



Divulgação de Resultados

● ASSAÍ | 2T26



Videoconferência de resultados

Sexta-feira, 07 de agosto 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 IGPTW B3 ITAG B3 SMLL B3 ASAIY

Evolução de faturamento: fluxo recorde de clientes e ganhos de *Market Share*

Redução de 0,8x na alavancagem: 2,37x (vs. 3,17x no 2T25 e 2,52x no 1T26)

Receita Bruta

R\$ 21,4 bi

+2,4% vs 2T25

Vendas "Mesmas Lojas"¹

+0,9%

vs. 2T25

Market Share "Mesmas Lojas"

+0,3 p.p.

vs. 2T25

Fluxo Mensal de Clientes

+3,4%

+ de 40 milhões de clientes mensais

Margem Bruta

+0,4 p.p.

vs. 2T25

Rentabilidade resiliente com maturação operacional e foco no controle de despesas

OPERACIONAL

- **11 lojas abertas nos últimos 12 meses**
- **1,7 mil self-checkouts em 305 lojas**
- **Inauguração do primeiro Assaí Farma:**
 - 1ª Farmácia em supermercados do Brasil
 - Ecossistema digital integrado desde o lançamento
- **Evolução em novas avenidas de crescimento:**
 - Lançamento de ~30 produtos "Marca Própria"
 - Maior oferta de produtos "In & Out" com foco na Copa do Mundo

RENTABILIDADE (excluindo créditos PIS/COFINS)

- **Margem bruta: +0,4 p.p.**
 - Estratégia comercial alinhada ao cenário de consumo e avanço na maturação das lojas novas e serviços
- **EBITDA Ajustado²: R\$ 1,1 bi – Margem praticamente estável em 5,6% (-0,1 p.p.)**
- **Lucro líquido recorrente³ Pré-IFRS: R\$ 344M**
 - Lucro contábil Pré-IFRS16: R\$ 537M

Sólida geração de caixa e continuidade na trajetória de redução da alavancagem

GERAÇÃO DE CAIXA E ALAVANCAGEM

- **Disponibilidade total de caixa: R\$ 7,0 bi (+20,9% vs. 2T25)**
- **Geração de Caixa operacional de R\$ 3,3 bi nos últimos 12 meses**
- **Dívida líquida recua R\$ 1,4 bilhão em 12M: menor investimento e evolução de EBITDA acumulado⁴ (+20,2%)**
- **Redução de R\$ 953 milhões de recebíveis descontados: R\$ 1,1 bi no 2T26 vs. R\$ 2,1 bi no 2T25**
- **Alavancagem⁵: 2,37x (vs. 3,17x no 2T25 e 2,52x no 1T26)**

(1) Exclui efeito calendário de -1,4 p.p.; (2) EBITDA Ajustado Pré-IFRS 16 excluindo créditos de PIS/COFINS; (3) Lucro líquido incluindo créditos recorrentes de PIS/COFINS com alíquota base de 34%; (4) EBITDA Ajustado Pré-IFRS 16 (considera créditos tributários e exclui equivalência patrimonial); (5) Dívida Líquida + Recebíveis Descontados / EBITDA Ajustado Pré-IFRS16.

Mensagem da Administração

“Encerramos o 2º trimestre com ganho de participação de mercado, fluxo recorde de clientes e a menor alavancagem desde o 3T21, mesmo em um ambiente de consumo que permaneceu desafiador, especialmente para os consumidores mais sensíveis a preço (parcela relevante da nossa base).

A inflação de alimentos voltou a pressionar o trimestre, principalmente em abril e em maio, ainda que com acomodação em junho. Ao mesmo tempo, o consumidor seguiu impactado pelo elevado nível de endividamento familiar, com mais de 80% dos domicílios declarando possuir dívidas a vencer (CNC – junho/26), e por uma renda disponível exigindo escolhas.

Esse contexto reforçou um comportamento em duas velocidades: consumidores de maior renda seguem mais resilientes; enquanto as famílias de menor renda ajustam sua cesta para preservar o orçamento.

O *trade down* permaneceu presente, com migração entre marcas, categorias, tamanhos de embalagem e canais de compra, somando-se a mudanças estruturais nos hábitos de consumo, como maior atenção à saúde, ao bem-estar e à conveniência. Na prática, o *trade down* funciona como um amortecedor parcial da inflação no bolso das famílias. Diante da pressão de preços, o consumidor mantém frequência de compra (nosso fluxo de clientes atingiu patamar recorde, superando 40 milhões de pessoas/mês), mas ajusta a composição da cesta. Esse movimento ajuda a explicar a combinação de crescimento de vendas, ganho de participação e ticket médio pressionado.

Nesse ambiente, a proposta de valor do Assaí se mostrou ainda mais vencedora. Crescemos em vendas, ganhamos participação de mercado e reforçamos a resiliência do nosso modelo de negócios, atendendo diferentes perfis de clientes (consumidores finais e empreendedores) com preço baixo, variedade, escala e eficiência operacional.

Também avançamos nas duas principais prioridades estratégicas do ano: geração de caixa e redução da alavancagem. A geração de caixa livre de R\$ 2,7 bilhões nos últimos 12 meses, combinada à disciplina na alocação de capital, à redução do ritmo de expansão e à evolução dos resultados operacionais, levou a alavancagem a 2,37x, queda de 0,8x em 12 meses e o menor patamar desde o 3T21.

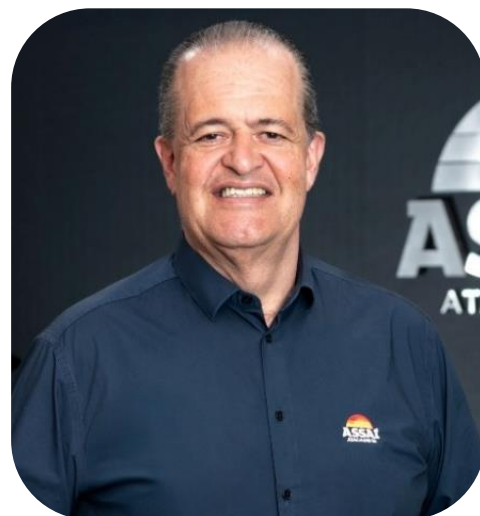
Essa solidez financeira amplia nossa capacidade de evoluir o Assaí com disciplina, preservando o foco em eficiência operacional, geração de caixa e criação de valor.

Seguimos avançando nos projetos estratégicos, sempre de forma complementar ao nosso negócio principal. Em julho inauguramos as duas primeiras unidades do Assaí Farma, marco não apenas para a Companhia, mas para o setor alimentar: essas foram as primeiras farmácias dentro da área de vendas de um varejista alimentar, apenas quatro meses após a sanção da lei.

Também avançamos na expansão de marcas próprias, nas iniciativas do Assaí Digital e no desenvolvimento de soluções comerciais que ampliam nossa presença na vida dos clientes. Ainda, no trimestre fomos reconhecidos pela Brand Finance como a marca mais valiosa do varejo brasileiro.

Agradeço aos nossos mais de 90 mil colaboradores, que seguem demonstrando compromisso, dedicação e capacidade de execução, mantendo o cliente sempre no centro das decisões.

Seguimos confiantes na estratégia que temos construído. Encerramos mais um trimestre com uma operação sólida, estrutura financeira fortalecida e iniciativas relevantes para ampliar nossas oportunidades de crescimento, sempre com disciplina na alocação de capital, eficiência operacional, geração de caixa e criação sustentável de valor para acionistas, clientes, colaboradores e parceiros.”





Divulgação de Resultados - Assaí 2T26

Desempenho Financeiro

Para fins de comparabilidade, a tabela abaixo apresenta os resultados operacionais recorrentes dos períodos apresentados. As análises operacionais apresentadas ao longo deste release consideram os resultados recorrentes e ajustados por efeitos não operacionais com as devidas tratativas e explicações.

Pré-IFRS16 (R\$ milhões)	2T26	2T25	Δ	1S26	1S25	Δ
Receita Bruta	21.382	20.879	2,4%	42.019	41.170	2,1%
Receita Líquida	19.175	19.002	0,9%	37.813	37.554	0,7%
Lucro Bruto ⁽¹⁾	3.271	3.171	3,2%	6.388	6.229	2,6%
Margem Bruta ⁽¹⁾	17,1%	16,7%	0,37 p.p.	16,9%	16,6%	0,30 p.p.
Desp. com Vendas, Gerais e Adm.	(2.233)	(2.124)	5,1%	(4.356)	(4.191)	3,9%
% da Receita Líquida	-11,6%	-11,2%	-0,47 p.p.	-11,5%	-11,2%	-0,36 p.p.
EBITDA Ajustado ⁽²⁾	1.071	1.079	-0,7%	2.096	2.101	-0,2%
Margem EBITDA Ajustado ⁽²⁾	5,6%	5,7%	-0,09 p.p.	5,5%	5,6%	-0,05 p.p.

