the increase in the Debt Burden line, resulting from the rise in the CDI rate during the period (3.37% in 1Q26 vs. 2.96% in 1Q25), despite a lower net debt in the period. Additionally, this line includes the effects of the mark-to-market adjustments, with a positive non-cash impact of R\$1 million in 1Q26 (vs. +R\$7 million in 1Q25);
- ii. lower cost of receivables discounted, explained by the change in the average cash investment policy;
- iii. the lower cash and cash equivalent interest compared to 1Q25, reflecting the reduction in the average cash invested during the period (R\$1.5 billion in 1Q26 vs. R\$1.8 billion in 1Q25); and
- iv. the lower level of the Other Financial Revenues/Expenses and Monetary Adjustments line, primarily explained by the reduction in tax credits recognized during the period (R\$ 5 million in 1Q26 vs. R\$ 7 million in 1Q25).

Note that the “Cost of Receivables Discounted” line reflects the total charges of the operations carried out during 1Q26. The volume of discounted receivables shown in the Net Debt table on page 13 (R\$ 666 million) refers exclusively to amounts originally due in the following quarter. In addition to this amount, receivables with maturities within 1Q26 were also advanced. The volume of prepayments depends on the Company's daily cash needs, which vary according to the amounts of the payments made (suppliers, capex, debts, among other obligations).

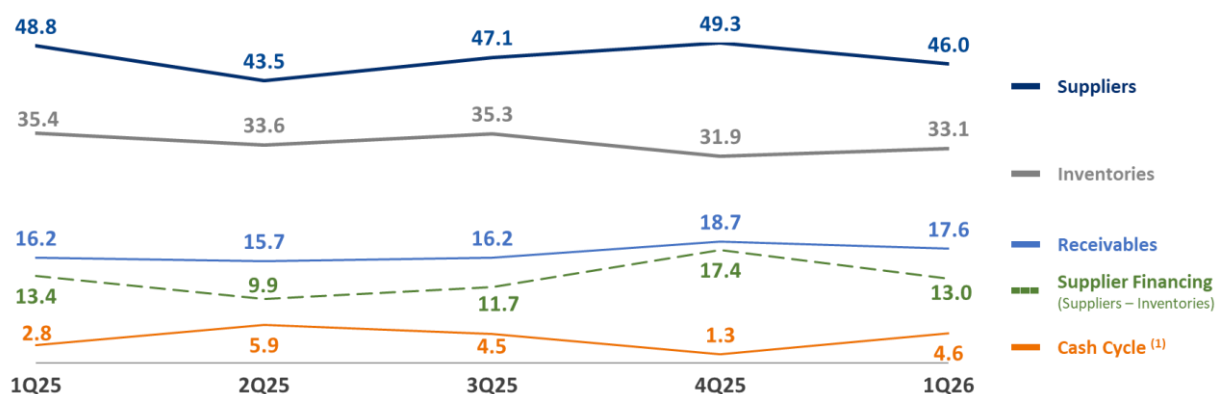
NET INCOME POSITIVELY IMPACTED BY NEW PIS/COFINS TAX CREDITS AND NEGATIVELY BY HIGH INTEREST RATES IN THE PERIOD

Net income Pre-IFRS16 totaled R\$ 367 million in 1Q26, reflecting stable operating results for the period, even amid continued pressure on consumption and a persistently high-interest rate environment.

The results for the quarter were positively impacted by the recognition of tax credits, primarily related to PIS/COFINS. For comparability purposes, excluding the effects of non-recurring (extemporaneous) tax credits, recurring pre-IFRS 16 net income would have totaled R\$ 174 million (+7.3% vs. 1Q25).

DISCIPLINED WORKING CAPITAL MANAGEMENT IN A SCENARIO OF GREATER VOLATILITY

In days of Gross Sales



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

Million	1Q25	2Q25	3Q25	4Q25	1Q26
Suppliers	11,127	10,081	10,985	11,595	10,879
In days of Gross Sales	48.8 d	43.5 d	47.1 d	49.3 d	46.0 d
Inventories	(8,074)	(7,795)	(8,246)	(7,504)	(7,818)
In days of Gross Sales	-35.4 d	-33.6 d	-35.3 d	-31.9 d	-33.1 d
Supplier Financing	3,053	2,286	2,739	4,091	3,061
In days of Gross Sales	13.4 d	9.9 d	11.7 d	17.4 d	13.0 d
Receivables	(3,694)	(3,644)	(3,784)	(4,405)	(4,157)
In days of Gross Sales	-16.2 d	-15.7 d	-16.2 d	-18.7 d	-17.6 d
Working Capital	(641)	(1,358)	(1,045)	(314)	(1,096)
In days of Gross Sales	-2.8 d	-5.9 d	-4.5 d	-1.3 d	-4.6 d
Gross Sales (LTM)	82,035	83,445	83,992	84,736	85,082

The effects of the removal of products from the Tax Substitution regime in the state of São Paulo, which will occur in several phases, together with the effects of the tax credits highlighted on page 6, have a direct impact on COGS (Cost of Goods Sold).

