DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS

3º TRIMESTRE DE 2026



RENTABILIDADE PRESERVADA EM CENÁRIO DESAFIADOR

Continuidade na trajetória de redução da alavancagem: 2,15x, menor nível desde a cisão

Vendas

- **3T26: Faturamento R$ 21,3 bilhões** (+2,7%) | **SSS** +0,1%
- ***Market Share*** **"Mesmas Lojas"[1] estável em 30,0% no ano**
- **Adaptação de mix ao comportamento do consumidor**
- **Fluxo de clientes:** +2,1% no trimestre
- **Avenidas de Crescimento para aumentar o *share of wallet***

Contexto atual

Contexto Macroeconômico
Nível de endividamento das famílias em 82% (CNC – Set/2026)

Ambiente de Consumo
Consumo no trimestre seguiu em *trade-down,* pressionado por renda comprometida em 30% com pagamento de dívida

Estratégia da Companhia
Foco na competitividade no piso de loja e menor atividade promocional no televendas, mantendo rentabilidade.

Rentabilidade

- **EBITDA Ajustado Pré-IFRS 16[4]: R$ 1,1 bilhão – margem estável em 5,7%**
  - **Margem Bruta: +0,45 p.p. vs 3T25**
  - **Despesas: +4,2% vs. 3T25, abaixo da inflação de 4,4%**

Lucro Líquido Pré-IFRS16

- **Lucro líquido recorrente de R$ 248M[2]** (+55% vs. 3T25)
  - **Lucro contábil[3]:** R$ 427M (+119% vs. 3T25)

Geração de Caixa e Alavancagem

- **Disponibilidade total de caixa: R$ 6,8 bilhões** (+12,2% vs. 3T25)
- Alavancagem: 2,15x (vs. 3,03x no 3T25 e 2,37x no 2T26)
- Geração de Caixa operacional: R$ 3,3 bilhões em 12 meses
- Dívida líquida: redução de R$ 1,3 bilhão em 12 meses
- Recebíveis descontados: redução de R$ 0,7 bilhão vs. 3T25

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

PERFORMANCE DE OUTUBRO: MUDANÇA DE TENDÊNCIA APÓS OS ÚLTIMOS CINCO TRIMESTRES COM SSS PRÓXIMO DE 0%

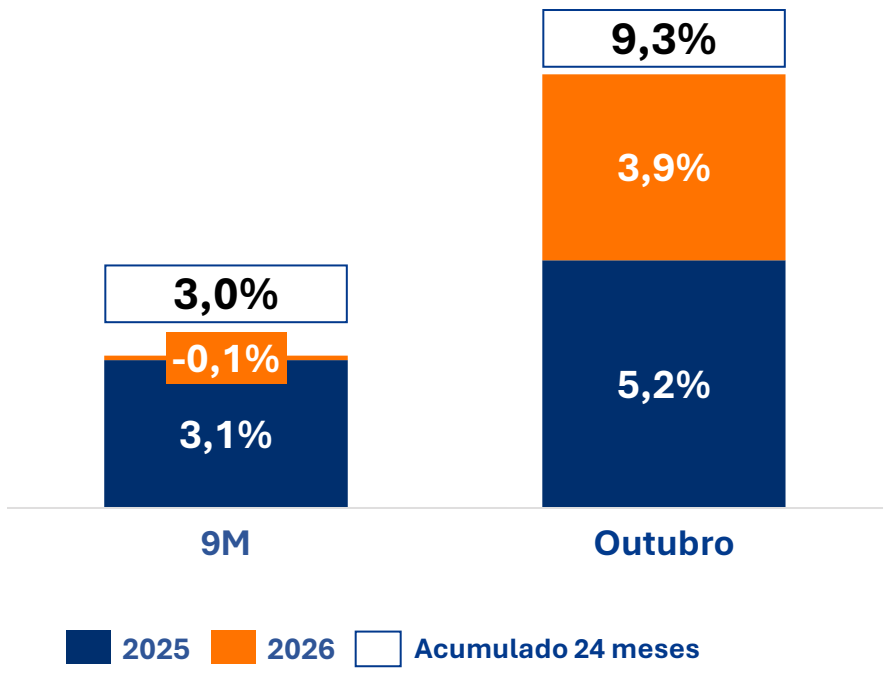
Campanha de Aniversário de 52 anos do Assaí, melhora de fluxo com margem em linha ao do 3T26

Entrada em vigor da MP 1394 que proibiu as plataformas de apostas online

Setor alimentar apresentou melhora, principalmente nos formatos voltados aos públicos de menor renda[1]