(1) Inclui depreciação logística (destacada na DRE disposta no Anexo II) e exclui créditos tributários de PIS/COFINS no CMV.

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

O resultado operacional foi impactado positivamente pela monetização de 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 2T26 da Companhia, com efeito de aproximadamente R\$ 293 milhões no resultado do trimestre.

Ainda, o resultado operacional contempla efeitos positivos de R\$ 110 milhões decorrentes da apuração de créditos tributários relacionados a operações recorrentes e sujeitos ao regime plurifásico mencionado acima. Esse crédito será compensado com obrigações correntes de PIS/COFINS.

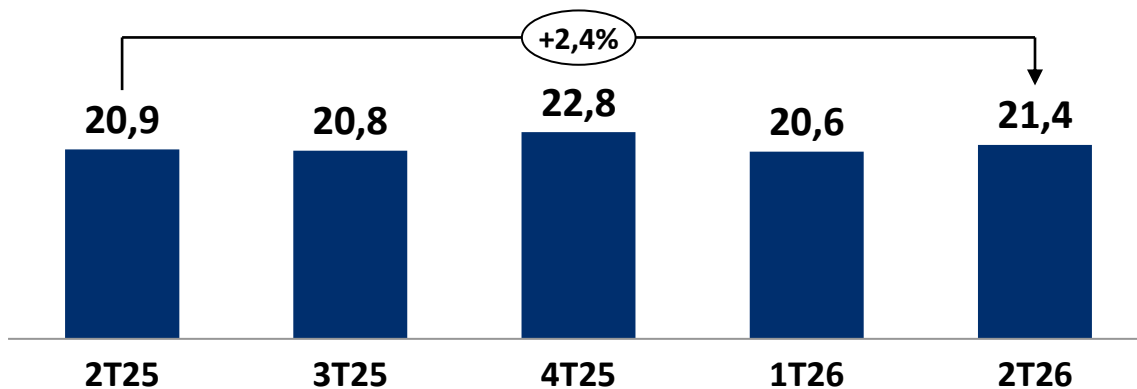
O efeito dos referidos créditos tributários está refletido na redução do custo das mercadorias vendidas (CMV) e consequente melhoria do lucro bruto.



CRESCIMENTO EM UM AMBIENTE DE CONSUMO AINDA DESAFIADOR



Receita Bruta (R\$ Bilhões)



LfL ⁽¹⁾ (%)	2T25	3T25	4T25	1T26	2T26
	+4,6	0,0	+0,9	-0,9	+0,9

Inflação Alimentar (%)	2T25	3T25	4T25	1T26	2T26
	+6,2	+6,0	+1,4	+0,5	+3,0

A receita bruta atingiu R\$ 21,4 bilhões no 2T26, crescimento de +2,4% em relação ao 2T25. O faturamento do período foi influenciado por um ambiente de consumo desafiador ao longo do trimestre, reflexo do elevado endividamento das famílias e da manutenção das taxas de juros em patamares mais altos, fatores que seguem limitando o poder de compra e impactando as vendas, com efeito maior sobre os consumidores de menor renda.

No acumulado dos últimos 2 anos, as vendas cresceram +9,8%, um aumento de R\$ 1,9 bilhão no período.

Diante do desempenho de vendas no trimestre, observou-se:

- evolução no fluxo de clientes, ultrapassando 40 milhões de clientes mensais no período (+3,4% vs. 2T25);
- desempenho de vendas “mesmas lojas” de +0,9%, ajustado pelo efeito calendário de -1,4 p.p. no trimestre. O impacto reflete, principalmente, a comparação de datas móveis e o efeito excepcional dos jogos da Copa do Mundo, estimado em aproximadamente -1,0 p.p., quando observamos menor propensão às compras de abastecimento típicas do atacarejo nos dias dos jogos e o encerramento antecipado das lojas²;
- importantes ganhos de *market share*³ na visão “mesmas lojas” (+0,3 p.p.), reflexo da evolução no modelo de negócio e melhorias na experiência de compras ao longo dos últimos anos;
- avanço de +2,9% na performance das 11 lojas inauguradas nos últimos 12 meses.

As iniciativas voltadas ao aumento da produtividade continuaram avançando ao longo do trimestre. Ao final do 2T26, a Companhia contava com 1.705 *self-checkouts* em operação em 305 lojas, uma evolução de 41% em comparação aos 1.209 equipamentos distribuídos em 224 lojas no 2T25. A expansão dessa frente reforçou a eficiência operacional e contribuiu para aprimorar a experiência de compra dos clientes Assaí.

(1) Excluindo efeito calendário nos períodos; (2) Efeito do impacto da Copa do Mundo calculado com base na análise intradiária de vendas em lojas comparáveis, isolando os dias e horários dos jogos e comparando com padrões históricos e dias equivalentes; (3) Nielsen IQ

RENTABILIDADE SUSTENTADA PELA EVOLUÇÃO OPERACIONAL



Neste trimestre, a cesta de produtos que deixaram o regime de Substituição Tributária (ST) aumentou em relação ao 1T26. Com isso, essas vendas voltaram a ter o imposto destacado e deduzido da Receita Bruta. O efeito líquido no lucro em reais é pouco relevante, mas amplia o descasamento entre Receita Bruta e Receita Líquida e, por consequência, altera artificialmente o peso das margens e despesas quando calculados sobre a Receita Líquida. Como a base comparativa de 2025 não contempla esse efeito, a Companhia sugere que a análise de margens e de despesas como percentual da receita seja feita tanto sobre a Receita Líquida quanto sobre a Receita Bruta, sendo esta última a métrica que preserva a comparabilidade entre os períodos.

No 2T26, o lucro bruto atingiu R\$ 3,3 bilhões, com margem de 17,1%, patamar +0,4 p.p. superior ao 2T25, excluindo o efeito da ST, a margem teria expandido 0,1 p.p. . O desempenho é explicado, principalmente:

- pela estratégia comercial eficiente e manutenção da competitividade, demonstrada por ganhos de *market share*;
- pelo avanço do processo de maturação operacional da Companhia, à medida que as 138 lojas abertas nos últimos cinco anos evoluem em produtividade;
- pela expansão das iniciativas de maior valor agregado, com destaque para as 775 unidades de serviços (açougue, empório de frios e padaria) já implantadas, que seguem ampliando sua participação no mix de vendas e contribuindo positivamente para a rentabilidade da Companhia;
- pela evolução contínua do sistema de gestão de preços, que contribui ativamente para a melhoria no processo de precificação, capturando oportunidades comerciais e otimizando a gestão de margens.

As despesas totalizaram R\$ 2,2 bilhões no 2T26 (+5,1% vs. 2T25), equivalentes a 11,6% da receita líquida (+0,5 p.p. vs. 2T25). Excluindo o efeito da ST, isto é, calculado sobre a receita bruta, a pressão seria de apenas 0,3 p.p.. Essa dinâmica reflete, principalmente, o crescimento recorde do fluxo de clientes (+3,4%), inclusive na base “mesmas lojas”, uma vez que as despesas de operação de loja são mais sensíveis ao volume de atendimentos, à reposição e ao nível de serviço do que ao valor monetário da cesta. No trimestre, o movimento de *trade down* seguiu funcionando como um mecanismo de mitigação parcial da inflação para os consumidores, pressionando o ticket médio. Ainda assim, a despesa por cliente atendido cresceu apenas 1,6%, abaixo da inflação do período, evidenciando ganho real de produtividade, reforçado pela expansão dos self-checkouts (+41%). Adicionalmente, parte da variação está relacionada a iniciativas em fase inicial de implantação, como Farmácias, Marcas Próprias e Serviços Financeiros, que antecedem a captura das respectivas receitas.

A equivalência patrimonial (participação ~16,5% no capital da FIC) foi de R\$ 19 milhões no 2T26. As vendas realizadas por meio do Cartão Passaí representaram 5,4% do faturamento no período, enquanto o número de cartões ativos alcançou 1,4 milhões (+14,2% vs. 2T25).