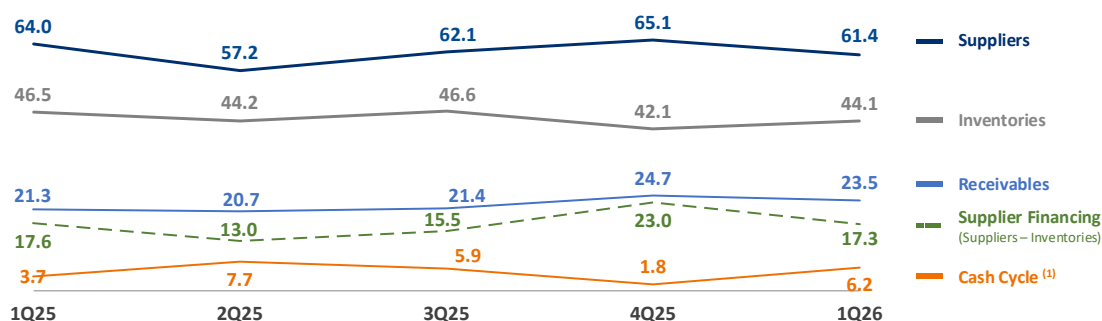
Given the potential distortion caused by these impacts, the most appropriate metric for calculating and analyzing working capital is Gross Sales Days. For comparability purposes, the view calculated in COGS Days is presented on the following page.

Considering this new approach, the cash conversion cycle closed 1Q26 at 4.6 days, reflecting the operational dynamics of the period, with adjustments in inventory management and replenishment throughout the quarter to address the volatility of the inflationary environment, while maintaining financial discipline.

Average payment terms with suppliers totaled 46.0 days, mainly reflecting inventory rebuilding throughout March, following a more conservative purchasing stance at the beginning of the quarter. Inventory ended the period at 33.1 days, albeit impacted at the end of the period by the replenishment of stock, in line with the shift from a deflationary to an inflationary environment in March. Receivables, in turn, ended the period at 17.6 days, reflecting the commercial dynamics of the quarter, with seasonality effects and variations in the mix of payment methods.

DISCIPLINED WORKING CAPITAL MANAGEMENT IN A SCENARIO OF GREATER VOLATILITY

In days of COGS (Cost of Goods Sold)



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

Million	1Q25	2Q25	3Q25	4Q25	1Q26
Suppliers	11,127	10,081	10,985	11,595	10,879
In days of COGS	64.0 d	57.2 d	62.1 d	65.1 d	61.4 d
Inventories	(8,074)	(7,795)	(8,246)	(7,504)	(7,818)
In days of COGS	-46.5 d	-44.2 d	-46.6 d	-42.1 d	-44.1 d
Supplier Financing	3,053	2,286	2,739	4,091	3,061
In days of COGS	17.6 d	13.0 d	15.5 d	23.0 d	17.3 d
Receivables	(3,694)	(3,644)	(3,784)	(4,405)	(4,157)
In days of COGS	-21.3 d	-20.7 d	-21.4 d	-24.7 d	-23.5 d
Working Capital	(641)	(1,358)	(1,045)	(314)	(1,096)
In days of COGS	-3.7 d	-7.7 d	-5.9 d	-1.8 d	-6.2 d
Cost of Goods Sold	62,563	63,458	63,713	64,154	63,783

The cash conversion cycle closed 1Q26 at 6.2 days, reflecting the operational dynamics of the period. Throughout the quarter, inventory management and supply processes were adjusted to address the volatility of the inflationary environment, while maintaining financial discipline.

Average payment terms with suppliers totaled 61.4 days, mainly reflecting inventory rebuilding throughout March, following a more conservative purchasing stance at the beginning of the quarter. Inventory ended the period at 44.1 days, albeit impacted at the end of the period by the replenishment of stock, in line with the shift from a deflationary to an inflationary environment in March. Receivables, in turn, ended the period at 23.5 days, reflecting the commercial dynamics of the quarter, with seasonality effects and variations in the mix of payments methods.

FREE CASH FLOW OF R\$ 2.2 BILLION IN THE LAST 12 MONTHS

(R\$ million - LTM)	1Q26	1Q25	Δ
EBITDA ⁽¹⁾	4,834	4,238	596
Change in WK	(1,911)	(1,123)	(788)
<i>WCR Operational ("Goods")</i>	(453)	97	(550)
<i>WCR - Other Accounts ("Non-Goods")</i>	(248)	(463)	215
<i>Change in Receivables Discounting</i>	(1,210)	(758)	(452)
Operating Cash Generation	2,922	3,115	(193)
Capex	(939)	(1,495)	556
Sales & Leaseback (SLB) ⁽²⁾	191	-	191
Acquisition of Hipermarkets	-	7	(7)
Free Cash Generation	2,174	1,627	547
Dividends	29	(62)	91
Payment of Interests	(2,238)	(1,874)	(364)
Final Cash Generation	(35)	(309)	274
<i>Normalization of Receivables Discounting</i>	1,210	758	452
Final Cash Generation + Receivables Discounted	1,175	449	726

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

⁽²⁾ Sale of assets under a sale and leaseback transaction involving two stores and one plot of land.

