

DIVULGAÇÃO DE **RESULTADOS**

2º TRIMESTRE DE 2026



GANHOS DE MARKET SHARE, AUMENTO DE FLUXO LFL E RENTABILIDADE ESTÁVEL REFORÇAM A RESILIÊNCIA DO ASSAÍ

Alavancagem cai para 2,37x, menor patamar desde 3T21



Vendas



Faturamento: R\$ 21,4 bilhões (+2,4%)



Vendas “Mesmas Lojas”: +0,9%, mesmo diante de um ambiente de consumo desafiador¹



Market Share “Mesmas Lojas”²: +0,3 p.p.



Fluxo de clientes: +3,4%, superando 40 milhões de clientes mensais



Contexto atual



Contexto Macroeconômico

Manutenção das taxas de juros em patamares elevados e alto nível de endividamento familiar diminuindo o poder de compra.



Ambiente de Consumo

Consumo pressionado pelo comprometimento da renda com pagamento de juros, especialmente nos públicos de menor renda.



Dinâmica de Consumo

Persistência do *trade-down* como amortecedor da inflação, de forma a preservar o volume do carrinho.



Rentabilidade

- **Margem EBITDA Pré-IFRS 16⁵:** 5,6% (-0,1 p.p.)
 - **Margem Bruta (+0,4 p.p.):** estratégia comercial, maturação operacional e evolução das iniciativas de maior valor agregado.
 - **Despesas (+5,1%):** inflação, aumento do fluxo em lojas e investimentos em novas avenidas de crescimento.



Lucro Líquido

- **Lucro líquido recorrente Pré-IFRS 16 de R\$ 344M³** (+94%)
 - **Lucro contábil Pré-IFRS 16⁴:** R\$ 537M



Geração de Caixa e Alavancagem

- Geração de caixa operacional em 12 meses: R\$ 3,3 bilhões
- Redução da dívida líquida em R\$ 1,4 bilhão em 12 meses
- Alavancagem: 2,37x, redução de 0,80x vs. 2T25 e 0,15x vs. 1T26
- Disponibilidade total de caixa: R\$ 7,0 bilhões
- Redução de R\$ 953 milhões nos recebíveis descontados vs. 2T25

⁽¹⁾ Excluindo efeito calendário; ⁽²⁾ Retail Index Nielsen - 2T26 vs 2T25; ⁽³⁾ Lucro líquido incluindo créditos recorrentes de PIS/COFINS com alíquota base de 34%; ⁽⁴⁾ Lucro líquido contábil considerando créditos tributários; ⁽⁵⁾ Lucro operacional antes de juros, impostos, depreciação e amortização (EBITDA), ajustado pelo resultado de outras despesas e receitas operacionais.

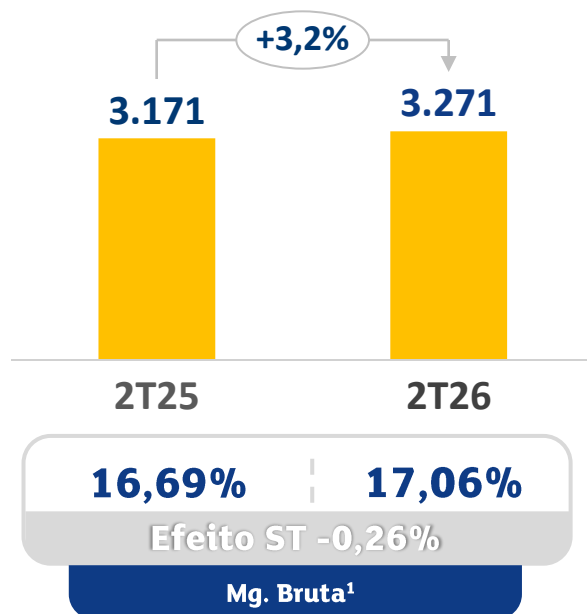
EVOLUÇÃO OPERACIONAL SUSTENTA A RENTABILIDADE

Rentabilidade estável em cenário de consumo pressionado



LUCRO BRUTO

R\$ Milhões; Pré-IFRS 16

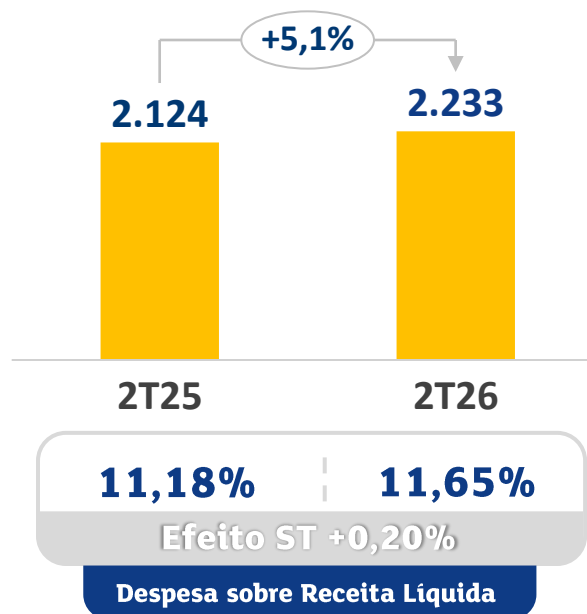


- Estratégia comercial adaptada ao momento de mercado
- Maturação operacional das lojas e serviços
- Maior nível de margem com manutenção da competitividade e ganho de market share