O EBITDA Ajustado, por sua vez, totalizou R\$ 1,1 bilhão, com nível praticamente estável de margem de 5,6% (-0,1 p.p. vs. 2T25).



RESULTADO FINANCEIRO MELHORA COM MENOR CUSTO DA DÍVIDA E OTIMIZAÇÃO DO CAIXA MÉDIO



Pré-IFRS16 (R\$ milhões)	2T26	2T25	Δ	1S26	1S25	Δ
Rentabilidade de caixa e equivalentes	50	55	-9,1%	98	106	-7,5%
Encargos sobre a dívida	(583)	(624)	-6,6%	(1.183)	(1.165)	1,5%
Custo de antecipação de recebíveis	(13)	(53)	-75,5%	(40)	(92)	-56,5%
Outras receitas e atualizações monetárias	125	57	119,3%	140	74	89,2%
Resultado Financeiro Líquido	(421)	(565)	-25,5%	(985)	(1.077)	-8,5%
% Receita Líquida	-2,2%	-3,0%	0,8 p.p.	-2,6%	-2,9%	0,3 p.p.

O resultado financeiro líquido foi de R\$ 421 milhões no 2T26, equivalente a 2,2% da receita líquida, uma redução de 0,8 p.p. em relação aos 3,0% reportado no 2T25. Os principais fatores que explicam o desempenho no período são:

- redução na linha de "Encargos sobre a Dívida", em função do menor saldo médio da dívida no período. A linha também refletiu os efeitos da marcação a mercado, com impacto não-caixa negativo de R\$ 5 milhões no 2T26 (vs. impacto positivo de R\$ 15 milhões no 2T25);
- redução do custo de antecipação de recebíveis, refletindo a menor necessidade de antecipação em decorrência da mudança na política de caixa médio;
- menor rentabilidade de caixa e equivalentes em relação ao 2T25, refletindo a redução do caixa médio aplicado no período (R\$ 1,6 bilhão no 2T26 vs. R\$ 1,8 bilhão no 2T25);
- efeito de aproximadamente R\$ 70 milhões em "Outras receitas e atualizações monetárias", decorrente, principalmente, da atualização monetária de créditos tributários.

Vale ressaltar que a linha "Custo de Antecipação de Recebíveis" reflete o total de encargos das operações realizadas ao longo do 2T26. O volume de recebíveis descontados demonstrado na tabela da Dívida Líquida, na página 13 (R\$ 1,1 bilhão), refere-se exclusivamente ao valor que venceria no trimestre subsequente. Além desse valor, também foram antecipados vencimentos que aconteceriam dentro do 2T26. 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).

AUMENTO DE 93,6% NO LUCRO LÍQUIDO RECORRENTE

Pré-IFRS16 (R\$ milhões)	2T26	2T25	Δ	1S26	1S25	Δ
Lucro Líquido Contábil	537	264	103,4%	903	426	112,1%
Margem Líquida Contábil	2,8%	1,4%	1,41 p.p.	2,4%	1,1%	1,26 p.p.
(-) Crédito extemporâneo de PIS/COFINS (líquido de IR)	193	-	-	374	-	-
(-) Crédito Fiscal (líquido de IR)	-	87	-	-	87	-
(=) Lucro Líquido Recorrente	344	177	93,6%	530	339	56,1%
Margem Líquida Recorrente	1,8%	0,9%	0,86 p.p.	1,4%	0,9%	0,50 p.p.

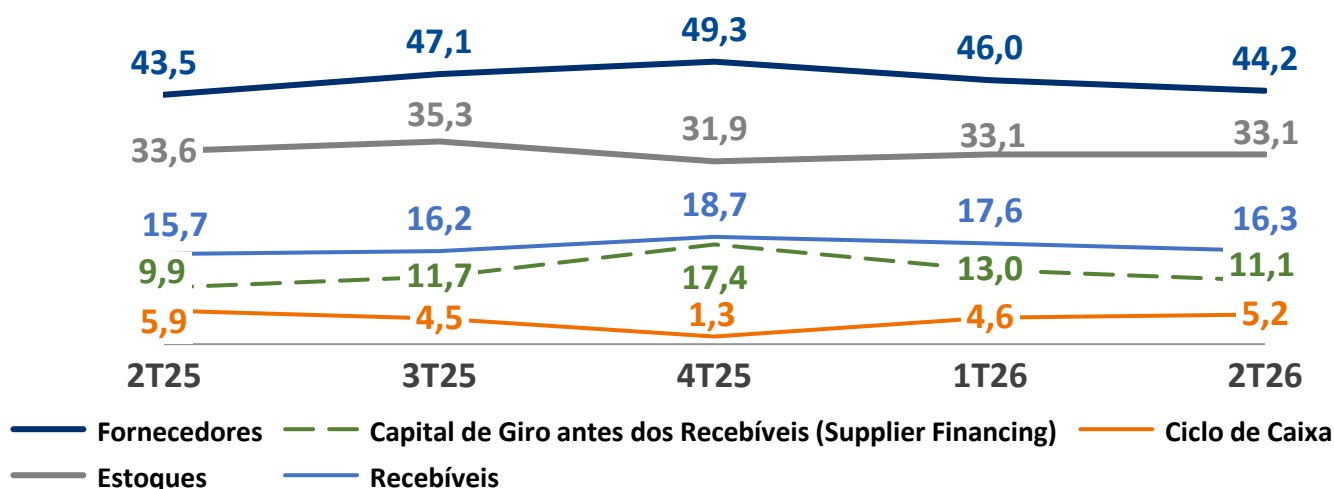
No 2T26, o lucro líquido contábil Pré-IFRS16 atingiu R\$ 537 milhões, um avanço de 103% em relação ao 2T25.

O lucro líquido Pré-IFRS16 recorrente, por sua vez, foi de R\$ 344 milhões, reflexo da consistência operacional em um cenário adverso. O resultado recorrente trimestral exclui R\$ 193 milhões referentes ao reconhecimento de créditos de PIS/COFINS, decorrentes da apuração de créditos tributários extemporâneos sujeitos ao regime plurifásico.

GESTÃO DISCIPLINADA DO CAPITAL DE GIRO E ESTABILIDADE DO CICLO DE CAIXA



Em dias de Vendas Brutas (VB)



Milhões	2T25	3T25	4T25	1T26	2T26
Fornecedores	10.081	10.985	11.595	10.879	10.502
Em dias de VB	43,5 d	47,1 d	49,3 d	46,0 d	44,2 d
Estoques	(7.795)	(8.246)	(7.504)	(7.818)	(7.873)
Em dias de VB	-33,6 d	-35,3 d	-31,9 d	-33,1 d	-33,1 d
Supplier Financing	2.286	2.739	4.091	3.061	2.628
Em dias de VB	9,9 d	11,7 d	17,4 d	13,0 d	11,1 d
Recebíveis	(3.644)	(3.784)	(4.405)	(4.157)	(3.875)
Em dias de VB	-15,7 d	-16,2 d	-18,7 d	-17,6 d	-16,3 d
Capital de Giro	(1.358)	(1.045)	(314)	(1.096)	(1.247)
Em dias de VB	-5,9 d	-4,5 d	-1,3 d	-4,6 d	-5,2 d
Vendas Brutas (12 meses)	83.445	83.992	84.736	85.082	85.585

Os efeitos da retirada de produtos do regime de Substituição Tributária em São Paulo, que ocorrerá em diversas fases, e os efeitos dos créditos tributários destacados na página 6 impactam diretamente o CMV (Custo das Mercadorias Vendidas).