Total operating cash flow amounted to R\$ 2.9 billion in 1Q26. The performance during the period reflects mainly:

- i. the growth of EBITDA over the past 12 months, as well as the recognition of non-recurring and recurring tax credits;
- ii. the changes in working capital during the period, including adjustments in inventory management and restocking throughout the quarter in response to inflationary volatility, as well as an increase in receivables driven by sales dynamics over the quarter;
 - a. normalization of the volume of discounted receivables during the period: this normalization aims to make cash generation comparable across periods. In 1Q26, we observed a significant reduction of approximately R\$ 1.2 billion in the volume of discounted receivables compared to the same period of the previous year, which negatively impacted the change in working capital and, consequently, cash generation. By specifically adjusting for this effect—maintaining the level of receivables discounting in line with that observed in 1Q25—the Company would have reported robust cash generation, reinforcing its operational consistency.

Free cash flow reached R\$ 2.2 billion in the last 12 months (+34%), an amount R\$ 547 million higher than in 1Q25. This increase is mainly explained by the lower level of investments, in line with the deleveraging strategy, highlighting the Company's commitment to consistent cash flow generation. Additionally, during the period, an SLB transaction involving two stores and one plot of land was carried out, totaling R\$ 191 million.

As a result, final cash flow, after interest payments, increased by R\$ 274 million in the period. Considering the normalization of the volume of discounted receivables during the period, final cash flow after interest payments would have been R\$ 1.2 billion, representing an increase of R\$ 726 million in the period.

REDUCTION OF LEVERAGE WITH OPERATIONAL ADVANCES AND POSITIVE IMPACT OF NEW PIS/COFINS TAX CREDITS

(R\$ million)	1Q26	1Q25	Δ
Current Debt	(1,750)	(1,244)	(506)
Non-Current Debt	(14,138)	(14,645)	507
Total Gross Debt ⁽¹⁾	(15,888)	(15,889)	1
Cash and Cash Equivalent	4,366	4,402	(36)
Net Debt	(11,522)	(11,487)	(35)
Balance of Receivables discounted ⁽²⁾	(666)	(1,875)	1,210
Net Debt + Receivables Discounted ⁽²⁾	(12,188)	(13,362)	1,175
EBITDA ⁽³⁾	4,834	4,238	596
Net Debt + Receivables Discounted ⁽²⁾ / EBITDA Pre IFRS16 ⁽³⁾	-2.52x	-3.15x	-0.63x

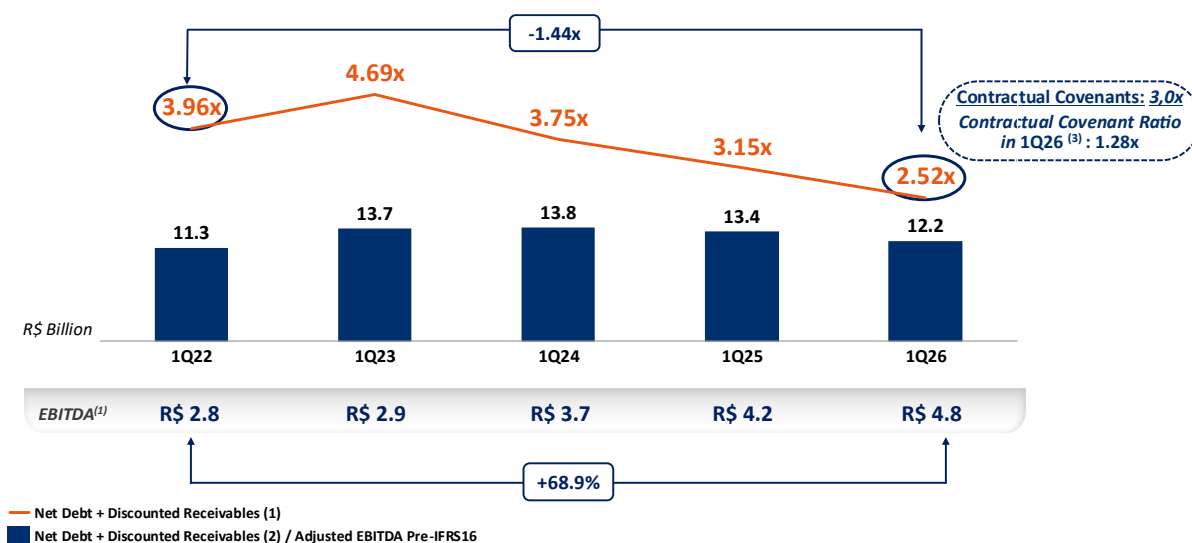
(1) Gross debt net of the value of derivative financial instruments

(2) Represents the balance of receivables discounted maturing in the subsequent quarter (excluding the cost of receivables discounted)

(3) Adjusted EBITDA Pre-IFRS16 accumulated over the last 12 months (excluding equity income)

The leverage ratio, measured by the Net Debt + Discounted Receivables / Adjusted EBITDA Pre-IFRS16 ratio, reached 2.52x in the quarter, a reduction of 0.63x compared to 1Q25, mainly reflecting operational improvements and progress in the business model, with an increase of R\$ 596 million in accumulated EBITDA over the last 12 months, further positively driven by effects related to PIS/COFINS tax credits.