Vendas mesmas lojas

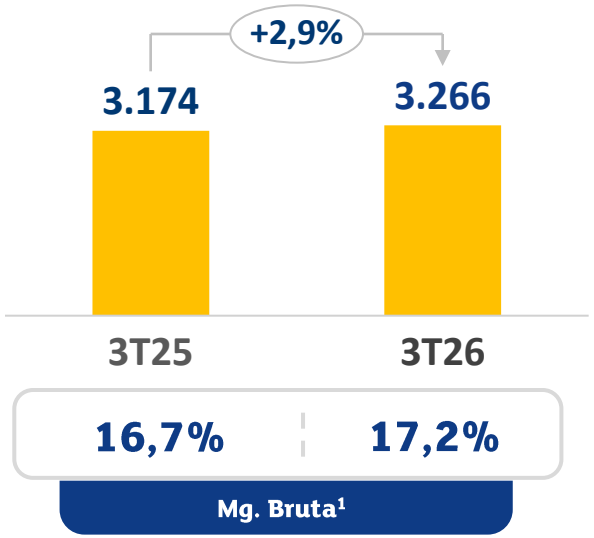
Últimos 24 meses



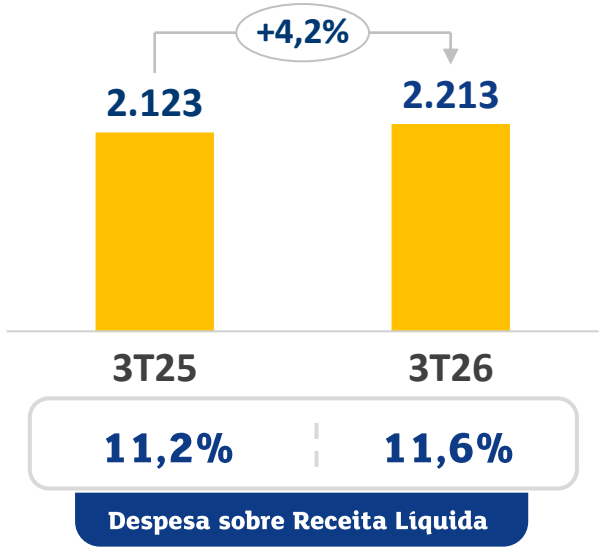
[1] Nota: Dados da Nielsen e ABRAS para Outubro de 2026

DISCIPLINA DE MARGENS E CONTROLE DE DESPESAS
Margem EBITDA estável, sustentada pela eficiência operacional

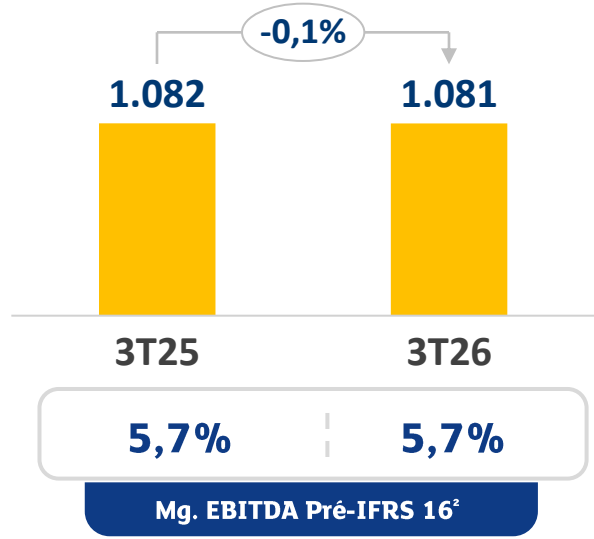
LUCRO BRUTO
R$ Milhões; Pré-IFRS 16



DESPESAS
R$ Milhões; Pré-IFRS 16



EBITDA AJUSTADO
R$ Milhões; Pré-IFRS 16



- Estratégia comercial consistente, com preservação do *market share*
- Aprimoramento da gestão de preços e da precificação loja a loja
- Melhoria de margem e competitividade no piso mesmo em cenário desafiador

- Crescimento das despesas abaixo da inflação (+2,7% por ticket)
- Ganhos de produtividade e expansão dos *self-checkouts*
- Iniciativas em desenvolvimento e Abertura de 9 Lojas nos últimos 12 meses

(1) % Receita Líquida; (2) Lucro operacional antes de juros, impostos, depreciação e amortização (EBITDA), ajustado pelo resultado de outras despesas e receitas operacionais – excluindo créditos PIS/COFINS.