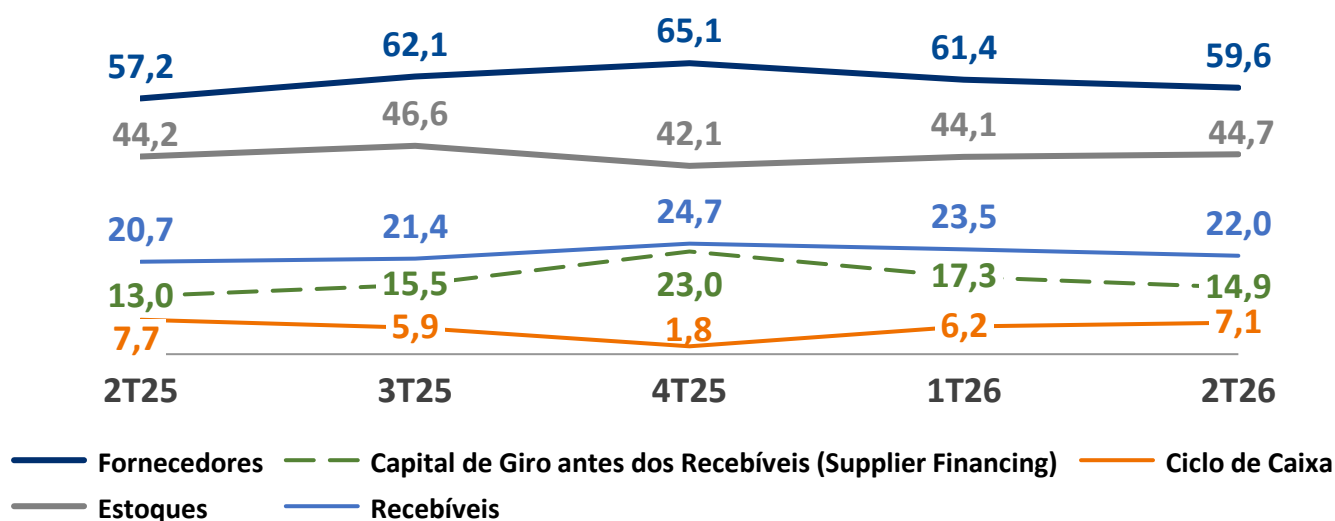
Diante da potencial distorção causada por esses efeitos, a métrica mais adequada para cálculo e análise do Capital de Giro passou a ser a baseada em Dias de Vendas Brutas. Para fins de comparabilidade, a visão calculada em Dias de CMV está apresentada na página seguinte.

Considerando essa metodologia, o ciclo de caixa encerrou o 2T26 em 5,2 dias, refletindo a dinâmica operacional do período, com relativa estabilidade na gestão de estoques e fornecedores e manutenção da disciplina financeira ao longo do trimestre.

Os recebíveis encerraram o período em 16,3 dias, refletindo principalmente alterações no mix de meios de pagamento ao longo do trimestre, com maior participação de pagamentos à vista e menor utilização do cartão de crédito na modalidade rotativo, movimento alinhado ao cenário macroeconômico e ao comportamento recente dos consumidores.

GESTÃO DISCIPLINADA DO CAPITAL DE GIRO E ESTABILIDADE DO CICLO DE CAIXA

Em dias de Custo das Mercadorias Vendidas (CMV)



Milhões	2T25	3T25	4T25	1T26	2T26
Fornecedores	10.081	10.985	11.595	10.879	10.502
Em dias de CMV	57,2 d	62,1 d	65,1 d	61,4 d	59,6 d
Estoques	(7.795)	(8.246)	(7.504)	(7.818)	(7.873)
Em dias de CMV	-44,2 d	-46,6 d	-42,1 d	-44,1 d	-44,7 d
Supplier Financing	2.286	2.739	4.091	3.061	2.628
Em dias de CMV	13,0 d	15,5 d	23,0 d	17,3 d	14,9 d
Recebíveis	(3.644)	(3.784)	(4.405)	(4.157)	(3.875)
Em dias de CMV	-20,7 d	-21,4 d	-24,7 d	-23,5 d	-22,0 d
Capital de Giro	(1.358)	(1.045)	(314)	(1.096)	(1.247)
Em dias de CMV	-7,7 d	-5,9 d	-1,8 d	-6,2 d	-7,1 d
CMV	63.458	63.713	64.154	63.783	63.449

O ciclo de caixa encerrou o 2T26 em 7,1 dias, refletindo a dinâmica operacional do período, com relativa estabilidade na gestão de estoques e fornecedores e manutenção da disciplina financeira ao longo do trimestre.

Os recebíveis encerraram o período em 22,0 dias, refletindo principalmente alterações no mix de meios de pagamento ao longo do trimestre, com maior participação de pagamentos à vista e menor utilização do cartão de crédito na modalidade rotativo, movimento alinhado ao cenário macroeconômico e ao comportamento recente dos consumidores.

GERAÇÃO DE CAIXA LIVRE DE R\$ 2,7 BILHÕES NOS ÚLTIMOS 12 MESES



(R\$ milhões - Acumulado 12 Meses)	2T26	2T25	Δ
EBITDA ⁽¹⁾	5.227	4.349	878
Variação do Capital de Giro	(1.902)	(426)	(1.477)
<i>Capital de Giro Operacional ("Goods")</i>	112	356	(244)
<i>Capital de Giro - Outras Contas ("Non-Goods")</i>	(1.061)	(335)	(727)
<i>Variação Desconto de Recebíveis</i>	(953)	(447)	(506)
Geração de Caixa Operacional	3.325	3.924	(599)
Capex	(816)	(1.241)	425
<i>Sales & Leaseback (SLB) ⁽²⁾</i>	210	-	210
Aquisição Hipermercados	-	2	(2)
Geração de Caixa Livre	2.719	2.685	34
Dividendos Líquidos	(60)	(82)	22
Pagamento de Juros	(2.226)	(1.953)	(274)
Geração de Caixa Final	433	650	(217)
<i>Normalização do Desconto de Recebíveis</i>	953	447	506
Geração de Caixa Final + Normalização do Desconto de Recebíveis	1.386	1.097	289

⁽¹⁾ EBITDA Ajustado Pré-IFRS 16 (considera créditos tributários e exclui equivalência patrimonial)

⁽²⁾ Venda de ativos sob transação de *sale and leaseback* de duas lojas e dois terrenos

A geração de caixa operacional atingiu R\$ 3,3 bilhões no 2T26. O resultado foi impulsionado, principalmente por:

- o crescimento do EBITDA ao longo dos últimos 12 meses, impulsionado pela evolução operacional da Companhia e pelo reconhecimento de créditos tributários extemporâneos e recorrentes;
- a variação do capital de giro no período, refletindo principalmente a dinâmica operacional do trimestre, com disciplina na gestão de estoques e fornecedores, além de mudanças no comportamento dos meios de pagamento utilizados pelos clientes;
 - O volume de recebíveis descontados permaneceu inferior ao observado na base comparativa, impactando a variação do capital de giro e, consequentemente, a geração de caixa operacional.

A geração de caixa livre atingiu R\$ 2,7 bilhões nos últimos doze meses, permanecendo em patamar elevado e evidenciando a elevada capacidade de conversão de resultados em caixa. O desempenho continua refletindo a combinação entre evolução operacional, disciplina nos investimentos, em linha com a estratégia de desalavancagem financeira. Adicionalmente, no período foi realizada operação de SLB de duas lojas e dois terrenos, no valor total de R\$ 210 milhões.

Como resultado, a geração de caixa final, após o pagamento de juros, totalizou R\$ 433 milhões. Considerando a normalização do volume de recebíveis descontados, a geração de caixa final alcançaria R\$ 1,4 bilhão, reforçando a elevada capacidade de geração de caixa da Companhia e a consistência de sua estratégia financeira.

DESALAVANCAGEM IMPULSIONADA POR GANHOS OPERACIONAIS E CRÉDITOS TRIBUTÁRIOS

(R\$ milhões)	2T26	2T25	Δ
Dívida Circulante	(2.171)	(1.260)	(911)
Dívida Não Circulante	(13.578)	(14.907)	1.329
Total da Dívida Bruta ⁽¹⁾	(15.749)	(16.167)	418
Caixa e Equivalentes de caixa	4.473	4.459	14
Dívida Líquida	(11.276)	(11.708)	432
Saldo de Recebíveis Descontados ⁽²⁾	(1.123)	(2.077)	953
Dívida Líquida + Recebíveis descontados ⁽²⁾	(12.399)	(13.785)	1.385
EBITDA ⁽³⁾	5.227	4.349	878
Dívida Líquida + Recebíveis descontados ⁽²⁾ / EBITDA ⁽³⁾	-2,37x	-3,17x	-0,80x