At the end of the period, the balance of discounted receivables maturing in the following quarter stood at R\$ 666 million, with an average term of 6 days. The Company reduced the need for discount of receivables by R\$ 1.2 billion compared to the previous period.



⁽¹⁾ EBITDA Pre-IFRS16 accumulated over 12 months (excluding equity income).

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

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

CASH AND CASH EQUIVALENTS TOTAL R\$7.5 BILLION

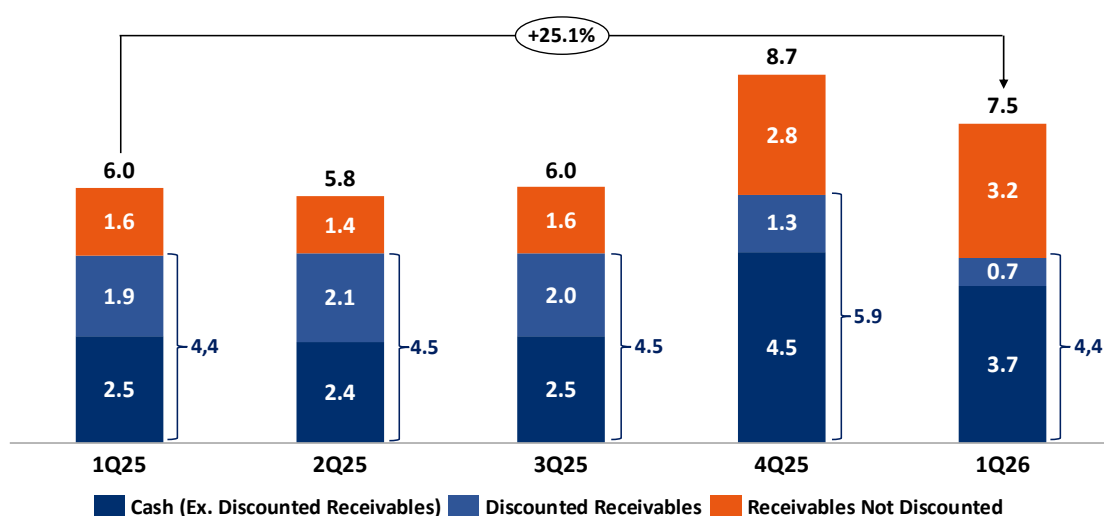


The Company ended 1Q26 with total available cash position of R\$7.5 billion, considering the receivables not discounted with liquidity at D+1.

Cash and cash equivalents, which include the cash balance at the end of the period and receivables not discounted, reflect the average cash invested, which reached R\$ 1.461 billion in 1Q26. For comparison purposes, the average cash was R\$ 1.845 billion in 1Q25, R\$ 1.764 billion in 2Q25, R\$ 1.523 billion in 3Q25, and R\$ 1,480 billion in 4Q25.

Available Cash Position

(R\$ Billion)



INVESTMENTS REINFORCE FOCUS ON DELEVERAGING

(R\$ million)	1Q26	1Q25	Δ
New stores and land acquisition	66	29	37
Store renovation, maintenance and new services	25	41	(16)
Infrastructure and others	11	9	2
Gross Total Investments	102	79	23
Asset sales	-	(1)	1
Net Total Investments	102	78	24

Total gross capex amounted to R\$ 102 million in 1Q26, a decrease explained by the Company's commitment to financial discipline and deleveraging.

In line with its deleveraging strategy, Assaí opened in 1Q26, in São José dos Campos, the first of the five stores planned for 2026. Over the last 12 months, Assaí opened 11 stores, adding more than 55 thousand square meters of sales area and ending the period with 313 stores in operation.