DESPESAS

R\$ Milhões; Pré-IFRS 16

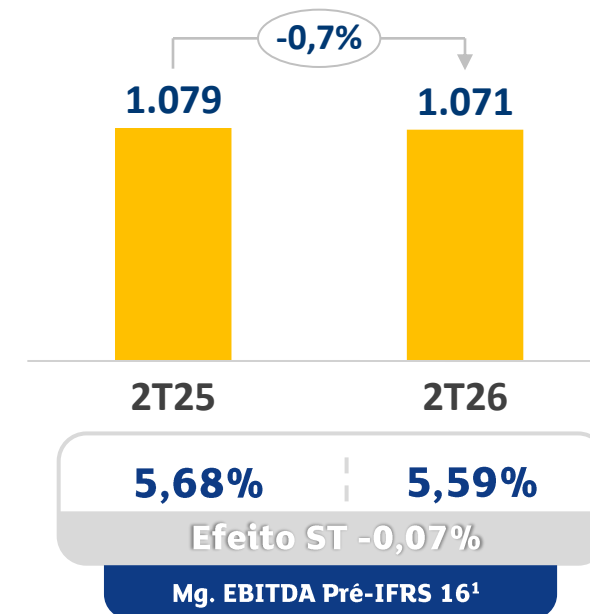


- Investimentos em novas avenidas de crescimento
- Despesas refletem cenário de aumento de fluxo de clientes combinado com *trade-down*



EBITDA AJUSTADO

R\$ Milhões; Pré-IFRS 16



- Margem estável

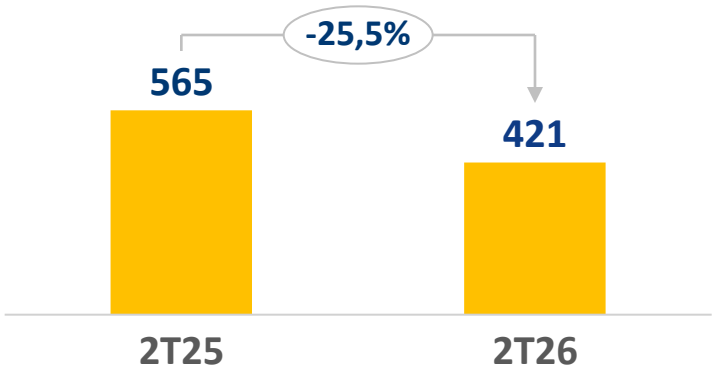
⁽¹⁾ % Receita Líquida

MELHORA DO RESULTADO FINANCEIRO E LUCRO RECORRENTE AVANÇA 94%



RESULTADO FINANCEIRO

R\$ Milhões; Pré-IFRS 16



2,97%

2,20%

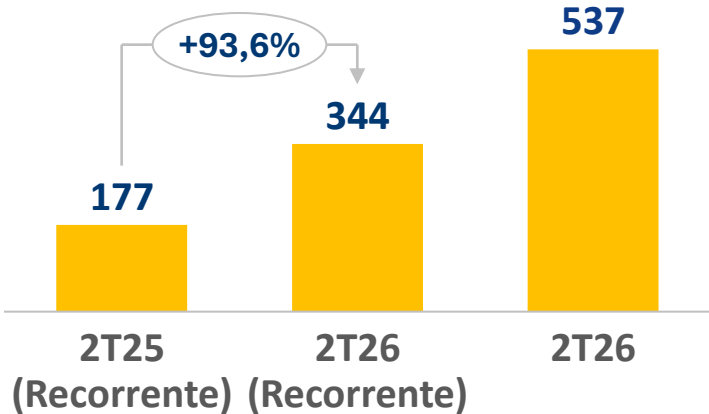
Resultado Financeiro sobre
Receita Líquida

- Redução da dívida média no período
- Menor custo para antecipar recebíveis
- Atualização monetária de créditos tributários



LUCRO LÍQUIDO

R\$ Milhões; Pré-IFRS 16



0,93%

1,79%

2,80%

Margem Líquida¹

- Crescimento do lucro líquido recorrente
- Impacto positivo dos créditos tributários

⁽¹⁾ % Receita Líquida

AVANÇO NA DESALAVANCAGEM COM REDUÇÃO DA DÍVIDA LÍQUIDA

Geração de caixa sustenta queda da alavancagem para 2,37x no 2T26



GERAÇÃO DE CAIXA LTM

(R\$ bilhões)

Geração de Caixa Operacional	3,3
Capex + SLB	-0,6
Geração de Caixa Livre	2,7
Custo da Dívida + Dividendos	-2,3
Geração de Caixa Final	0,4
Normalização do Desconto de Recebíveis	1,0
Geração de Caixa Final + Normalização do Desconto de Recebíveis	1,4