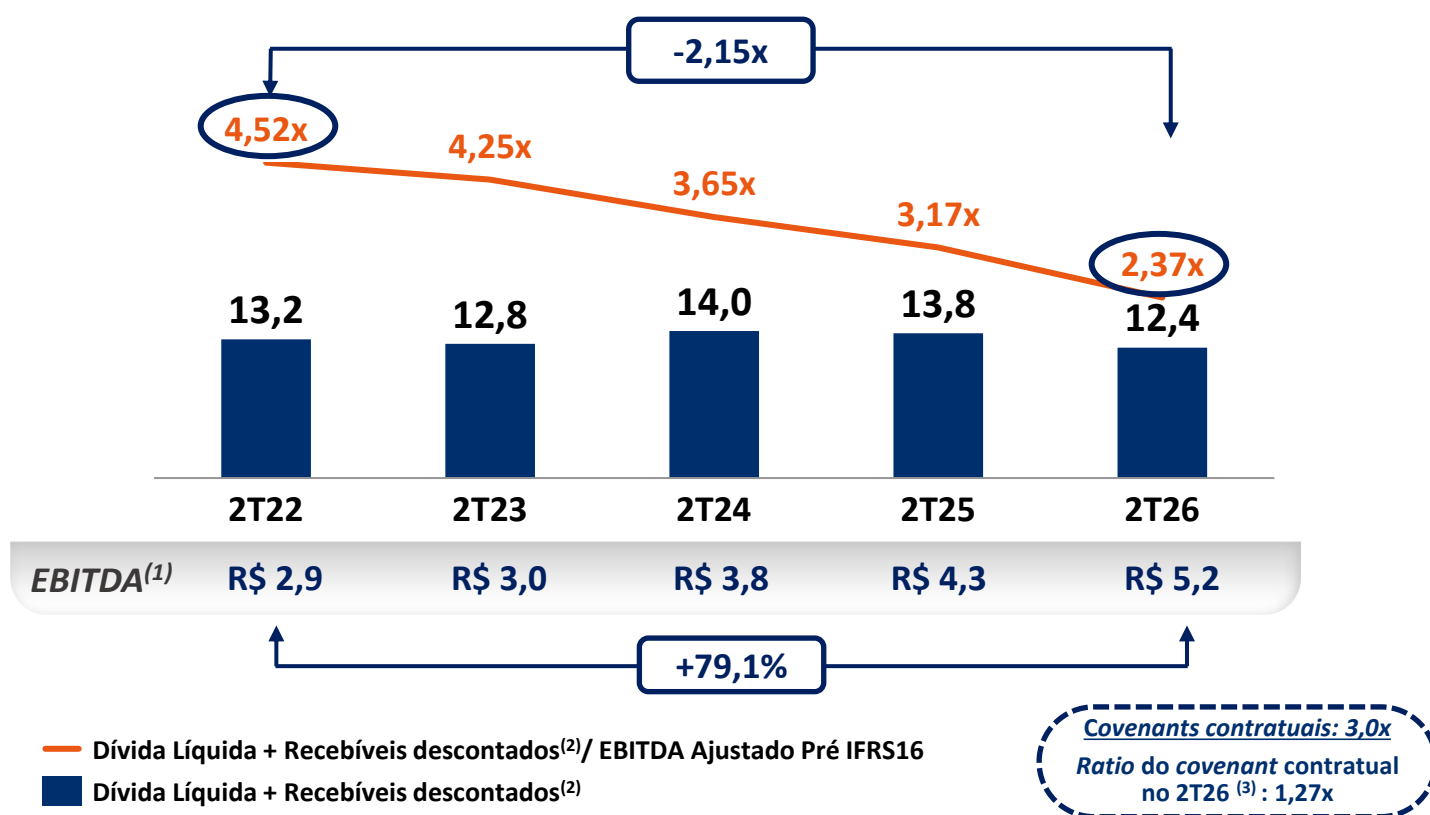
(1) Dívida bruta reduzida pelo valor de instrumentos financeiros derivativos

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

(3) EBITDA Ajustado Pré-IFRS 16 (considera créditos tributários e exclui equivalência patrimonial)

O índice de alavancagem, medido pela relação Dívida Líquida + Recebíveis Descontados / EBITDA Ajustado Pré-IFRS16, atingiu 2,37x no 2T26, redução de 0,80x em relação ao 2T25, refletindo a evolução operacional, disciplina de capex e redução de recebíveis descontados. Os créditos tributários também contribuíram para o EBITDA 12 meses, mas a tendência de redução de dívida e geração de caixa permanece mesmo isolando esse efeito.

Ao final do período, o saldo de recebíveis descontados com vencimento no trimestre subsequente totalizou R\$ 1.123 milhões. Em relação ao 2T25, a Companhia diminuiu em R\$ 953 milhões o volume de recebíveis descontados.



(1) EBITDA Ajustado Pré-IFRS 16 (considera créditos tributários e exclui 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\$ 7,0 BILHÕES

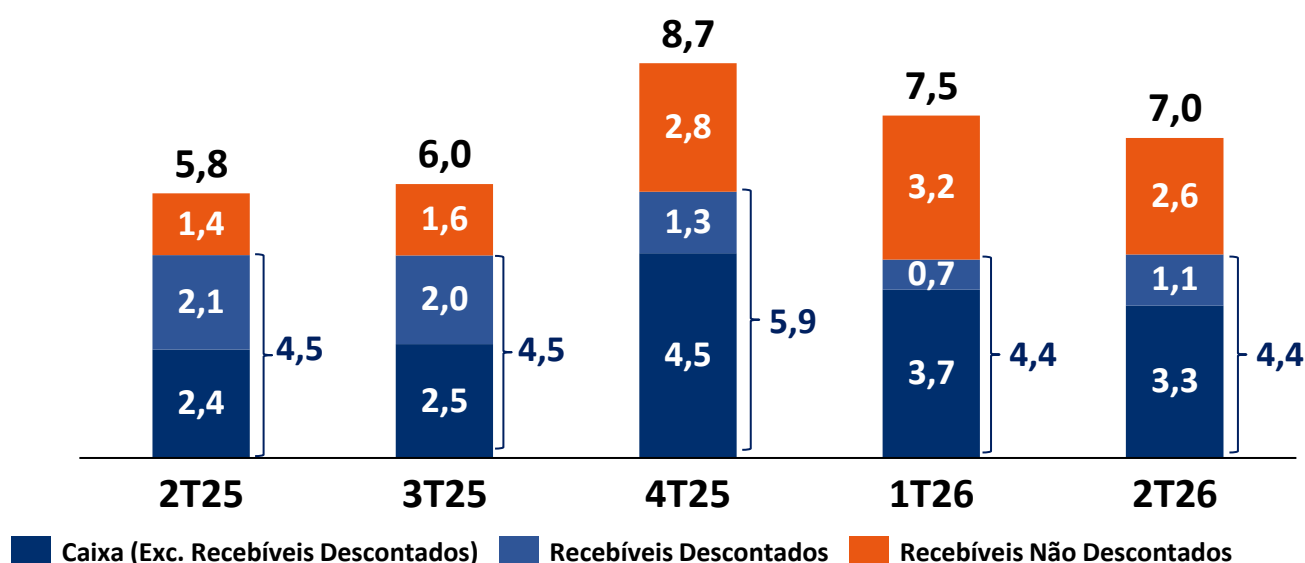


A Companhia encerrou o 2T26 com uma disponibilidade total de caixa de R\$ 7,0 bilhões, considerando os recebíveis não descontados com liquidez passível em D+1.

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\$ 1,6 bilhão no 2T26. Para efeito comparativo, o caixa médio foi de R\$ 1,8 bilhão no 2T25, R\$ 1,5 bilhão no 3T25, R\$ 1,5 bilhão no 4T25 e R\$ 1,5 bilhão no 1T26.

Disponibilidades de Caixa

(R\$ Bilhões)



BAIXO INVESTIMENTO PARA REDUÇÃO DA ALAVANCAGEM

(R\$ milhões)	2T26	2T25	Δ	1S26	1S25	Δ
Novas lojas e aquisição de terrenos	22	41	(19)	88	70	18
Reformas, manutenções e novos serviços	48	91	(43)	73	132	(59)
Infraestrutura e outros	18	30	(12)	29	39	(10)
Total Investimentos - Bruto	88	162	(74)	190	241	(51)
Venda de ativos	(1)	-	(1)	(1)	(1)	-
Total Investimentos - Líquido	87	162	(75)	189	240	(51)

O total de investimentos bruto somou R\$ 88 milhões no 2T26, refletindo uma redução em relação ao período anterior, explicada pelo compromisso da Companhia com a disciplina financeira e pela estratégia de redução da alavancagem.

Viver bem é bom para todos.