RESULTADOS FINANCEIROS

DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS

3T26

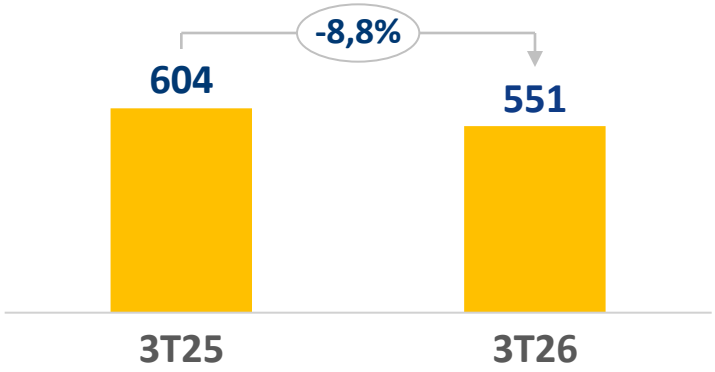
ASSAÍ ATACADISTA



QUEDA DA DÍVIDA LÍQUIDA E MENOR TAXA DE JUROS GERAM MELHORIA NO RESULTADO FINANCEIRO E AVANÇO DO LUCRO LÍQUIDO

RESULTADO FINANCEIRO

R$ Milhões; Pré-IFRS 16



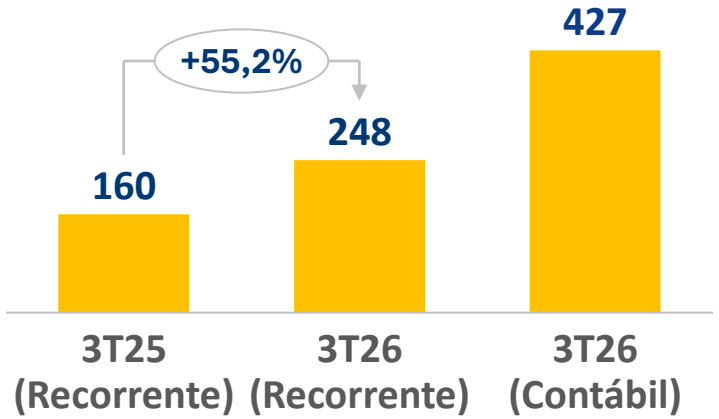
3,2%	2,9%

Resultado Financeiro sobre Receita Líquida

- Menores encargos financeiros, com redução da dívida média e do CDI médio
- Redução dos custos com antecipação de recebíveis
- Menores receitas financeiras, devido à redução do caixa médio aplicado e CDI médio

LUCRO LÍQUIDO

R$ Milhões; Pré-IFRS 16



0,8%	1,3%	2,2%

Margem Líquida[1]

- Melhora das margens líquidas com menor custo de dívida e reconhecimento de créditos tributários

(1) % Receita Líquida

AVANÇO NA DESALAVANCAGEM COM REDUÇÃO DA DÍVIDA LÍQUIDA

Geração de caixa sustenta queda da alavancagem para 2,15x no 3T26

GERAÇÃO DE CAIXA LTM

(R$ bilhões)

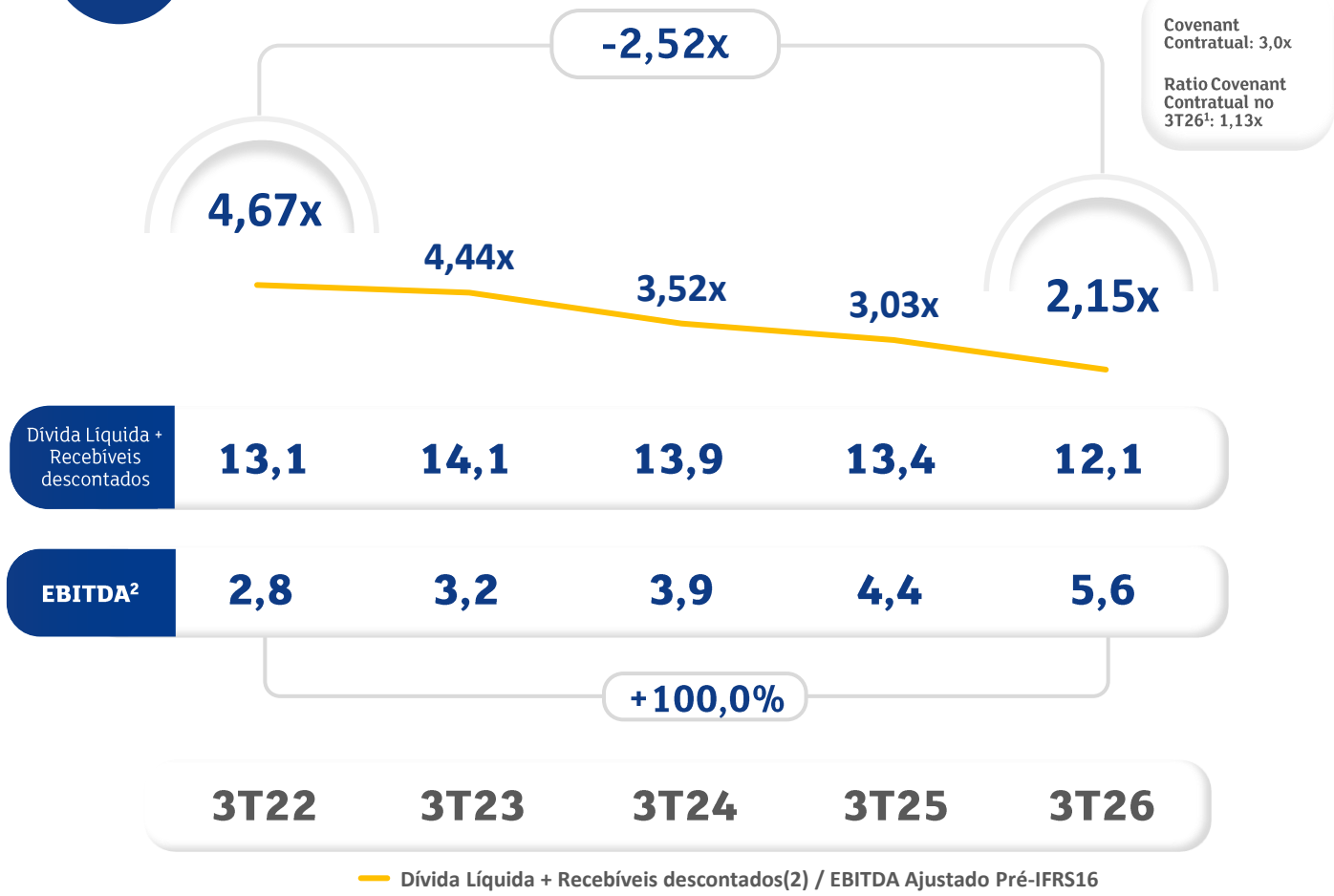
Geração de Caixa Operacional	**3,3**
Capex + SLB	-0,6
Geração de Caixa Livre	**2,8**
Custo da Dívida + Dividendos	-2,2
Geração de Caixa Final	**0,6**
Normalização do Desconto de Recebíveis	0,7
Geração de Caixa Final + Normalização do Desconto de Recebíveis	**1,3**