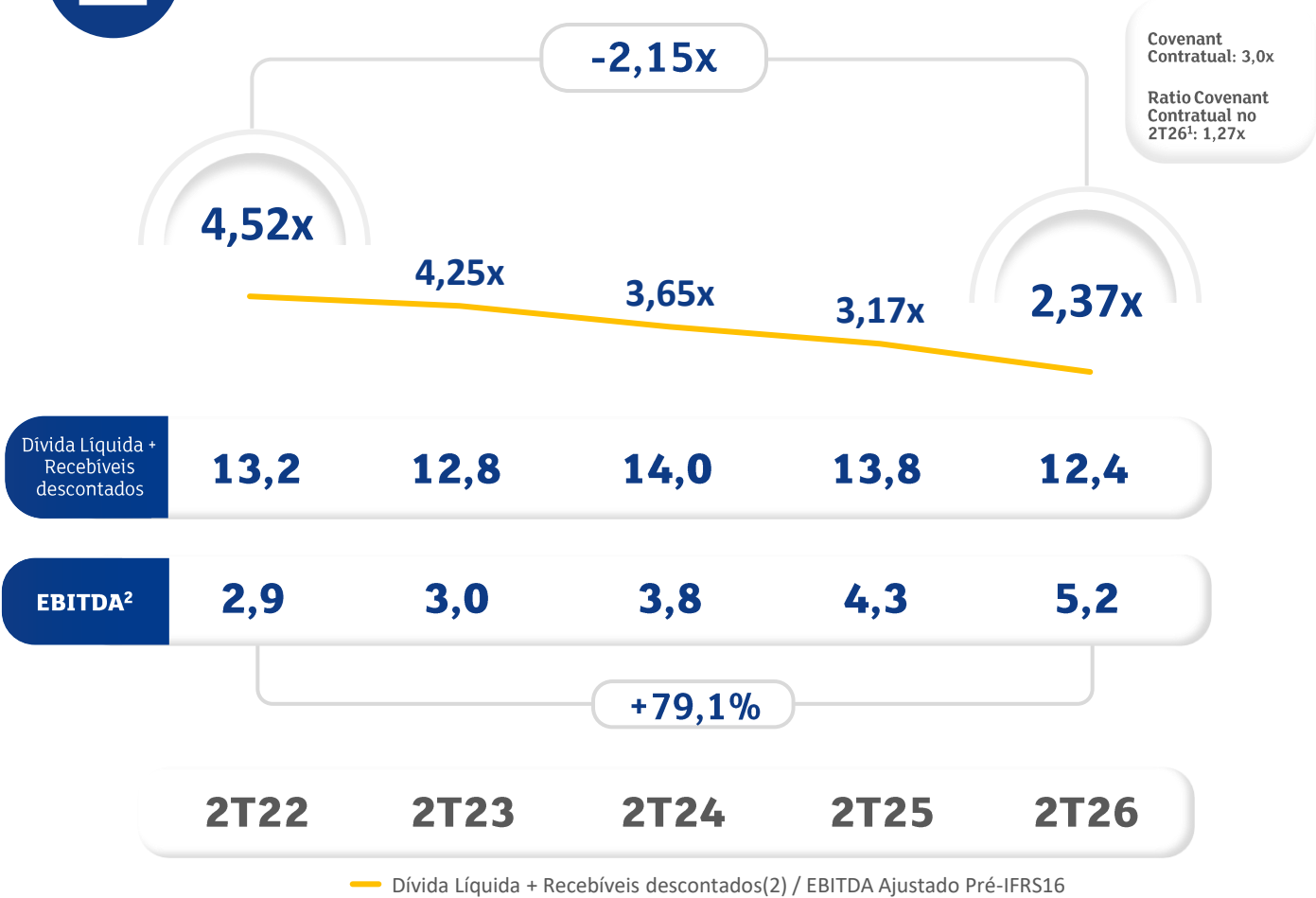
REDUÇÃO DA DÍVIDA LÍQUIDA

(R\$ bilhões)

	2T25	2T26	Variação
Dívida Bruta	16,2	15,7	0,4
Caixa Ajustado	2,4	3,4	1,0
Caixa Bruto	4,5	4,5	0,0
Recebíveis Descontados	-2,1	-1,1	-1,0
Dívida Líquida + Recebíveis descontados	13,8	12,4	1,4



ALAVANCAGEM FINANCEIRA



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

⁽²⁾ Ajustado pelo resultado de outras receitas e despesas operacionais e excluindo equivalência patrimonial dos últimos 12 meses.

DISPONIBILIDADE DE CAIXA ALCANÇA R\$ 7,0 BILHÕES NO 2T26

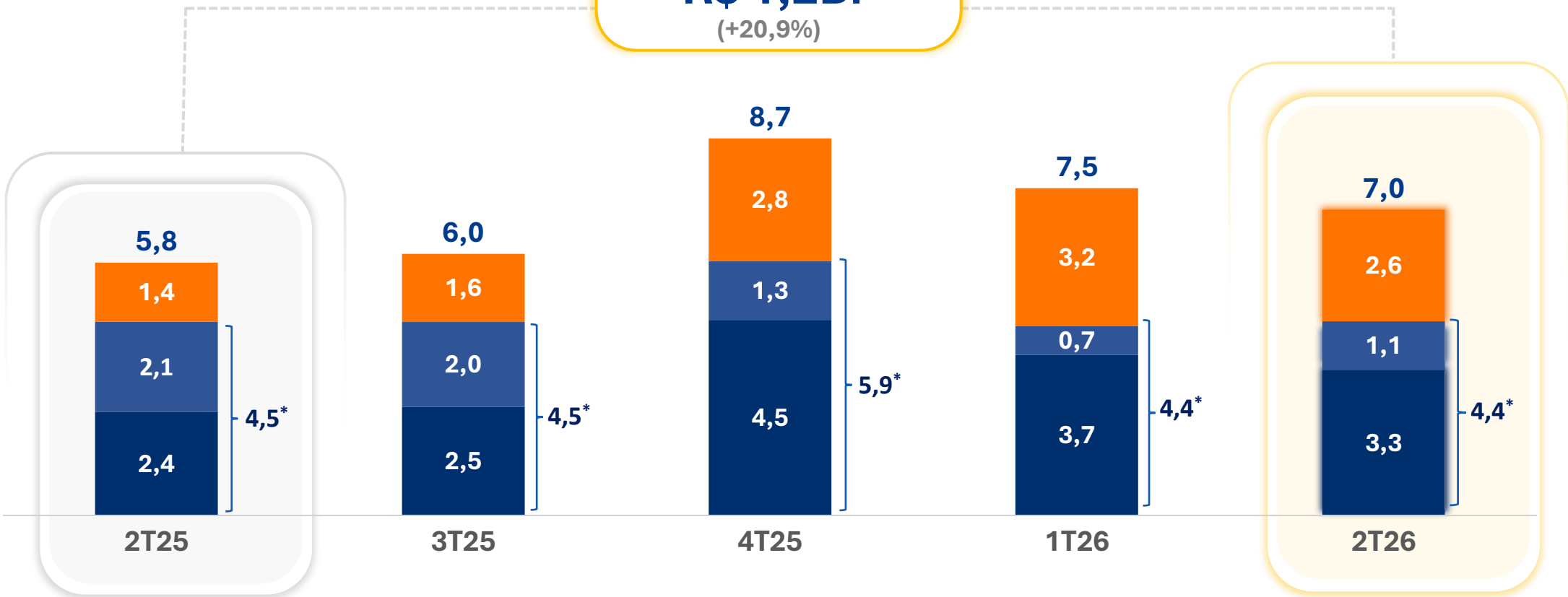


DISPONIBILIDADE DE CAIXA

(R\$ bilhões)