 **FARMA**



Divulgação de Resultados - Assaí 2T26

Assaí Farma


ASSAÍ
ATACADISTA

ASSAÍ FARMA: INAUGURAÇÃO DA PRIMEIRA FARMÁCIA DENTRO DE UM VAREJISTA ALIMENTAR NO BRASIL APÓS SANÇÃO DA NOVA LEI



A Companhia deu um importante passo em sua estratégia de evolução do formato com o lançamento do Assaí Farma em julho deste ano.

Essa é também a primeira farmácia dentro de um varejista alimentar no Brasil. Esse marco foi possível apenas quatro meses após a sanção da Lei 15.357/2026, que autorizou e regulamentou a instalação de farmácias na área de vendas dos supermercados. A primeira Assaí Farma foi inaugurada dia 16/7 na loja Anhanguera e, a segunda unidade, uma semana depois (31/7) no Assaí Penha Tiquatira, ambas na capital paulista.

O novo negócio amplia a proposta de valor do Assaí ao integrar saúde e bem-estar à jornada de compras de seus clientes, reforçando sua estratégia de conveniência, preços competitivos e diversificação de serviços. O Assaí Farma inicia sua operação apoiado na escala e capilaridade da Companhia, que recebe mais de 40 milhões de clientes por mês em 313 lojas.

O plano prevê a abertura de 25 farmácias no Estado de São Paulo até o final de 2026, com potencial de chegar a 250 lojas nos próximos anos. Além da oferta de medicamentos, itens de higiene, dermocosméticos, vitaminas e suplementos, disponibiliza serviços farmacêuticos, ampliando a experiência de compra e fortalecendo o relacionamento com os clientes.

A operação também representa um avanço na estratégia digital da Companhia, com o lançamento do aplicativo Assaí Farma, integrado ao aplicativo Meu Assaí, marcando o início das vendas online em canais próprios. Inicialmente, a plataforma oferecerá a modalidade de clique e retire, com previsão de evolução para entregas em domicílio por meio de parceiros, ampliando a conveniência e a integração entre os canais físico e digital.





Divulgação de Resultados - Assaí 2T26



Avenidas de Crescimento

EXPANSÃO DAS AVENIDAS DE CRESCIMENTO REFLETE 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 2T26.

- **In & Out:** Projeto que combina produtos de alta atratividade, preços competitivos e ofertas por tempo limitado. No 2T26, o Assaí manteve o bom desempenho nas vendas de refrigeradores, itens de mobilidade elétrica e produtos ligados aos jogos de futebol (como televisores). Para o 3T26, a empresa comercializará novos itens de oportunidade em eletroeletrônicos, com o início da campanha de verão para atender à demanda impulsionada pelo *El Niño*.
- **Marca Própria:** No 2T26 foram lançados mais de 30 SKUs das marcas Assaí Chef, Assaí e Econobom. Dentre os itens estão pães, legumes congelados, suco de uva e açúcar e detergente líquido para roupa. Novos produtos devem ser incorporados nas próximas semanas, como batata palha, farinha de trigo, sal, bebida láctea e sabão em pó, incluindo o lançamento da marca de limpeza Assaí Bloom.



- **Digital:** No trimestre, a estratégia digital da Companhia manteve forte evolução, com crescimento de 237% nas vendas das operações de *last mile* em todas as plataformas versus o 2T25, impulsionado pela expansão da cobertura para 104 lojas e pelo avanço da maturidade das unidades com mais de 12 meses de operação (+122%). A Companhia também iniciou a implementação de um novo layout operacional buscando aumentar a produtividade e aprimorar o nível de serviço. No Mercado Livre, a Companhia continua pilotando a loja online no modelo *fulfillment*, incorporando aprendizados para futura expansão da operação e aumento do sortimento de produtos. Fortaleceu o aplicativo Meu Assaí, ampliando a oferta de descontos exclusivos e registrando crescimento de 20% na base de clientes ativos.
- **Bem-estar:** Em resposta à crescente demanda do mercado, a Companhia expande a presença da categoria de suplementação (*whey protein*, creatina e pré-treino) de 93 para 300 lojas até o fim do 3T26, abrangendo todos os estados no país em que o Assaí está presente.
- **Serviços Financeiros:** A Companhia tem avaliado potenciais parceiros estratégicos para o desenvolvimento e a expansão de novos produtos, enquanto aguarda a aprovação do Banco Central sobre o processo de cisão com a FIC. O projeto piloto de maquininhas (Assaí Pay) está em operação em 30 lojas e já contribui para o enriquecimento da nossa base de dados: cerca de 55% dos clientes participantes do projeto ainda não haviam sido previamente identificados em nossas lojas.



Divulgação de Resultados - Assaí 2T26



ESG & Reconhecimentos

PROSPERIDADE PARA TODOS(AS): DESTAQUES ESG DO 2T26



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 2T26 foram:

Operações Eficientes

- Reaproveitamento de 47% dos resíduos em linha com a Meta Aterro Zero, resultado de práticas de reciclagem, compostagem e redução no desperdício de alimentos;
- Crescimento de 60,5% no número de lojas com compostagem em relação ao 2T25;
- 37% de aumento no número de lojas com eficiência hídrica, refletindo a melhoria contínua na gestão e redução no consumo de água;
- Recebimento do Selo Ouro no Registro Público de Emissões do Programa Brasileiro GHG Protocol pelo 5º ano consecutivo – o mais alto nível de reconhecimento para empresas que publicam seus dados do Inventário de Gases de Efeito Estufa (GEE).

Desenvolvimento de pessoas e comunidades:

- 26,8% da liderança composta por mulheres (gerentes e acima);
- 44,2% da liderança composta por pessoas negras (gerentes e acima);
- 15,5% dos colaboradores 50+;
- 1,6% de migrantes e refugiados entre os colaboradores;
- 5,4% dos colaboradores são pessoas com deficiência; e
- 5,0% de jovens aprendizes no quadro de colaboradores.

Publicamos o **Relatório Anual 2025 do Instituto Assaí**, consolidando os resultados do primeiro triênio de atuação (2023–2025) e os avanços do investimento social da Companhia.



PRÊMIOS E RECONHECIMENTOS



- **Brand Finance:** 15ª posição entre as Marcas Mais Valiosas do país, sendo a 1ª do varejo; e 35ª posição entre as Marcas Mais Fortes, sendo a 4ª que mais cresceu nessa categoria. O valor estimado da Marca está em US\$ 1,69 bilhão, +43,2% de crescimento em relação ao ano anterior;
- **Consumidor Moderno:** pela 6ª vez, o Assaí foi reconhecido na categoria Varejo – Atacado e *Cash & Carry*;
- **Great Place to Work 2026 (GPTW):** 5º lugar no ranking das empresas “Super Grandes”, liderando o segmento;
- **Índice Caliber 2026:** pela 2ª vez, a Companhia conquistou a melhor reputação na categoria Varejo-Supermercado;
- **Prêmio Patrocínio Brasil 2026:** o Assaí foi reconhecido em três categorias pelas ativações no Festival de Parintins (Medição & Insights e Patrocínio em Festivais) e na Copa do Brasil (Patrocínio Esportivo);
- **Mesc:** a empresa foi eleita, em 1º lugar, no segmento de Atacadistas de Autosserviço como uma das Melhores Empresas em Satisfação dos Clientes de 2026;
- **Prêmio Empregabilidade Jovem BAND | CIEE:** o Assaí conquistou o 1º lugar na categoria Aprendiz.

SOBRE A SENDAS DISTRIBUIDORA S.A.

Fundado em São Paulo (SP), 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). As ações da Companhia são as únicas de um atacarejo negociadas na B3 (ASAI3) e, em 2025, registrou faturamento de R\$ 84,7 bilhões. O Assaí é também a marca mais valiosa do varejo brasileiro (*Brand Finance*) e atende 40 milhões de pessoas por mês dentre comerciantes e consumidores(as) que buscam economia na compra a varejo ou no atacado.

Com o cliente sempre no centro de suas decisões, o Assaí evolui continuamente para acompanhar as transformações dos hábitos de consumo, ampliando sua proposta de valor e desenvolvendo novas soluções que tornam a jornada de compra cada vez mais completa. Essa evolução se traduz em diferentes frentes de atuação, como a expansão do portfólio de Marcas Próprias, o fortalecimento das soluções digitais (Assaí Digital) e, mais recentemente, o lançamento das unidades de farmácia Assaí Farma.