RETIRADA
PARA ENTREGADORES



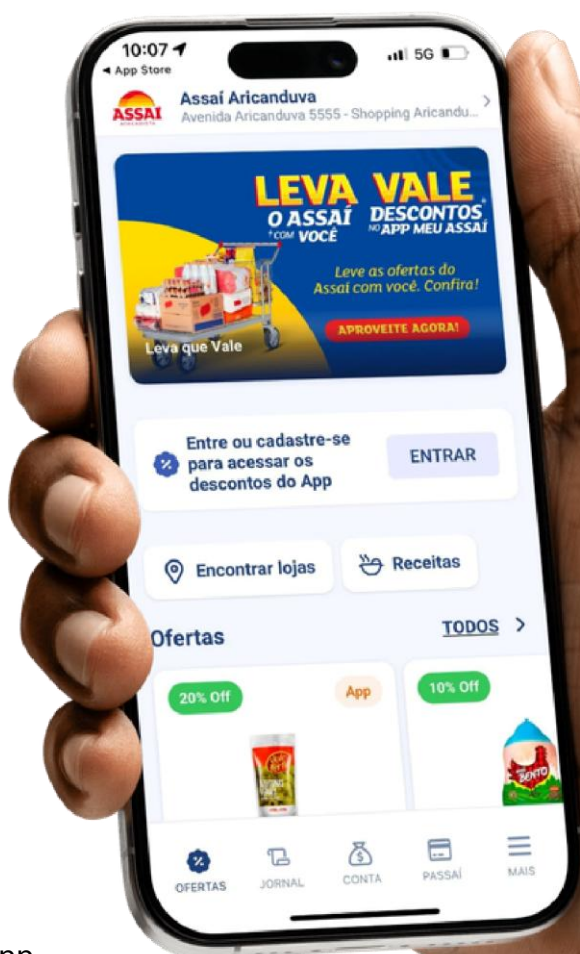
Earnings Release – Assaí 1Q26

ASSAÍ DIGITAL

DIGITAL INITIATIVES: SALES DOUBLE IN LAST MILE OPERATIONS

The initiatives with partners who operate the last mile continued to advance throughout the quarter, bolstering our digital ecosystem and raising the level of convenience for our customers. In line with our advancing phygital strategy, the collaboration with iFood maintained a positive trajectory, concluding 1Q26 with 104 active locations (vs. 56 in 1Q25), which significantly expanded the capillarity and access to integrated shopping journeys. In this context, the last mile operation showed outstanding performance, with sales more than doubling during the period and recording growth of 101% compared to 1Q25.

The Meu Assaí app, which already has a base of 16 million customers, remains one of the main relationship channels of the Company. The data generated by the platform enables more in-depth analyses of consumption habits, contributing to more effective business decisions and personalization initiatives. In 1Q26, customers identified via the app showed a visit frequency 50% higher than those not identified, as well as an average ticket 28% higher. As a consequence, sales associated with the use of the app reached 47% of the total for the quarter, compared to 42% in 1Q25.



‘Meu Assaí’ app

Earnings Release – Assaí 1Q26

Growth Opportunities



EXPANSION OF GROWTH OPPORTUNITIES REFLECT EVOLUTION OF THE BUSINESS MODEL

As part of the strategy of continuous evolution of the business model, anticipating and adapting to changes in consumption, Assaí continues to advance in new areas with the potential to generate value. Below are the main highlights for 1Q26.

- **In&Out:** Project that combines highly attractive products with competitive prices and limited-time offers. In 1Q26, sales of refrigerators and electric fryers stood out. Starting from 2Q26, with a focus on World Cup games, Assaí will offer batches of televisions and items related to the world of soccer.
- **Private Label:** Progress in the strategy, with the expectation of reaching around 200 SKUs in 2026. In 1Q26, the first products under the tradenames Chef and Assaí were launched, including rice (white, brown, and parboiled) and beans (carioca and black). Continuing the project, new items are expected to be added in the coming weeks, such as bread, sugar, fermented milk, and frozen vegetables.
- **Pharmacies:** After the enactment of legislation authorizing the installation of pharmacies in supermarkets, provided they operate in exclusive and designated physical spaces, with the presence of a pharmacist and in compliance with the sector's technical and sanitary regulations, Assaí operations in this segment will begin in July, with the opening of five units. By the end of 2026, the Company expects to reach 25 stores, primarily located in the State of São Paulo.
- **Health and wellness:** Start of the sale of dietary supplements (such as whey protein and creatine), in addition to expanding categories such as oats, granola, seeds, bars, and protein drinks. The initiative is present in 93 stores, in the states of São Paulo, Rio de Janeiro, and the Federal District.
- **Assaí Digital:** The Company has started a sales pilot on Mercado Livre's marketplace (using the fulfillment model) and is conducting system integration tests. Gradually, new SKUs will be incorporated to the platform. In parallel, the partnership with iFood was expanded to 104 stores (more information in the chapter "Assaí Digital").
- **Financial Services:** We continue to make progress in evaluating potential strategic partners for the development and expansion of new financial products, while we await Central Bank approval related to the FIC spin-off process. The pilot project for POS terminals (Assaí Pay) is operating in 7 stores and is already contributing to the enrichment of our database: about 30% of the customers participating in the pilot project had not previously been identified in our stores. Throughout the first half of the year, the focus will be on consolidating the pilot and implementing the adjustments already identified, preparing the project for a possible expansion in the second half of 2026.