+R\$ 1,2Bi

(+20,9%)



■ Caixa (Exc. Recebíveis Descontados) ■ Recebíveis Descontados ■ Recebíveis Não Descontados

(*) considerando os recebíveis não descontados com liquidez passível em D+1

SUSTENTABILIDADE

DIVULGAÇÃO DE
RESULTADOS
2T26



AVANÇOS EM ESG

Compromisso com crescimento sustentável, gerando valor para a sociedade e o meio ambiente.



GESTÃO ÉTICA E TRANSPARENTE



4º
ano consecutivo
no ISE B3



Evolução
no ranking e única do
varejo alimentar



OPERAÇÕES EFICIENTES



47%

dos resíduos
reaproveitados



+60,5%

no número de
lojas com
compostagem



+37%

no número de
lojas com
eficiência hídrica



5º ano

consecutivo com
Selo Ouro no GHG
Protocol



PESSOAS E COMUNIDADES



26,8%

da liderança
composta por
mulheres



44,2%

da liderança
composta por
pessoas negras



15,5%

dos
colaboradores
com 50+ anos



1,6%

de migrantes
e refugiados
no quadro



5,4%

de
colaboradores
PcD



5,0%

de jovens
aprendizes



Instituto Assaí



Relatório Anual 2025

os resultados do primeiro triênio (2023–2025) e os avanços do investimento social da Companhia.

AVENIDAS DE CRESCIMENTO

DIVULGAÇÃO DE
RESULTADOS
2T26

para todos.

ASSAÍ FARMA

Atendimento Preferencial

PREÇO
POPULAR
PARA TODOS

MEDICAMENTOS

PREÇO
POPULAR
PARA TODOS

G GENÉRICOS

COMPRAS ONLINE
RETIRE AQUI

ASSAÍ
ATACADISTA

EVOLUÇÃO DO MODELO DE NEGÓCIO

Fluxo crescente de clientes (40 milhões/mês) como alavanca para o aumento do *share of wallet*

Iniciativas em execução



BEM-ESTAR

Expansão da categoria de suplementação

93 → 300 lojas
Até o final do 3T26

Whey Protein,
Creatina e
Pré-treino



MARCA PRÓPRIA

Lançamento de
~30 produtos
“Marca Própria”

Captura de tendência de consumo com preservação de rentabilidade

Novos produtos incorporados semanalmente ao sortimento



ASSAÍ DIGITAL

+237% nas vendas via Last Mile

104 lojas com operação via iFood

16 milhões de usuários no Meu Assaí



IN & OUT

Produtos de alta atratividade a **preços competitivos**

Calendarização dos produtos

Lotes de televisores e itens relacionados ao universo do futebol

Em andamento/estudo



SERVIÇOS FINANCEIROS

Avaliação de parceiros estratégicos e novos produtos

Projeto piloto **Assaí Pay** em operação em **30 lojas**

~55% são novos clientes Assaí



POSTOS E ELETROPOSTOS

~20 milhões de veículos/mês

Até **50% de economia** na recarga

Plataforma integrada com experiência digital

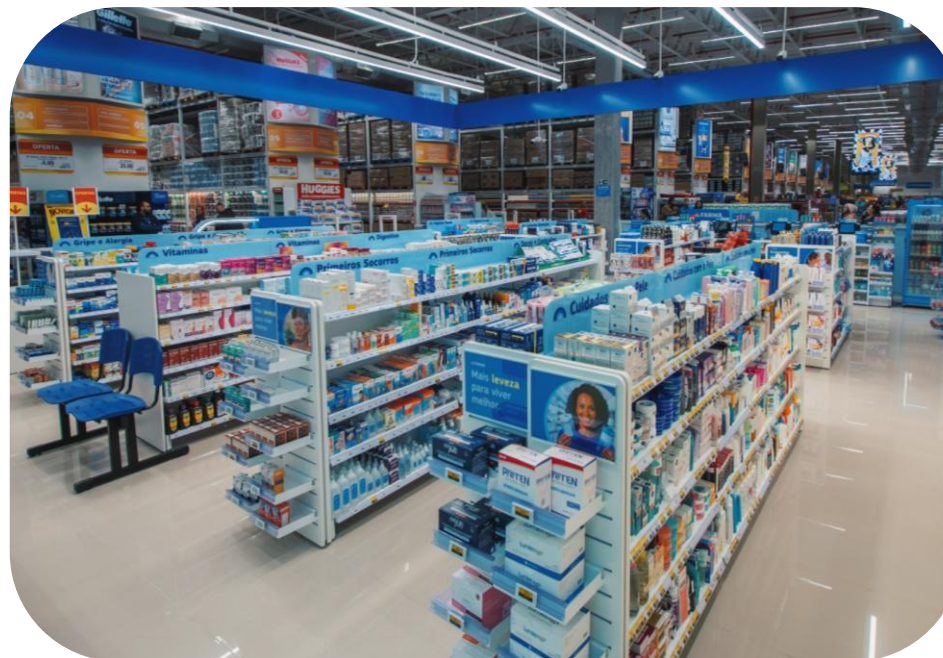
CRM completo e fidelização dos clientes

Assaí Farma

Novo marco na evolução do modelo de negócio:
1ª do setor, lançada **4 meses após a aprovação da lei**²



Em **julho**, inauguramos a **primeira unidade da Assaí Farma**, fortalecendo nosso modelo de negócio **e iniciando o e-commerce próprio**



NOSSA EXPANSÃO



2

Unidades
em operação⁽¹⁾



25

Unidades
até o final de 2026



250

Unidades potenciais
no longo prazo

Farmácia completa

Sortimento completo de **medicamentos**, inclusive os prescritos (ex. GLP-1) e controlados, além de dermocosméticos, vitaminas, suplementos, higiene e perfumaria.