REDUÇÃO DA DÍVIDA LÍQUIDA

(R$ bilhões)

	3T25	3T26	Variação
Dívida Bruta	15,9	15,1	-0,8
Caixa Ajustado	**2,5**	**3,0**	**0,5**
Caixa Bruto	*4,5*	*4,3*	*-0,2*
Recebíveis Descontados	*-2,0*	*-1,2*	*-0,7*
Dívida Líquida + Recebíveis descontados	13,4	12,1	-1,3

ALAVANCAGEM FINANCEIRA

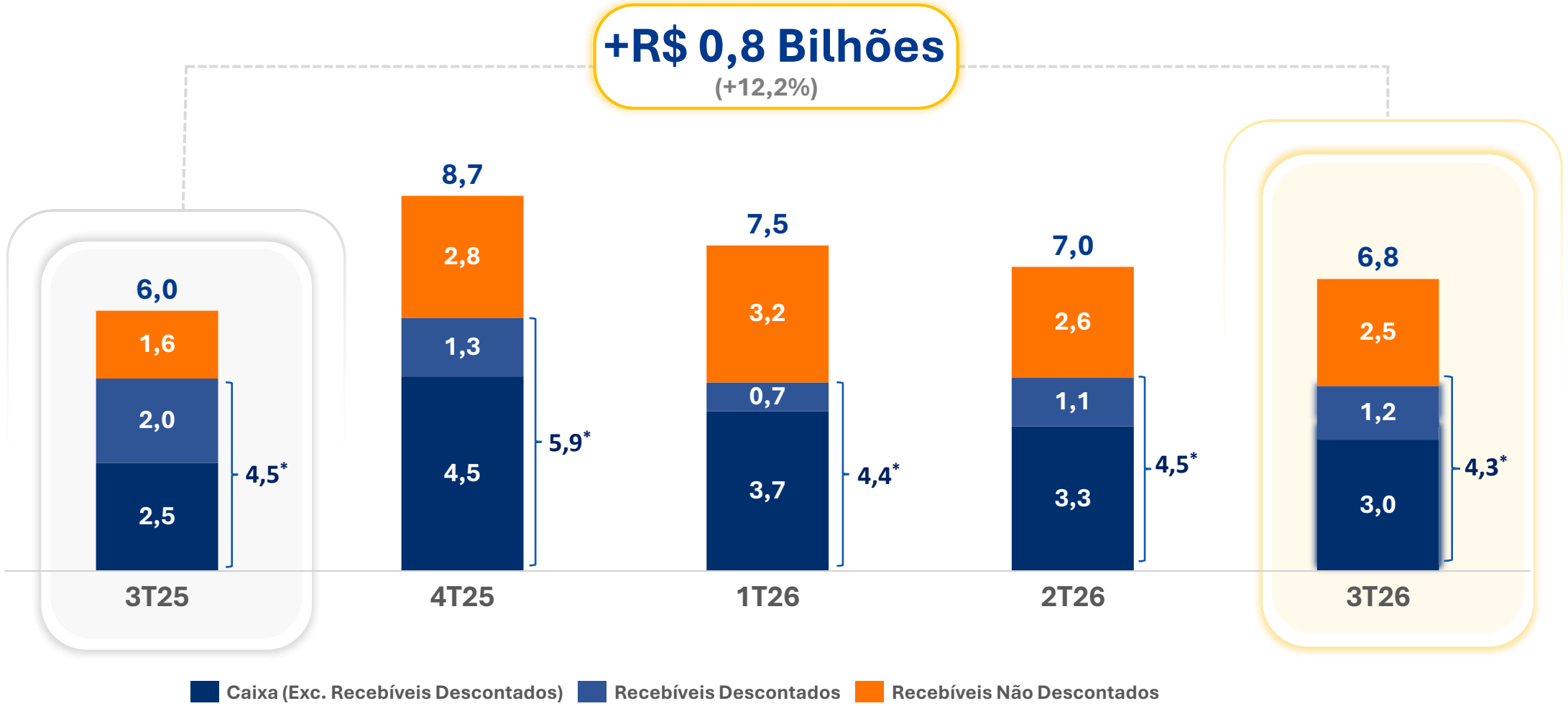


(1) Ratios Contratuais: [Dívida Bruta (-) Caixa (-) Contas a receber com deságio de 1,5%] / [Lucro Bruto (+) Depreciação Logística (-) SG&A];
(2) EBITDA Ajustado Pré-IFRS 16 (considera créditos tributários e exclui equivalência patrimonial): Ajustado pelo resultado de outras receitas e despesas operacionais e excluindo equivalência patrimonial dos últimos 12 meses.

DISPONIBILIDADE DE CAIXA ALCANÇA R$ 6,8 BILHÕES NO 3T26

DISPONIBILIDADE DE CAIXA

(R$ bilhões)



(*) Caixa (excluindo recebíveis descontados) + Recebíveis Descontados

SUSTENTABILIDADE

DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS

3T26

ASSAÍ ATACADISTA



CRESCIMENTO SUSTENTÁVEL
Com foco em eficiência operacional, diversidade, transparência e impacto social

OPERAÇÕES EFICIENTES

47,3% dos resíduos reaproveitados

+61,6% no volume de resíduos destinados à compostagem

PESSOAS E COMUNIDADES

27,5% da liderança composta por mulheres

44,7% da liderança composta por pessoas negras

16,2% dos colaboradores com 50+ anos

1,5% de migrantes e refugiados no quadro

GESTÃO ÉTICA E TRANSPARENTE

Reconhecimento no Anuário Integridade ESG

1º lugar no varejo alimentar

Instituto Assaí

Prêmio Academia Assaí

+7 mil empreendedores inscritos em todo o Brasil

2.250 empreendedores beneficiados com capacitação