Earnings Release – Assaí 1Q26

ESG and Recognitions

ADVANCES IN ESG



Assaí continues promoting prosperity for everyone, from sunup to sundown, 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 1Q26 were:

EFFICIENT OPERATIONS

- 48% increase in the number of stores with composting and 10% increase in the volume of waste sent for this process (vs. 1Q25);
- Expansion to 267 stores (+13% vs. 1Q25) in the number of stores with the Destino Certo Program and in more than 12% in the volume of donated food (vs. 1Q25);

ETHICAL AND TRANSPARENT MANAGEMENT

- Listed for the fourth consecutive year in the Corporate Sustainability Index (ISE B3), with an improved position in the ranking, and as the only food retail company.

DEVELOPMENT OF PEOPLE AND COMMUNITIES

- 26.6% of leadership positions held by women (managers and above), +0.8p.p. vs. 1Q25;
- 44.9% of leadership positions held by Black people (managers and above), -0.9 p.p. vs. 1Q25;
- 14.7% of employees aged 50 or older, growth of +4.6 p.p vs. 1Q25; and
- +1.4% of migrants and refugees in the Personnel (+0.3 p.p. vs. 1Q25), totaling more than 1,259 employees.

Through the Assaí Institute, the Company continues to create opportunities and pave the way for growth and prosperity for people and communities:

- +201% increase in the number of certificates issued by Academia Assaí, contributing to the training of micro and small entrepreneurs across the country.
- 21 metric tons of food were distributed to communities impacted by flooding in Minas Gerais, sourced from both customer contributions and company donations.
- Increase of 38.5% in the number of meals donated during the period, compared to 1Q25, totaling 1,179,963 meals through projects to combat food insecurity.



AWARDS AND RECOGNITIONS

- **The Best of São Paulo:** elected by the people of São Paulo, for the 11th 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 2025 (criterion: revenue);
- **Ranking of the Brazilian Cash & Carry Association (ABAAS):** 2nd place among the largest food retailers in Brazil in 2025 (criterion: revenue).

ABOUT SENDAS DISTRIBUIDORA S.A.

Assaí is a corporation (company without a single controlling shareholder) that has been operating for over 50 years in the cash & carry segment and is the largest and most present Brazilian company in the food retail sector (Brazilian Supermarkets Association (ABRAS) and NielsenIQ Homescan). It is also Brazil's most valuable brand in the sector (Interbrand, Brand Finance and TM20), having achieved the highest ranking ever for a Brazilian company in the Global Powers of Retailing 2025 ranking by Deloitte, among the 100 largest retailers in the world based on financial performance (92nd position). Established in São Paulo (SP), the Company serves merchants and consumers who seek greater savings in retail or cash & carry, 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 over 90 thousand employees, being recognized by GPTW as the best food retail company to work for (companies with more than 10 thousand employees). Assaí shares are the only ones from a cash-and-carry company traded on B3 (ASAI3). As a strong cash generator, the Company continues to grow year after year, having reported revenue of R\$ 84.7 billion in 2025. Recognized for its strong social commitment, it also has the Assaí Institute, which carries out social impact initiatives focused on supporting entrepreneurship, food security, and community development.

CONTACTS – INVESTOR RELATIONS DEPARTMENT

Rafael Sachete

CFO

Gabrielle Castelo Branco Helú

Investor Relations Officer

Daniel Magalhães

Francesco Lisa

Guilherme Muniz

Isabela do Vale

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

Website: <https://ri.assai.com.br/>



Earnings Release – Assaí 1Q26

Appendices

IFRS 16 IMPACTS



With the adoption of IFRS 16 in January 2019, a few income statement lines are affected. The table shows the key changes:

(R\$ million)	1Q26			1Q25		
	PRE	POST	Δ	PRE	POST	Δ
Selling, General and Administrative Expenses	(2,122)	(1,748)	374	(2,067)	(1,739)	328
Adjusted EBITDA	1,422	1,819	397	1,022	1,372	350
Adjusted EBITDA Margin	7.6%	9.8%	2.2 p.p.	5.5%	7.4%	1.9 p.p.
Other Operating Expenses, net	(43)	(41)	2	(2)	(2)	-
Depreciation and Amortization	(295)	(463)	(168)	(286)	(429)	(143)
Net Financial Result	(564)	(870)	(306)	(512)	(790)	(278)
Income Tax and Social Contribution	(152)	(125)	27	(60)	(34)	26
Net Income for the Period	367	320	(47)	162	117	(45)
Net Margin	2.0%	1.7%	-0.3 p.p.	0.9%	0.6%	-0.2 p.p.

*Adjusted EBITDA: Operating income before interest, taxes, depreciation, and amortization (EBITDA), adjusted for other operating expenses and income, and excluding new PIS/COFINS tax credits.
EBITDA for Q1 2026 also includes new PIS/COFINS tax credits.