Tudo isso estará integrado ao aplicativo **Meu Assaí**



Praticidade

compre on-line e
retire na loja



Confiança

em uma marca
consolidada no varejo brasileiro



Cuidado

com a saúde e o bem-estar
dos nossos clientes

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.*

Quando seu nome for anunciado, uma solicitação para ativar seu microfone aparecerá na tela; ative-o para fazer suas perguntas.

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

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

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

When your name is 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 request that you ask all of your questions at once.



Chat



Q&A



Interpretation



ASSAÍ

ATACADISTA

OBRIGADO

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

EARNINGS RESULTS

2nd QUARTER 2026



MARKET SHARE GAINS, HIGHER LFL TRAFFIC, AND STABLE PROFITABILITY REINFORCE ASSAÍ'S RESILIENCE

Leverage declines to 2.37x, reaching its lowest level since 3Q21



Sales



Gross Revenue: R\$21.4 billion (+2.4%)



Same-Store Sales: +0.9%, despite a challenging consumer environment¹



Same-Store Market Share²: +0.3 p.p.



Customer Traffic: +3.4%, exceeding 40 million monthly customers



Current context



Macroeconomic Environment

Persistently high interest rates and elevated household indebtedness continued to weigh on consumers' purchasing power.



Consumer Environment

Consumer spending remained under pressure from higher interest payments, particularly among lower-income consumers.



Consumer Dynamics

Trade-down persisted as a hedge against inflation, helping preserve basket volumes.



Profitability

- **EBITDA Margin Pre-IFRS 16⁵:** 5.6% (-0.1 p.p.)
 - **Gross Margin (+0.4 p.p.):** commercial strategy, operational maturation, and continued progress in higher value-added initiatives.
 - **SG&A Expenses (+5.1%):** inflation, higher store traffic, and investments in new growth avenues.



Net Income

- **Recurring Pre-IFRS 16 Net Income R\$ 344M³** (+94%)
 - **Reported Pre-IFRS 16 Net Income⁴:** R\$ 537M



Cash Generation and Leverage

- 12 months operating cash generation: R\$3.3 billion
- Net debt reduced by R\$1.4 billion over the last 12 months
- Leverage: 2.37x, down 0.80x vs. 2Q25 and 0.15x vs. 1Q26
- Total cash availability: R\$7.0 billion
- Discounted receivables were reduced by R\$953 million vs 2Q25

¹ Excluding calendar effects. ² Nielsen Retail Index – 2Q26 vs. 2Q25. ³ Net income including recurring PIS/COFINS tax credits, applying a 34.0% statutory tax rate. ⁴ Reported net income, including tax credits. ⁵ Earnings before interest, taxes, depreciation and amortization (EBITDA), adjusted for other operating income and expenses.

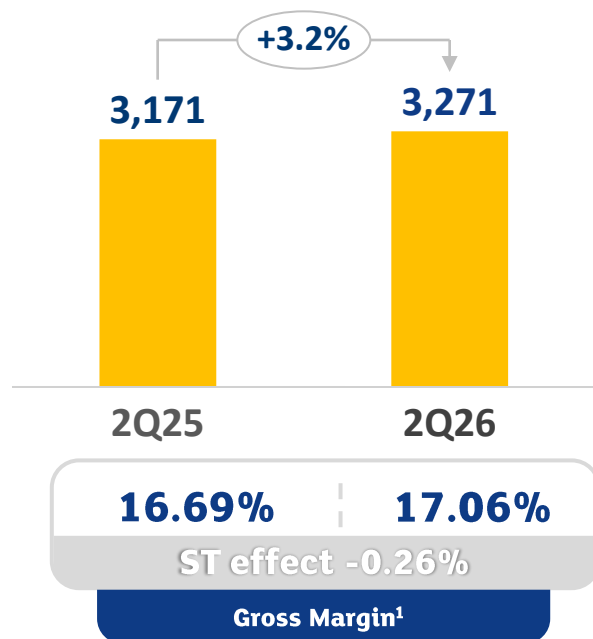
OPERATIONAL EVOLUTION SUSTAINS PROFITABILITY

Stable profitability despite a challenging consumer environment



GROSS PROFIT

R\$ million; Pre-IFRS 16

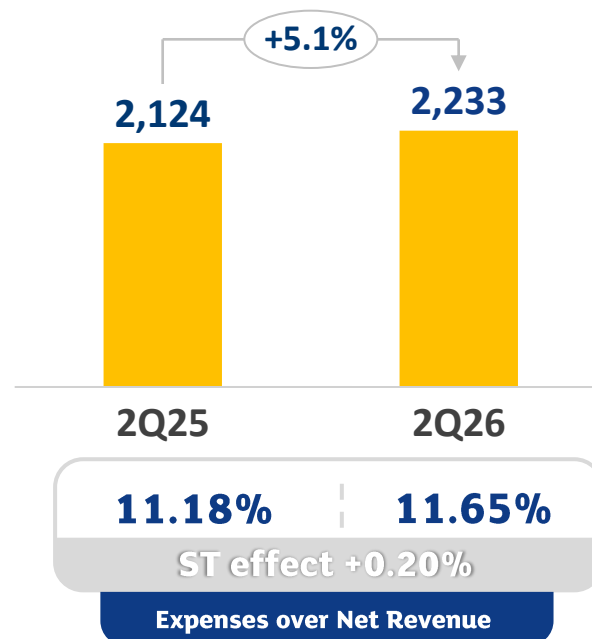


- Commercial strategy adapted to market conditions
- Operational maturation of stores and services
- Higher gross margin while maintaining competitiveness and gaining market share