20 empreendedores reconhecidos nacionalmente

4 vencedores

AVENIDAS DE CRESCIMENTO

DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS
3T26

ASSAÍ
ATACADISTA



EXPANSÃO DAS AVENIDAS DE CRESCIMENTO
Modelo de negócio em evolução

FARMÁCIA
Acesso e conveniência para o cliente

- 11 lojas no Estado de SP
- Unidades em maturação, com excelente receptividade do público e alto potencial de escala
- Meta: 250 farmácias



MARCAS PRÓPRIAS
Qualidade e valor para o cliente

- 140 SKUs (Assaí, Assaí Chef, Econobom e Assaí Bloom)
- Expectativa de 250 SKUs até dezembro
- 3T26: água mineral, batata palha, leite UHT, café, lava-roupas em pó e panetones
  4T26: Assaí Pets



IN & OUT
Mais praticidade e conveniência

- Alto fluxo de clientes + produtos de alta atratividade + preços imperdíveis + ofertas por tempo limitado
- 3T26: mobilidade elétrica (bikes e patinetes elétricos), eletroportáteis e eletrodomésticos (fritadeiras, refrigeradores e freezers)
- 4T26: decoração de Natal, ventiladores, aparelhos de ar-condicionado, aspirador robô e fones de ouvido



DIGITAL
Expansão da cobertura e sortimento

- Crescimento vendas *last mile*: +204% (vs 3T25)
- +95%: crescimento vendas unidades com mais de 12 meses de operação *last mile*
- Mercado Livre: ampliação sustentável do mix de produtos



EXPANSÃO DAS AVENIDAS DE CRESCIMENTO
Modelo de negócio em evolução

SERVIÇOS FINANCEIROS
Soluções para o cliente e monetização da base

- Processo de cisão com a FIC em aprovação com o Banco Central
- Avaliação de potenciais parceiros para o desenvolvimento e a expansão de novos produtos.
- Piloto do Assaí Pay em 30 lojas



