

DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS

4º TRIMESTRE DE 2025

12 DE FEVEREIRO DE 2026



2025

- Geração de Caixa Livre: R\$ 2,8 bi
- 84% de conversão de EBITDA em caixa
- 2,56x, abaixo do *guidance* (2,60x)
- Redução da Dívida Líquida: R\$ 1,2 bi
- R\$ 84,7 bi (+5,2%)
- SSS excl. efeito calendário: +2,6%
- +10 novas lojas, 312 em operação
- Expansão de mg bruta (16,8%; +0,3p.p.): execução comercial e maturação das novas lojas
- Aumento de SG&A (11,2%; -0,2p.p.): ligado aos projetos das novas avenidas de crescimento e de eficiência operacional
- EBITDA Pré-IFRS 16: R\$ 4,5 bi | Margem 5,8% (+0,2 p.p.)
- Lucro Líquido⁽¹⁾
 - Pré-IFRS 16: R\$ 847 M
 - Pós-IFRS 16: R\$ 645 M

Caixa e Alavancagem

Vendas

Lucro Bruto e SG&A

Rentabilidade

4T25



Vendas

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



Rentabilidade

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

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

Compromisso com a geração consistente de caixa



Geração de Caixa

(R\$ Bilhões)

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

Alavancagem

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



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

Redução da Dívida Líquida

(R\$ Bilhões)

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

Disciplina Financeira

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

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

⁽²⁾ Ratios Contratuais: [Dívida Bruta (-) Caixa (-) Contas a receber com deságio de 1,5%] / [Lucro Bruto (+) Depreciação Logística (-) SG&A]

Assaí segue evoluindo o modelo para capturar tendências de mercado
Fortalecimento da proposta de valor para atender cada vez melhor os clientes



Adaptação do Sortimento



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

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

Avenidas de Crescimento



Assaí Digital



IN & OUT



Marca Própria



**Serviços
Financeiros**



Mundo Saúde



Assaí Digital

Nova Parceria: Mercado Livre

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



Parcerias *last mile*

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



App Meu Assaí

16 milhões de cadastros

Frequência 61% maior

Gasto médio 40% superior

52% vendas identificadas





IN & OUT



Itens de
Oportunidade



Ofertas por
tempo limitado



Preços
imbatíveis



Marca Própria fortalece o posicionamento com clientes e indústria

Desenvolvimento de produtos com melhor custo benefício



Marca Própria



Melhoria de margem



Produtos de qualidade similar às marcas líderes com preços mais baixos



Lançamento no 1T26 em São Paulo



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



Foco nas marcas Chef e Assaí



ASSAÍ

ASSAÍ
chef

Mundo Saúde é beneficiado pela posição estratégica do Assaí

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



Mundo Saúde

Suplementação e Energia Diária

- Maior foco e criação de espaço dedicado da loja com suplementos (Creatina, Pré-treino, Whey Protein, Bebida láctea proteica, barrinha proteica)
- Primeira fase em 93 lojas
- Início no 1T26

Nova categoria



Assaí Farma



- Piloto com 25 lojas no 2S26
- Localização estratégica na loja



2004

Criação da FIC -
Joint venture
GPA e Itaú



2020

Cisão GPA x Assaí

2017

Lançamento do
Cartão Passaí



**Exclusividade na
oferta de serviços
pela FIC**

Cartão Passaí como
único produto

2025

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



2026

Aprovação Cisão
pelo BACEN



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

2028

Término da parceria
com a FIC
(saída Assaí)

Assaí fica livre
para lançar
novo cartão
co-branded

Ampliação do ecossistema de serviços financeiros

Maior aderência ao público da Companhia



Serviços Financeiros



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

Novas Soluções Financeiras



Cartão Private Label



Seguros



Assistências



Consórcios



Soluções Digitais



Conta PJ

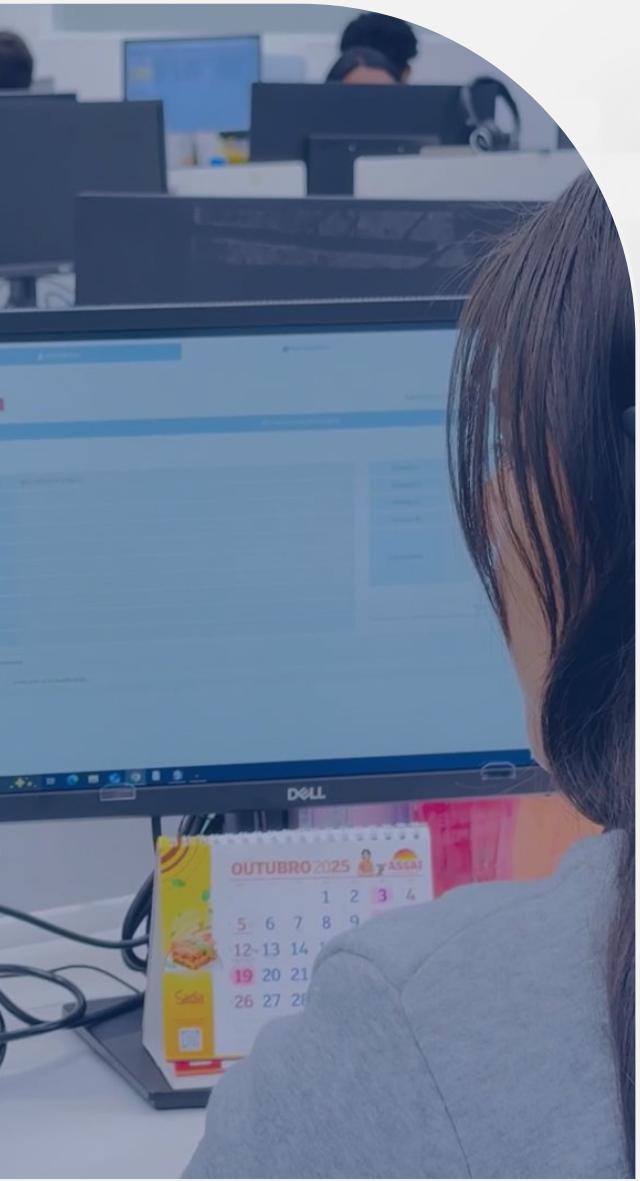
Adquirência (maquininhas)

Piloto em andamento

Roll out durante 2026

Assaí Pay





Fiscal Remoto

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



Gestão de Compras, Abastecimento e Precificação

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



Recebimento de Mercadoria

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



Marketing

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



Segurança

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



Reestruturações

- Reestruturações no corporativo, simplificando estruturas

Avanços ESG



Operações Eficientes:

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



Gestão Ética e Transparente

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



Desenvolvimento de Pessoas e Comunidades:

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



Instituto Assai

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

Prêmios e Reconhecimentos

Consumidor Moderno

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

Elite InfoMoney:

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

Popai Brasil:

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

Prêmio Valoriza

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



Q&A

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

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

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

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

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

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

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

We kindly ask you to make all questions at once.





OBRIGADO

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