SG&A EXPENSES

R\$ million; Pre-IFRS 16

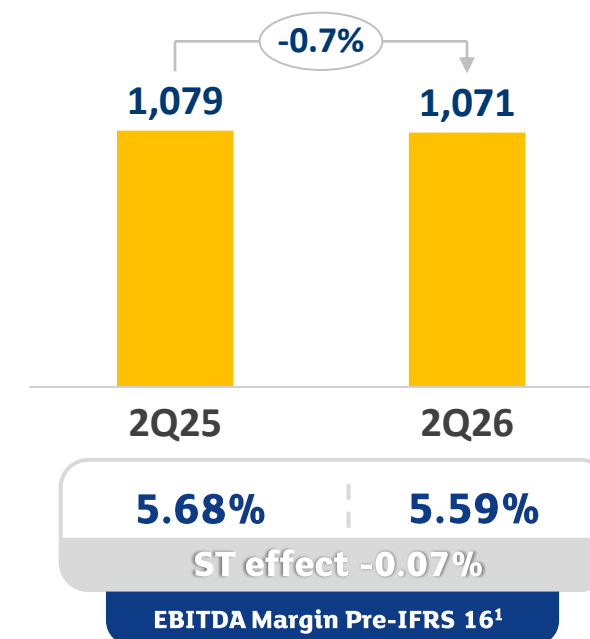


- Investments in new growth avenues
- Expenses reflect higher customer traffic combined with the trade-down trend



ADJUSTED EBITDA

R\$ million; Pre-IFRS 16



- Stable margin

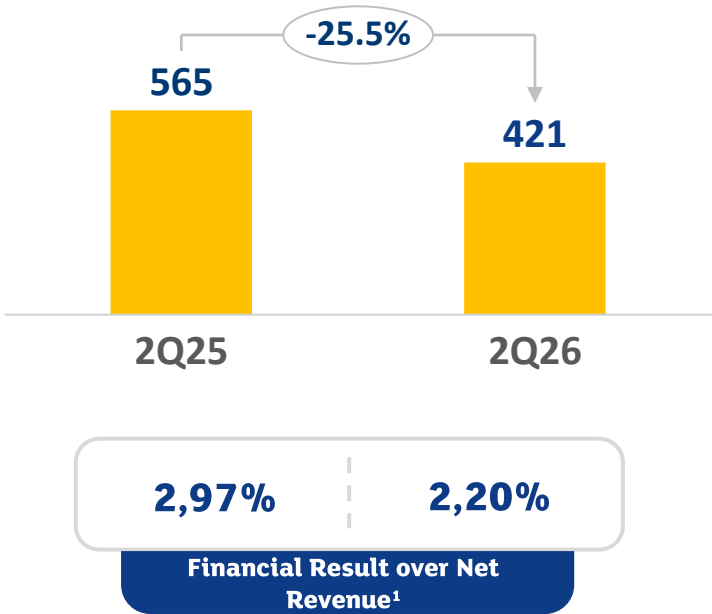
⁽¹⁾ % Net Revenue

LOWER FINANCIAL RESULTS AND 94% GROWTH IN RECURRING NET INCOME



NET FINANCIAL RESULT

R\$ million; Pre-IFRS 16

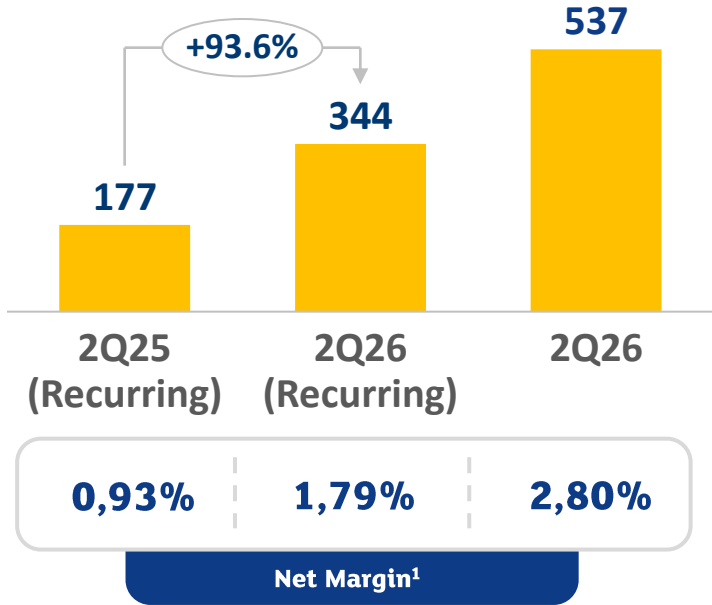


- Lower average debt during the period
- Lower receivables discounting costs
- Monetary adjustment of tax credits



NET INCOME

R\$ Million; Pre-IFRS 16



- Growth in recurring net income
- Positive impact from tax credits

⁽¹⁾ % Net Revenue

DELEVERAGING PROCESS DRIVEN BY NET DEBT REDUCTION

Cash generation supports leverage reduction to 2.37x in 2Q26



LTM CASH GENERATION

(R\$ billion)