SUPLEMENTAÇÃO
Expansão da categoria de suplementos

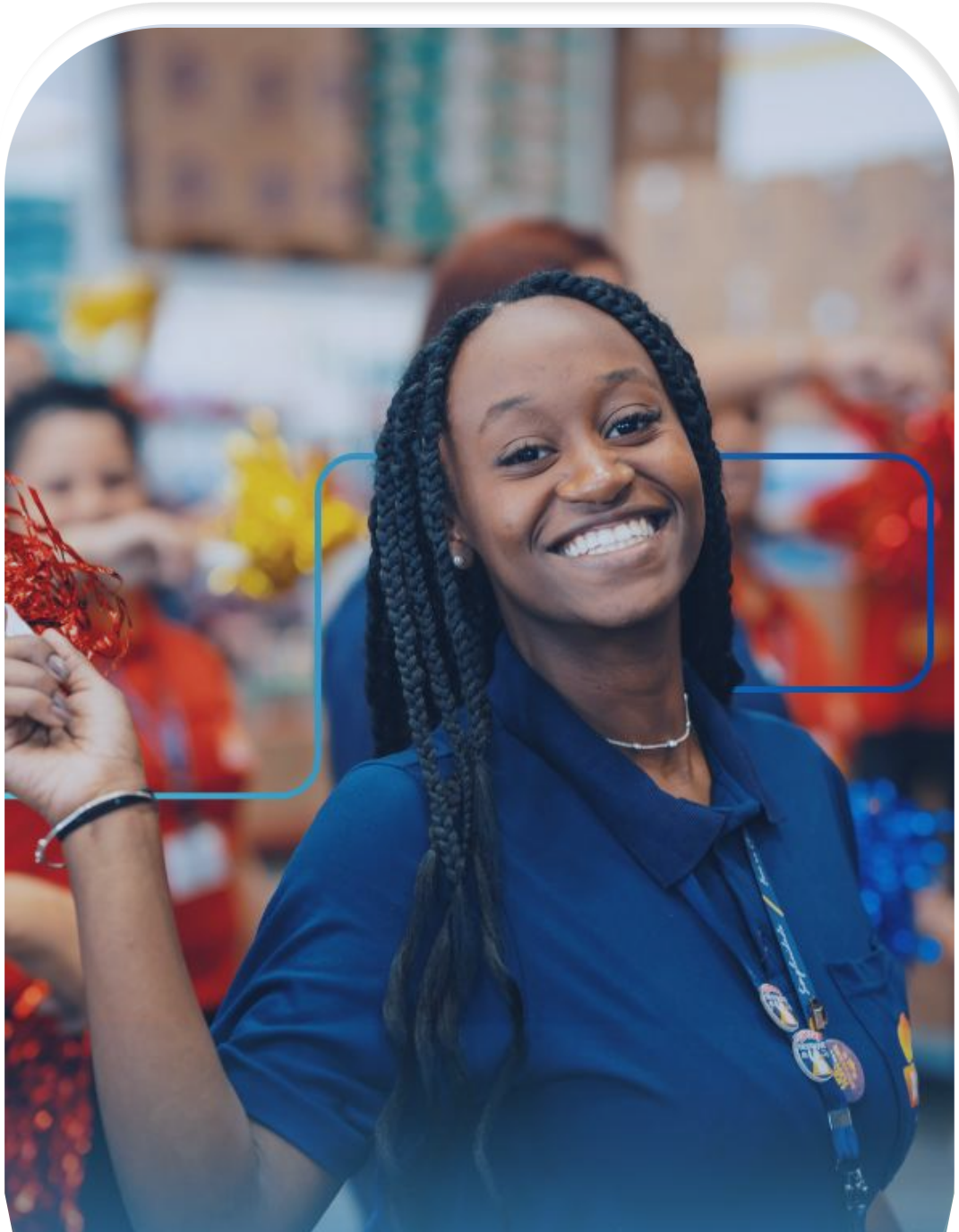
- Tendências de comportamento por mais saudabilidade
- Itens à venda: whey protein, creatina, pré-treino, pasta de amendoim e barrinhas proteicas
- Disponível em 300 lojas no 3T26



POSTOS DE COMBUSTÍVEIS E ELETROPOSTOS
Mais conveniência e tráfego para as lojas

- Alto fluxo de veículos (20 M/ mês) + infraestrutura + localização das lojas = conveniência e preços baixos
- Operação própria em 2027
- Aquisição de 18 postos instalados em lojas do Estado de SP
- Auto produção irá permitir venda de energia com preço baixo





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.





ASSAÍ
ATACADISTA

OBRIGADO

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

EARNINGS RESULTS

3rd QUARTER 2026



PROFITABILITY MAINTAINED IN A CHALLENGING ENVIRONMENT

Continued deleveraging trajectory: 2.15x, the lowest level since the spin-off

Sales

- **3Q26: Gross revenue of R$ 21.3 billion** (+2.7%) | **SSS** +0.1%
- ***"Same-store" Market Share[1] remained stable at 30.0% YTD***
- **Product mix adjusted to evolving consumer behavior**
- **Customer Flow:** +2.1% in the quarter
- **Growth avenues to increase share of wallet**

Current context

Macroeconomic Environment
Household indebtedness level at 82% (CNC – Sep/2026)

Consumer Environment
Consumer behavior continued to reflect a trade-down trend, pressured by income with 30% committed to debt repayments.

Company Strategy
Focus on competitiveness on the store floor and lower promotional activity in telesales, while preserving profitability.