APPENDICES

Operational Information

I – Number of stores and sales area

# of Stores	1Q22	1Q23	1Q24	1Q25	2Q25	3Q25	4Q25	1Q26
Southeast	113	141	154	162	162	164	164	171
Northeast	59	74	82	82	82	82	82	82
MidWest	21	25	28	28	28	28	29	29
North	16	17	18	20	20	20	21	21
South	7	9	10	10	10	10	10	10
Total	216	266	292	302	302	304	312	313
Sales Area (thousand sqm)	986	1,326	1,478	1,529	1,529	1,540	1,579	1,584

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 interim financial information (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-IFRS16)

(R\$ million)	1Q26	1Q25	Δ%
Gross Revenue	20,637	20,291	1.7%
Net Revenue	18,638	18,552	0.5%
Cost of Goods Sold	(15,110)	(15,480)	-2.4%
Depreciation (Logistic)	(14)	(14)	0.0%
Gross Profit	3,514	3,058	14.9%
Selling Expenses	(1,903)	(1,833)	3.8%
General and Administrative Expenses	(219)	(234)	-6.4%
Selling, General and Adm. Expenses	(2,122)	(2,067)	2.7%
Equity income	16	17	-5.9%
Other Operating Expenses, net	(43)	(2)	2050.0%
Depreciation and Amortization	(281)	(272)	3.3%
Earnings Before Interest and Taxes - EBIT	1,084	734	47.7%
Financial Revenue	74	83	-10.8%
Financial Expenses	(638)	(595)	7.2%
Net Financial Result	(564)	(512)	10.2%
Income Before Income Tax	520	222	134.2%
Income Tax and Social Contribution	(152)	(60)	153.3%
Net Income for the Period	367	162	126.5%
EBITDA - (Earnings before Interest, Taxes, Depreciation, Amortization)	1,379	1,020	35.2%
Adjusted EBITDA ⁽¹⁾	1,422	1,022	39.1%
% of Net Revenue	1Q26	1Q25	Δ p.p.
Gross Profit	18.9%	16.5%	2.4 p.p.
Selling Expenses	-10.2%	-9.9%	-0.3 p.p.
General and Administrative Expenses	-1.2%	-1.3%	0.1 p.p.
Selling, General and Adm. Expenses	-11.4%	-11.1%	-0.2 p.p.
Equity Income	0.1%	0.1%	0.0 p.p.
Other Operating Expenses, net	-0.2%	0.0%	-0.2 p.p.
Depreciation and Amortization	-1.5%	-1.5%	0.0 p.p.
EBIT	5.8%	4.0%	1.9 p.p.
Net Financial Result	-3.0%	-2.8%	-0.3 p.p.
Income Before Income Tax	2.8%	1.2%	1.6 p.p.
Income Tax	-0.8%	-0.3%	-0.5 p.p.
Net Income for the Period	2.0%	0.9%	1.1 p.p.
Earnings before Interest, Taxes, Depreciation, Amortization - EBITDA	7.4%	5.5%	1.9 p.p.
Adjusted EBITDA ⁽¹⁾	7.6%	5.5%	2.1 p.p.

⁽¹⁾ Adjusted for Other Operating Revenue (Expenses)
EBITDA for Q1 2026 also includes new PIS/COFINS tax credits.

III - Income Statement (Post-IFRS16)

(R\$ million)	1Q26	1Q25	Δ%
Gross Revenue	20,637	20,291	1.7%
Net Revenue	18,638	18,552	0.5%
Cost of Goods Sold	(15,087)	(15,458)	-2.4%
Depreciation (Logistic)	(28)	(28)	0.0%
Gross Profit	3,523	3,066	14.9%
Selling Expenses	(1,534)	(1,508)	1.7%
General and Administrative Expenses	(214)	(231)	-7.4%
Selling, General and Adm. Expenses	(1,748)	(1,739)	0.5%
Equity income	16	17	-5.9%
Other Operating Expenses, net	(41)	(2)	1950.0%
Depreciation and Amortization	(435)	(401)	8.5%
Earnings Before Interest and Taxes - EBIT	1,315	941	39.7%
Financial Revenue	74	83	-10.8%
Financial Expenses	(944)	(873)	8.1%
Net Financial Result	(870)	(790)	10.1%
Income Before Income Tax	445	151	194.7%
Income Tax and Social Contribution	(125)	(34)	267.6%
Net Income for the Period	320	117	173.5%
EBITDA - (Earnings before Interest, Taxes, Depreciation, Amortization)	1,778	1,370	29.8%
Adjusted EBITDA ⁽¹⁾	1,819	1,372	32.6%

% of Net Revenue	1Q26	1Q25	Δ p.p.
Gross Profit	18.9%	16.5%	2.4 p.p.
Selling Expenses	-8.2%	-8.1%	-0.1 p.p.
General and Administrative Expenses	-1.1%	-1.2%	0.1 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 Expenses, net	-0.2%	0.0%	-0.2 p.p.
Depreciation and Amortization	-2.3%	-2.2%	-0.2 p.p.
EBIT	7.1%	5.1%	2.0 p.p.
Net Financial Result	-4.7%	-4.3%	-0.4 p.p.
Income Before Income Tax	2.4%	0.8%	1.6 p.p.
Income Tax	-0.7%	-0.2%	-0.5 p.p.
Net Income for the Period	1.7%	0.6%	1.1 p.p.
Earnings before Interest, Taxes, Depreciation, Amortization - EBITDA	9.5%	7.4%	2.2 p.p.
Adjusted EBITDA ⁽¹⁾	9.8%	7.4%	2.4 p.p.