Operating Cash Generation	3.3
Capex + SLB	-0.6
Free Cash Generation	2.7
Cost of Debt + Dividends	-2.3
Final Cash Generation	0.4
Normalization of Receivables Discounting	1.0
Final Cash Generation + Receivables Discounting Adjustment	1.4



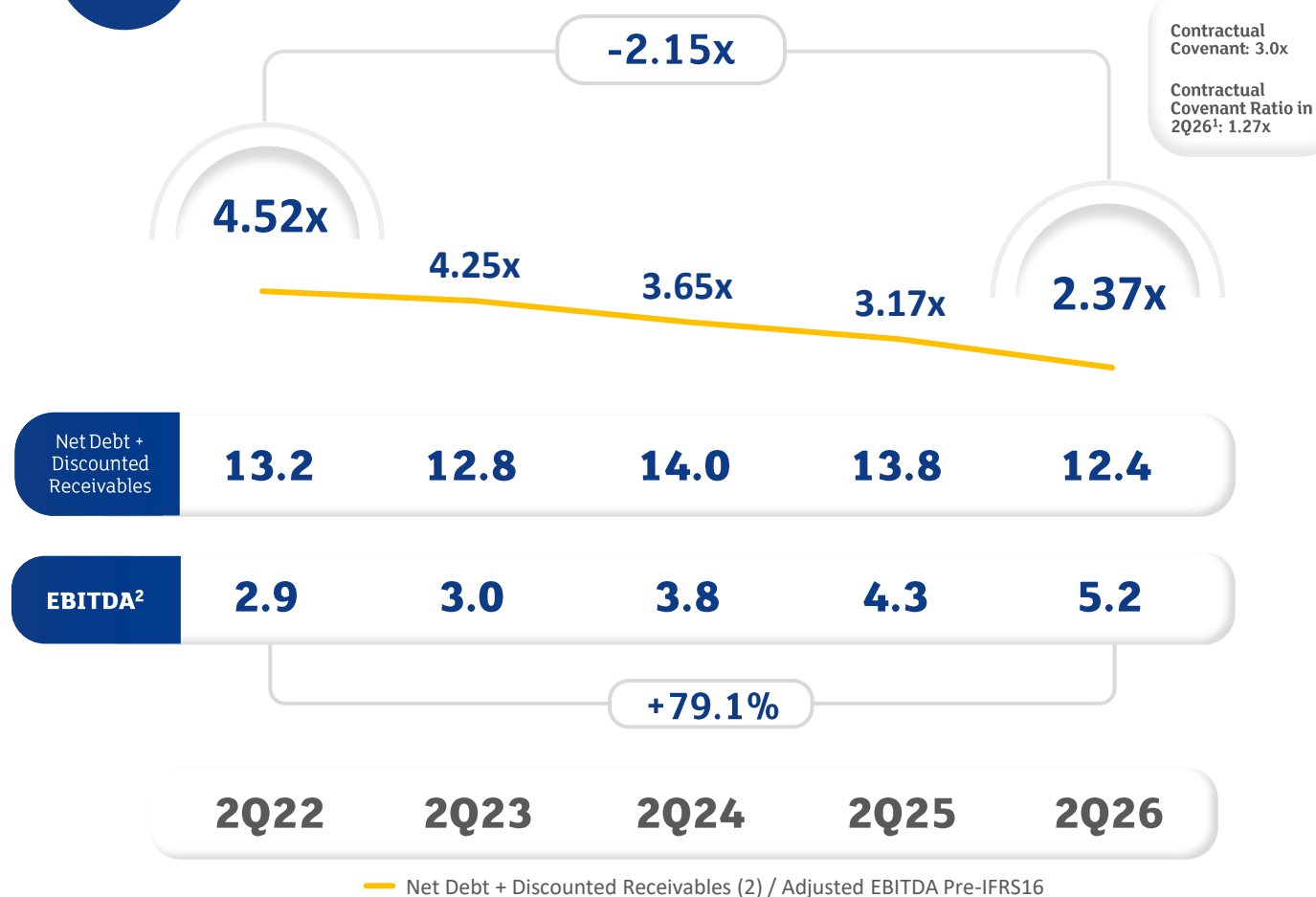
NET DEBT REDUCTION

(R\$ billion)

	2Q25	2Q26	Variation
Gross Debt	16.2	15.7	0.4
Adjusted Cash	2.4	3.4	1.0
Gross Cash	4.5	4.5	0.0
Discounted Receivables	-2.1	-1.1	-1.0
Net Debt + Discounted Receivables	13.8	12.4	1.4