Profitability

- **Adjusted EBITDA Pre-IFRS 16[4]: R$1.1 billion – stable margin at 5.7%**
  - **Gross Margin: +0.45 p.p. vs. 3Q25**
  - **Expenses: +4.2% vs. 3Q25, below inflation of 4.4%**

Net Income Pre-IFRS 16

- **Recurring Net Income: R$248 million[2]** (+55% vs. 3Q25)
  - **Reported Net Income: R$427 million[3]** (+119% vs. 3Q25)

Cash Generation and Leverage

- Total Cash Position: R$6.8 billion (+12.2% vs. 3Q25)
- Leverage: 2.15x (vs. 3.03x in 3Q25 and 2.37x in 2Q26)
- Operating Cash Flow: R$3.3 billion over the last 12 months
- Net Debt: R$1.3 billion reduction over the last 12 months
- Discounted Receivables: R$0.7 billion reduction vs. 3Q25

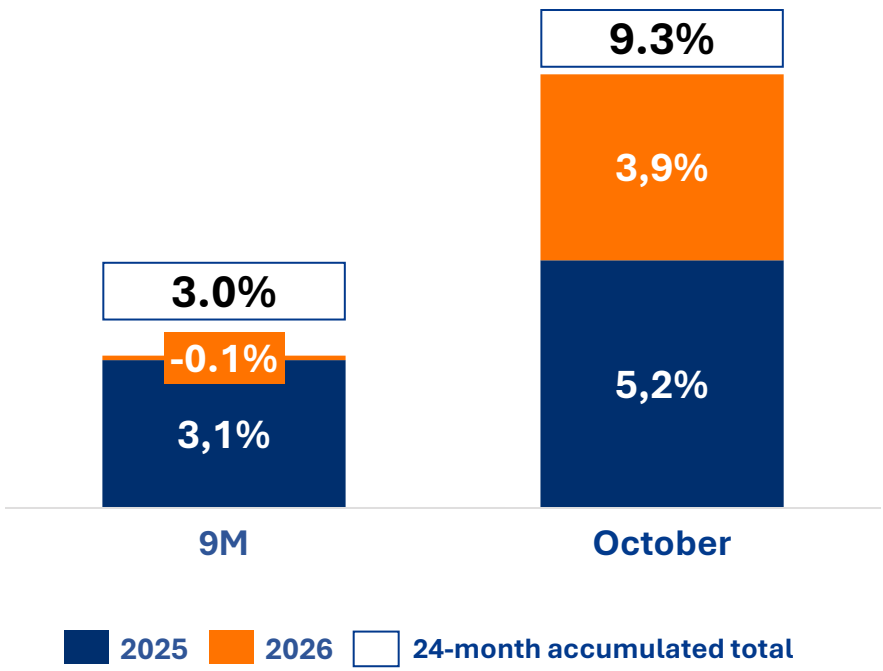
(1) Retail Index Nielsen – Q3 2026 vs. Q3 2025; (2) Net income including recurring PIS/COFINS tax credits, using a 34% tax rate; (3) Reported net income including tax credits; (4) Operating profit before interest, taxes, depreciation and amortization (EBITDA), adjusted for other operating expenses and income – excluding PIS/COFINS tax credits.

OCTOBER PERFORMANCE: TREND REVERSAL FOLLOWING FIVE CONSECUTIVE QUARTERS OF SSS NEAR 0%

- Assaí's 52nd Anniversary Campaign: improved customer traffic with margin in line with 3Q26
- Entry into force of Provisional Measure 1,394, which banned online betting platforms
- The food sector showed improvement, especially in formats targeting lower-income consumers[1]

Same store sales

Last 24 months



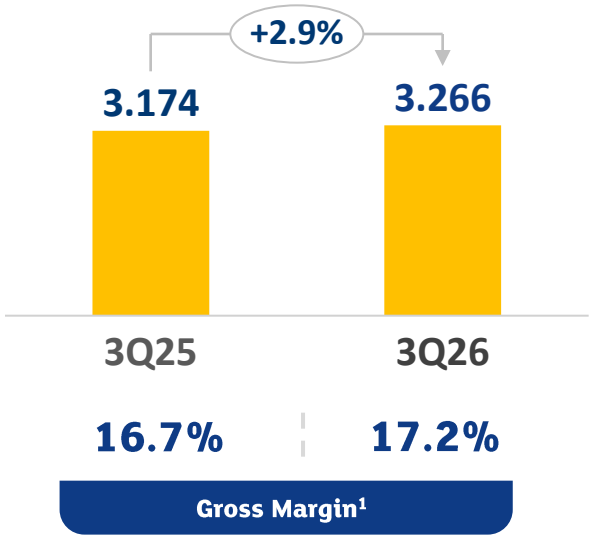
[1] Note: Nielsen and ABRAS data for October 2026

MARGIN DISCIPLINE AND EXPENSE CONTROL

Stable EBITDA margin, supported by operational efficiency

GROSS PROFIT

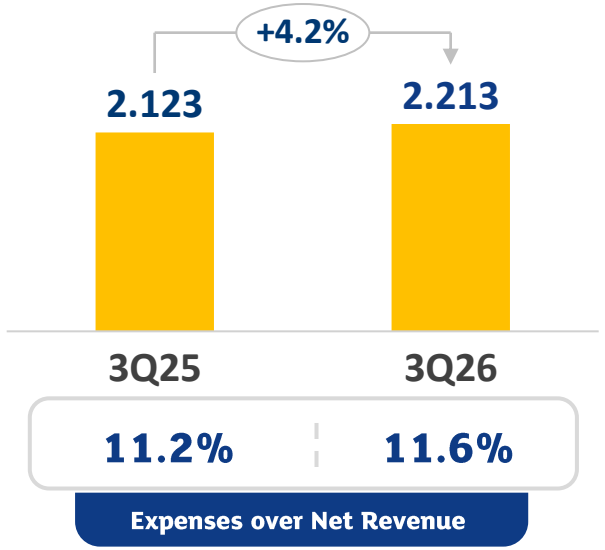
R$ Million; Pre-IFRS 16



- Consistent commercial strategy, preserving market share
- Enhanced pricing management and store-by-store pricing strategies
- Margin improvement and price competitiveness at store level, even in a challenging environment