Atualmente, o Assaí possui 313 lojas em todas as regiões do país (24 estados e Distrito Federal) e mais de 90 mil colaboradores(as), sendo reconhecido pela GPTW como a melhor empresa de varejo alimentar para se trabalhar (companhias com mais de 10 mil colaboradores). É uma Companhia inclusiva e diversa, assim como o Brasil. Reconhecida também por seu compromisso com o desenvolvimento social, conta com o Instituto Assaí, que desenvolve ações de apoio ao empreendedorismo, segurança alimentar e no desenvolvimento das comunidades.

CONTATOS – DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES COM INVESTIDORES

Rafael Sachete
CFO e DRI

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 2T26

Anexos

Com a adoção da norma IFRS16, em janeiro de 2019, algumas linhas da demonstração de resultados são impactadas. Para fins de comparabilidade com as demonstrações financeiras, os valores apresentados nesta tabela incluem os efeitos dos créditos tributários de PIS/COFINS reconhecidos no período.

(R\$ milhões)	2T26			2T25		
	PRÉ	PÓS	Δ	PRÉ	PÓS	Δ
Desp. com Vendas, Gerais e Adm.	(2.233)	(1.852)	381	(2.124)	(1.789)	335
EBITDA Ajustado	1.474	1.880	406	1.079	1.436	357
Margem EBITDA Ajustado	7,7%	9,8%	2,1 p.p.	5,7%	7,6%	1,9 p.p.
Outras Despesas Operacionais, Líquidas	(20)	(27)	(7)	(8)	(6)	2
Depreciação e Amortização	(292)	(464)	(172)	(282)	(437)	(155)
Resultado Financeiro Líquido	(421)	(732)	(311)	(565)	(840)	(275)
Imposto de Renda	(203)	(173)	30	40	66	26
Lucro Líquido do Período	537	484	(53)	264	219	(45)
Margem Líquida	2,8%	2,5%	-0,3 p.p.	1,4%	1,2%	-0,2 p.p.

(R\$ milhões)	1S26			1S25		
	PRÉ	PÓS	Δ	PRÉ	PÓS	Δ
Desp. com Vendas, Gerais e Adm.	(4.356)	(3.600)	756	(4.191)	(3.528)	663
EBITDA Ajustado	2.896	3.699	803	2.101	2.808	707
Margem EBITDA Ajustado	7,7%	9,8%	2,1 p.p.	5,6%	7,5%	1,9 p.p.
Outras Despesas Operacionais, Líquidas	(63)	(68)	(5)	(10)	(8)	2
Depreciação e Amortização	(588)	(927)	(339)	(568)	(866)	(298)
Resultado Financeiro Líquido	(985)	(1.602)	(617)	(1.077)	(1.630)	(553)
Imposto de Renda	(356)	(298)	58	(20)	32	52
Lucro Líquido do Período	903	804	(99)	426	336	(90)
Margem Líquida	2,4%	2,1%	-0,3 p.p.	1,1%	0,9%	-0,2 p.p.

Informações Operacionais

I – Número de lojas e área de vendas

Número de Lojas	2T22	2T23	2T24	2T25	3T25	4T25	1T26	2T26
Sudeste	115	145	155	162	164	170	171	171
Nordeste	61	74	82	82	82	82	82	82
Centro-Oeste	21	25	28	28	28	29	29	29
Norte	16	17	18	20	20	21	21	21
Sul	7	9	10	10	10	10	10	10
Total	220	270	293	302	304	312	313	313
Área de Vendas (mil m²)	1.007	1.350	1.483	1.529	1.540	1.579	1.584	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

II – Demonstração de Resultado (Pré-IFRS16)

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).

R\$ - Milhões	2T26	2T25	Δ%	1S26	1S25	Δ%
Receita Bruta	21.382	20.879	2,4%	42.019	41.170	2,1%
Receita Líquida	19.175	19.002	0,9%	37.813	37.554	0,7%
Custo das Mercadorias Vendidas	(15.487)	(15.818)	-2,1%	(30.596)	(31.298)	-2,2%
Depreciação (Logística)	(14)	(13)	7,7%	(29)	(27)	6,6%
Lucro Bruto	3.674	3.171	15,9%	7.188	6.229	15,4%
Despesas com Vendas	(1.994)	(1.871)	6,6%	(3.898)	(3.704)	5,2%
Despesas Gerais e Administrativas	(239)	(253)	-5,5%	(459)	(487)	-5,8%
Desp. com Vendas, Gerais e Adm.	(2.233)	(2.124)	5,1%	(4.356)	(4.191)	3,9%
Resultado da Equiv. Patrimonial	19	19	0,0%	35	36	-2,7%
Outras Despesas Operacionais, Líquidas	(20)	(8)	150,0%	(63)	(10)	530,5%
Depreciação e Amortização	(278)	(269)	3,3%	(559)	(541)	3,4%
EBIT - Lucro operac. antes do result. financeiro e impostos	1.162	789	47,3%	2.245	1.523	47,4%
Receitas Financeiras	172	118	45,8%	246	201	22,5%
Despesas Financeiras	(594)	(683)	-13,0%	(1.232)	(1.278)	-3,6%
Resultado Financeiro Líquido	(421)	(565)	-25,5%	(985)	(1.077)	-8,6%
Lucro Operacional Antes I.R.	741	224	230,8%	1.259	446	182,3%
Imposto de Renda	(203)	40	-607,5%	(356)	(20)	1677,9%
Lucro Líquido do Período	537	264	103,4%	903	426	112,1%
EBITDA - (Lucro oper. antes da depr., result. financeiro e impostos)	1.454	1.071	35,8%	2.833	2.091	35,5%
EBITDA Ajustado ⁽¹⁾	1.474	1.079	36,6%	2.896	2.101	37,8%

% da Receita Líquida	2T26	2T25	Δ p.p.	1S26	1S25	Δ p.p.
Lucro Bruto	19,2%	16,7%	2,5 p.p.	19,0%	16,6%	2,4 p.p.
Despesas com Vendas	-10,4%	-9,8%	-0,6 p.p.	-10,3%	-9,9%	-0,4 p.p.
Despesas Gerais e Administrativas	-1,2%	-1,3%	0,1 p.p.	-1,2%	-1,3%	0,1 p.p.
Desp. com Vendas, Gerais e Adm.	-11,6%	-11,2%	-0,5 p.p.	-11,5%	-11,2%	-0,4 p.p.
Resultado da Equiv. Patrimonial	0,1%	0,1%	0,0 p.p.	0,1%	0,1%	0,0 p.p.
Outras Despesas Operacionais, Líquidas	-0,1%	0,0%	-0,1 p.p.	-0,2%	0,0%	-0,1 p.p.
Depreciação e Amortização	-1,4%	-1,4%	0,0 p.p.	-1,5%	-1,4%	0,0 p.p.
EBIT	6,1%	4,2%	1,9 p.p.	5,9%	4,1%	1,9 p.p.
Resultado Financeiro Líquido	-2,2%	-3,0%	0,8 p.p.	-2,6%	-2,9%	0,3 p.p.
Lucro Operacional Antes I.R.	3,9%	1,2%	2,7 p.p.	3,3%	1,2%	2,1 p.p.
Imposto de Renda	-1,1%	0,2%	-1,3 p.p.	-0,9%	-0,1%	-0,9 p.p.
Lucro Líquido do Período	2,8%	1,4%	1,4 p.p.	2,4%	1,1%	1,3 p.p.
EBITDA	7,6%	5,6%	1,9 p.p.	7,5%	5,6%	1,9 p.p.
EBITDA Ajustado ⁽¹⁾	7,7%	5,7%	2,0 p.p.	7,7%	5,6%	2,1 p.p.