FINANCIAL LEVERAGE



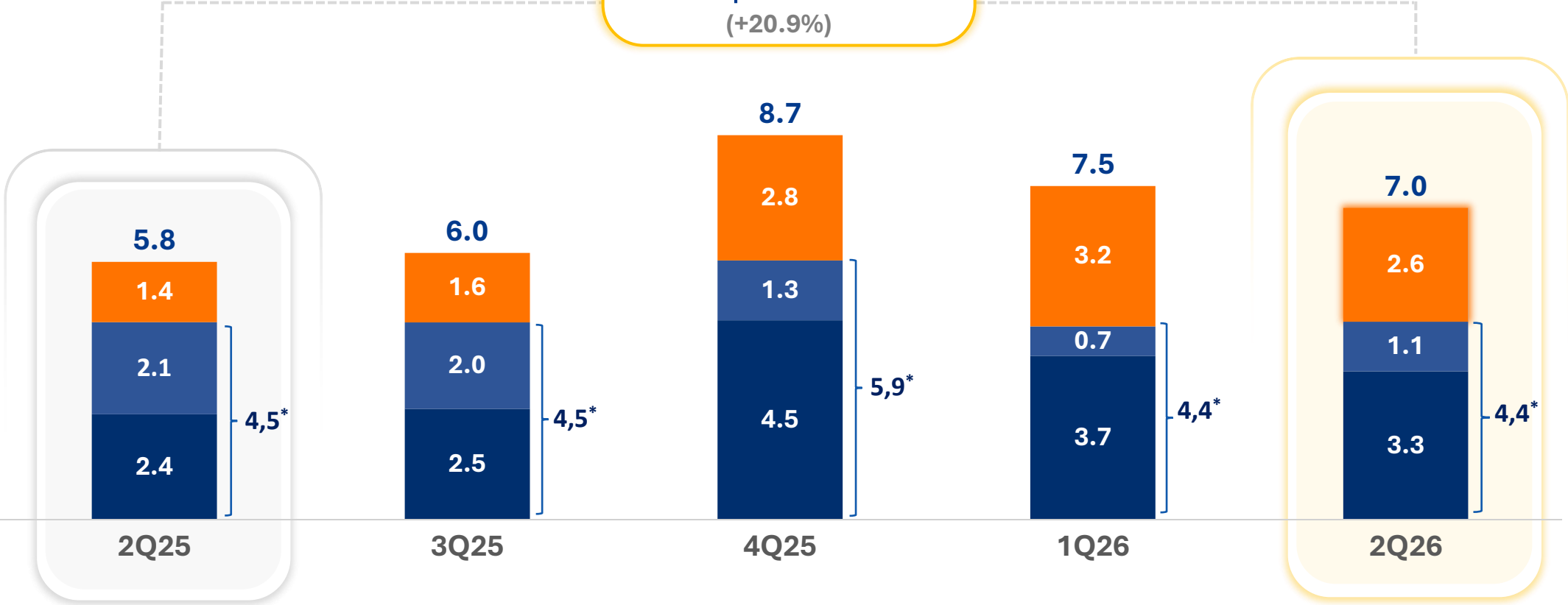
(1) Covenant leverage ratio: [Gross Debt (-) Cash and Cash Equivalents (-) Trade Receivables discounted net of a 1.5% haircut] / [Gross Profit (+) Logistics Depreciation (-) SG&A].
(2) Adjusted for other operating income and expenses and excluding equity income from the last twelve months.

CASH AVAILABILITY REACHES R\$7.0 BILLION IN 2Q26



CASH AVAILABILITY (R\$ billion)

+R\$ 1.2Bn
(+20.9%)



■ Cash (Ex. Discounted Receivables) ■ Discounted Receivables ■ Receivables Not Discounted

(*) Considering undiscounted receivables with D+1 liquidity.

SUSTAINABILITY

EARNINGS RELEASE
2026



ESG PROGRESS

Committed to sustainable growth, creating value for society and the environment



**ETHICAL AND
TRANSPARENT
MANAGEMENT**

**4th
Consecutive Year in
the B3 ISE**

**Improved**
Position in the ranking and the
only food retailer included

**EFFICIENT OPERATIONS**

**47%**
Waste Reused

**+60.5%**
Increase in the Number of Stores with Composting

**+37%**
Increase in the Number of Water-Efficient Stores

**5th
Consecutive
Year**
with the GHG Protocol Gold Seal

**PEOPLE AND COMMUNITIES**

**26,8%**
of Leadership Positions Held by Women

**44,2%**
of Leadership Positions Held by Black Professionals

**15,5%**
of Employees Aged 50+

**1,6%**
of employees who are migrants or refugees

**5,4%**
of employees with disabilities (PwD)

**5,0%**
of young apprentices

**Instituto Assaí**

**2025 Annual Report**
results of the first three-year cycle (2023–2025) and the progress of the Company's social investment initiatives.

GROWTH AVENUES

EARNINGS RELEASE
2026



ASSAÍ
ATACADISTA

EVOLUTION OF THE BUSINESS MODEL

Growing customer traffic (40 million/month) driving higher share of wallet

Ongoing Initiatives



WELLNESS

Expansion of the **supplements** category

93 → 300 stores
By the end of 3Q26

Whey Protein, Creatine, and Pre-workout



PRIVATE LABEL

Launch of **~30** "Private Label" products

Capturing consumption trends while preserving profitability

New products added to the assortment every week.



ASSAÍ DIGITAL

+237% in sales via Last Mile

104 stores operating via iFood

16 million Meu Assaí app users



IN & OUT

Highly attractive products at **competitive prices**

Seasonal product calendar

TV bundles and football-related products

In Progress / Under Evaluation



FINANCIAL SERVICES

Evaluating strategic partners & new products

Assaí Pay pilot project underway in **30 stores.**

~55% are new Assaí customers



EV CHARGING STATIONS

~20 million vehicles/month

Up to **50% savings** on EV charging

Integrated digital platform

CRM and loyalty program

New initiatives that **generate value**, strengthen our ecosystem, and **deepen our connection** with customers

Assaí Farma

New milestone in the evolution of our business model: **First in the sector**, launched just **4 months after the legislation² was approved**.



In **July**, we opened the **first Assaí Farma store**, further strengthening our business model and **launching our proprietary e-commerce platform**.



OUR EXPANSION



2

Stores in operation¹



25

Stores by the end of 2026



250

Potential locations in the long term

A complete pharmacy

Complete assortment of **medications**, including prescription (e.g., GLP-1) and controlled drugs, as well as dermocosmetics, vitamins, supplements, personal care, and beauty products.

Will be fully integrated with the **Meu Assaí** app.



Convenience

shop online and pick up in store



Trust

backed by an **established brand in Brazilian retail**



Care

focused on customers' health and well-being

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.*

Quando seu nome for anunciado, uma solicitação para ativar seu microfone aparecerá na tela; ative-o para fazer suas perguntas.

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

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

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

When your name is 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 request that you ask all of your questions at once.



Chat



Q&A



Interpretation



ASSAÍ

ATACADISTA

THANK YOU

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