⁽¹⁾ Adjusted for Other Operating Revenue (Expenses)
EBITDA for Q1 2026 also includes new PIS/COFINS tax credits.

IV - Balance Sheet (Post-IFRS16)



ASSETS		
(R\$ million)	31.03.2026	31.12.2025
Current Assets	17,408	17,800
Cash and cash equivalent	4,366	5,854
Trade receivables	3,484	3,056
Inventories	7,818	7,504
Recoverable taxes	1,337	1,139
Derivative financial instruments	6	7
Prepaid Expenses	267	111
Assets Held for Sale	18	18
Other accounts receivable	112	111
Non-current assets	29,791	30,025
Deferred income tax and social contribution	427	443
Recoverable taxes	929	943
Derivative financial instruments	480	448
Related parties	23	30
Restricted deposits for legal proceedings	23	22
Prepaid Expenses	18	19
Other accounts receivable	492	605
Investments	294	326
Property, plan and equipment	12,876	13,073
Intangible assets	5,200	5,202
Right-of-use assets	9,029	8,914
TOTAL ASSETS	47,199	47,825
LIABILITIES		
(R\$ million)	31.03.2026	31.12.2025
Current Liabilities	15,788	16,817
Trade payables, net	10,472	11,437
Trade payables - Agreements	758	990
Borrowings	1,169	1,202
Debentures	587	517
Payroll and related taxes	742	753
Lease liabilities	496	461
Taxes payable	444	473
Income tax and social contribution payable	111	45
Dividends and interest on own capital payable	123	123
Deferred revenues	556	507
Other accounts payable	330	309
Non-current liabilities	25,524	25,454
Borrowings	2,409	2,414
Debentures	12,209	12,166
Provision for legal proceedings	272	266
Lease liabilities	10,181	10,017
Deferred revenues	396	518
Cash-settled share-based payment plan	13	12
Other accounts payable	44	61
Shareholders' Equity	5,887	5,554
Share capital	1,582	1,456
Capital reserve	126	115
Earnings reserve	4,300	4,106
Treasury shares	(104)	(104)
Other comprehensive results	(17)	(19)
TOTAL LIABILITIES AND SHAREHOLDER'S EQUITY	47,199	47,825

V – Cash Flow (Post-IFRS16)



(R\$ million)	31.03.2026	31.03.2025
Net income for the period	320	117
Deferred income tax and social contribution	15	(26)
Loss on disposal of property, plant and equipment and lease	4	2
Depreciation and amortization	463	429
Interests and monetary variation	921	829
Present Valeu Adjustment	(2)	-
Share of profit and loss of associate	(16)	(17)
Provision of legal proceedings	30	58
Provision of stock option	11	12
Allowance for inventory losses and damages	172	161
Loss expected credit loss for doubtful accounts	2	1
	1,920	1,566
Variation of operating assets		
Trade receivables	(425)	389
Inventories	(486)	(1,108)
Recoverable taxes	(246)	(157)
Dividends received	48	17
Related parties	7	2
Restricted deposits for legal proceedings	(1)	1
Other assets	(42)	(124)
	(1,145)	(980)
Variation of operating liabilities		
Trade payables	(1,159)	-
Payroll and related taxes	(11)	38
Taxes and social contributions payable	99	(84)
Payment for legal proceedings	(38)	(28)
Deferred revenues	(73)	(75)
Other accounts payable	6	(41)
	(1,176)	(190)
Net cash generated by operating activities	(401)	396
Cash flow from investment activities		
Purchase of property, plant and equipment	(123)	(304)
Purchase of intangible assets	(8)	(5)
Proceeds from property, plant and equipment	-	1
Proceeds from assets held for sale	-	2
Net cash used in investment activities	(131)	(306)
Cash flow from financing activities		
Proceeds from borrowings	-	608
Cost of funding of borrowings	(1)	(1)
Payments of borrowings	(105)	(1,036)
Payments of interest on borrowings	(447)	(400)
Dividend and Interest on own capital paid	-	(109)
Payments of lease liabilities	(81)	(86)
Payment of interest on lease liability	(315)	(285)
Payment of acquisition of commercial points	(7)	(7)
Net cash used in financing activities	(956)	(1,316)
Net decrease in cash and cash equivalents	(1,488)	(1,226)
Cash and cash equivalents at the beginning of the period	5,854	5,628
Cash and cash equivalents at the end of the period	4,366	4,402
Net decrease in cash and cash equivalents	(1,488)	(1,226)