⁽¹⁾ Ajustado pelo Resultado de Outras Despesas e Receitas Operacionais

III – Demonstração de Resultado (Pós-IFRS16)

R\$ - Milhões	2T26	2T25	Δ%	1S26	1S25	Δ%
Receita Bruta	21.382	20.879	2,4%	42.019	41.170	2,1%
Receita Líquida	19.175	19.002	0,9%	37.813	37.554	0,7%
Custo das Mercadorias Vendidas	(15.462)	(15.796)	-2,1%	(30.549)	(31.254)	-2,3%
Depreciação (Logística)	(30)	(27)	11,1%	(58)	(55)	5,5%
Lucro Bruto	3.683	3.179	15,9%	7.206	6.245	15,4%
Despesas com Vendas	(1.621)	(1.540)	5,3%	(3.155)	(3.048)	3,5%
Despesas Gerais e Administrativas	(231)	(249)	-7,2%	(445)	(480)	-7,3%
Desp. com Vendas, Gerais e Adm.	(1.852)	(1.789)	3,5%	(3.600)	(3.528)	2,0%
Resultado da Equiv. Patrimonial	19	19	0,0%	35	36	-2,8%
Outras Despesas Operacionais, Líquidas	(27)	(6)	350,0%	(68)	(8)	750,0%
Depreciação e Amortização	(434)	(410)	5,9%	(869)	(811)	7,2%
EBIT - Lucro operac. antes do result. financeiro e impostos	1.389	993	39,9%	2.704	1.934	39,8%
Receitas Financeiras	172	118	45,8%	246	201	22,4%
Despesas Financeiras	(904)	(958)	-5,6%	(1.848)	(1.831)	0,9%
Resultado Financeiro Líquido	(732)	(840)	-12,9%	(1.602)	(1.630)	-1,7%
Lucro Operacional Antes I.R.	657	153	329,4%	1.102	304	262,5%
Imposto de Renda	(173)	66	-362,1%	(298)	32	-1031,3%
Lucro Líquido do Período	484	219	121,0%	804	336	139,3%
EBITDA - (Lucro oper. antes da depr., result. financeiro e impostos)	1.853	1.430	29,6%	3.631	2.800	29,7%
EBITDA Ajustado ⁽¹⁾	1.880	1.436	30,9%	3.699	2.808	31,7%

% da Receita Líquida	2T26	2T25	Δ p.p.	1S26	1S25	Δ p.p.
Lucro Bruto	19,2%	16,7%	2,5 p.p.	19,1%	16,6%	2,4 p.p.
Despesas com Vendas	-8,5%	-8,1%	-0,4 p.p.	-8,3%	-8,1%	-0,2 p.p.
Despesas Gerais e Administrativas	-1,2%	-1,3%	0,1 p.p.	-1,2%	-1,3%	0,1 p.p.
Desp. com Vendas, Gerais e Adm.	-9,7%	-9,4%	-0,3 p.p.	-9,5%	-9,4%	-0,1 p.p.
Resultado da Equiv. Patrimonial	0,1%	0,1%	0,0 p.p.	0,1%	0,1%	0,0 p.p.
Outras Despesas Operacionais, Líquidas	-0,1%	0,0%	-0,1 p.p.	-0,2%	0,0%	-0,2 p.p.
Depreciação e Amortização	-2,3%	-2,2%	-0,1 p.p.	-2,3%	-2,2%	-0,1 p.p.
EBIT	7,2%	5,2%	2,0 p.p.	7,2%	5,1%	2,0 p.p.
Resultado Financeiro Líquido	-3,8%	-4,4%	0,6 p.p.	-4,2%	-4,3%	0,1 p.p.
Lucro Operacional Antes I.R.	3,4%	0,8%	2,6 p.p.	2,9%	0,8%	2,1 p.p.
Imposto de Renda	-0,9%	0,3%	-1,3 p.p.	-0,8%	0,1%	-0,9 p.p.
Lucro Líquido do Período	2,5%	1,2%	1,4 p.p.	2,1%	0,9%	1,2 p.p.
EBITDA	9,7%	7,5%	2,1 p.p.	9,6%	7,5%	2,1 p.p.
EBITDA Ajustado ⁽¹⁾	9,8%	7,6%	2,2 p.p.	9,8%	7,5%	2,3 p.p.

⁽¹⁾ Ajustado pelo Resultado de Outras Despesas e Receitas Operacionais

IV – Balanço Patrimonial (Pós-IFRS16)

ATIVO

(R\$ milhões)	30.06.2026	31.12.2025
Ativo Circulante	17.236	17.800
Caixa e equivalentes de caixa	4.473	5.854
Contas a receber	2.752	3.056
Estoques	7.873	7.504
Tributos a recuperar	1.679	1.139
Instrumentos financeiros derivativos	5	7
Despesas antecipadas	213	111
Ativos mantidos para venda	18	18
Outras contas a receber	223	111
Ativo Não Circulante	29.395	30.025
Tributos a recuperar	913	943
Imposto de renda e contribuição social diferidos	388	443
Instrumentos financeiros derivativos	528	448
Partes relacionadas	24	30
Depósitos judiciais	23	22
Despesas antecipadas	14	19
Outras contas a receber	388	605
Investimentos	297	326
Imobilizado	12.640	13.073
Intangível	5.202	5.202
Direito de Uso	8.978	8.914
TOTAL DO ATIVO	46.631	47.825

PASSIVO

(R\$ milhões)	30.06.2026	31.12.2025
Passivo Circulante	15.350	16.817
Fornecedores	9.778	11.437
Fornecedores - Convênios	959	990
Empréstimos	1.351	1.202
Debêntures	825	517
Salários e encargos sociais	726	753
Passivo de arrendamento	511	461
Demais impostos a recolher	331	473
Imposto de renda e contribuição social a pagar	134	45
Dividendos e juros sobre capital próprio a pagar	1	123
Receitas a apropriar	573	507
Outras contas a pagar	161	309
Passivo Não Circulante	24.935	25.454
Empréstimos	2.257	2.414
Debêntures	11.849	12.166
Provisão para demandas judiciais	298	266
Passivo de arrendamento	10.200	10.017
Receitas a apropriar	267	518
Plano de ações liquidadas em caixa	14	12
Outras contas a pagar	50	61
Patrimônio Líquido	6.346	5.554
Capital social	1.582	1.456
Reserva de capital	128	115
Reservas de lucros	4.784	4.106
Ações em tesouraria	(131)	(104)
Outros resultados abrangentes	(17)	(19)
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	46.631	47.825

Informações Financeiras

V – Fluxo de Caixa (Pós-IFRS16)

(R\$ milhões)	30.06.2026	30.06.2025
Lucro líquido do período	804	336
Imposto de renda e contribuição social diferidos	54	(98)
Perda na alienação do imobilizado e de arrendamento	26	8
Depreciações e amortizações	927	866
Juros e variações monetárias	1.817	1.746
Ajuste a valor presente	(4)	-
Resultado de equivalência patrimonial	(35)	(36)
Provisão para demandas judiciais	103	109
Provisão de opção de compra de ações	13	24
Provisão para perdas e quebras de estoque	330	325
Perdas estimadas com créditos de liquidação duvidosa	4	1
	4.039	3.281
Variações nos ativos operacionais		
Contas a receber	309	639
Estoques	(699)	(993)
Tributos a recuperar	(682)	(5)
Dividendos recebidos	64	17
Partes relacionadas	6	-
Depósitos judiciais	1	2
Outros ativos	7	(93)
	(994)	(433)
Variações nos passivos operacionais		
Fornecedores	(1.623)	(1.048)
Salários e encargos sociais	(27)	15
Impostos e contribuições a recolher	119	(131)
Pagamento de demandas judiciais	(84)	(77)
Receitas a apropriar	(185)	(184)
Outros passivos	(153)	(41)
	(1.953)	(1.466)
Caixa líquido gerado pelas atividades operacionais	1.092	1.382
Fluxo de caixa das atividades de investimento		
Aquisição de bens do ativo imobilizado	(230)	(477)
Aquisição de bens do ativo intangível	(20)	(15)
Recebimento pela alienação de bens do ativo imobilizado	20	1
Recebimento pela alienação do ativo mantido para venda	-	2
Caixa líquido aplicado nas atividades de investimento	(230)	(489)
Fluxo de caixa das atividades de financiamento		
Captação de empréstimos	-	2.858
Custo de captação de empréstimos	(1)	(13)
Pagamento de empréstimos	(311)	(3.087)
Pagamento de juros de empréstimos	(964)	(938)
Dividendos e juros sobre o capital próprio, pagos	(122)	(128)
Compra de ações em tesouraria	(27)	(13)
Pagamento de passivo de arrendamento	(165)	(161)
Pagamento de juros de passivo de arrendamento	(641)	(566)
Pagamento de aquisição de pontos comerciais	(12)	(14)
Caixa líquido aplicado nas atividades de financiamento	(2.243)	(2.062)
Caixa e equivalentes de caixa no início do período	5.854	5.628
Caixa e equivalentes de caixa no final do período	4.473	4.459
Redução líquida de caixa e equivalentes de caixa	(1.381)	(1.169)