SG&A EXPENSES

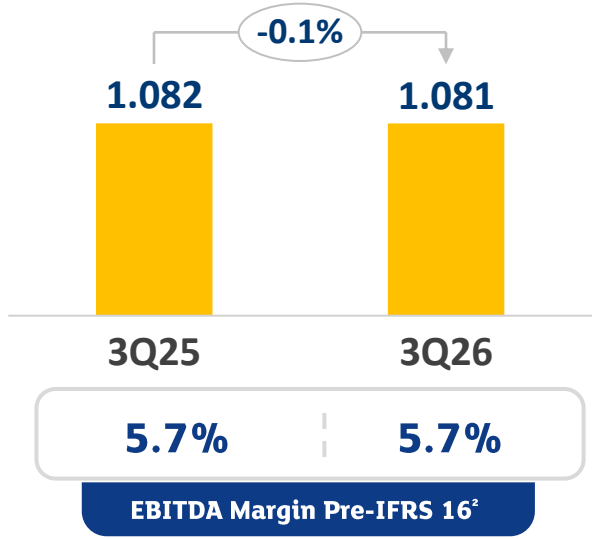
R$ Million; Pre-IFRS 16



- Expense growth below inflation (+2.7% per ticket)
- Productivity gains and expansion of self-checkout operations
- Ongoing initiatives and 9 store openings over the last 12 months

ADJUSTED EBITDA

R$ Million; Pre-IFRS 16



(1) % Net Revenue; (2) Operating profit before interest, taxes, depreciation and amortization (EBITDA), adjusted for other operating expenses and income – excluding PIS/COFINS tax credits.

FINANCIAL RESULTS

EARNINGS RELEASE
3Q26

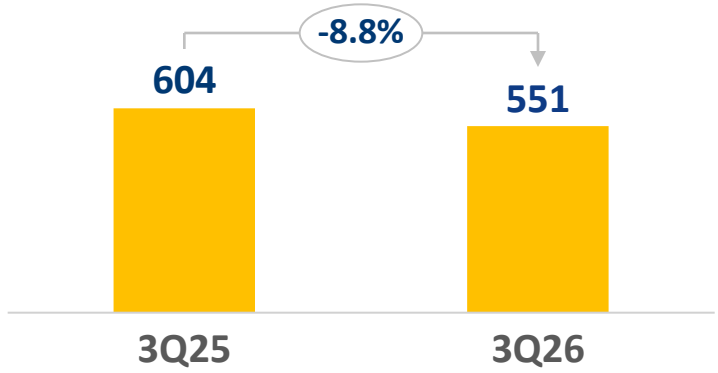
ASSAÍ
ATACADISTA



LOWER NET DEBT AND INTEREST RATES DRIVE FINANCIAL RESULT IMPROVEMENT AND NET INCOME GROWTH

NET FINANCIAL RESULT

R$ Million; Pre-IFRS 16

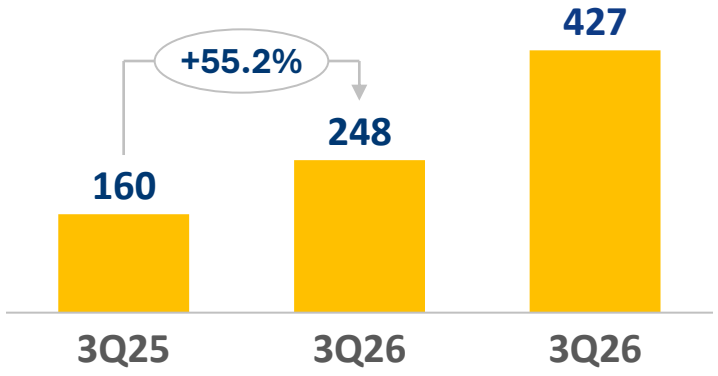


3.2%	2.9%

Financial Result over Net Revenue

NET INCOME

R$ Million; Pre-IFRS 16



0.8%	1.3%	2.2%

Net Margin[1]

- Lower financial expenses, driven by a reduction in average debt and the average CDI rate
- Reduction in costs related to receivables discounting
- Lower financial income due to a reduction in average invested cash balances and the average CDI rate

- Improved net margins, driven by lower debt costs and the recognition of tax credits

(1) % Net Revenue

DELEVERAGING EVOLUTION THROUGH NET DEBT REDUCTION

Cash generation supports a decline in leverage to 2.15x in 3Q26

LTM CASH GENERATION

(R$ billion)

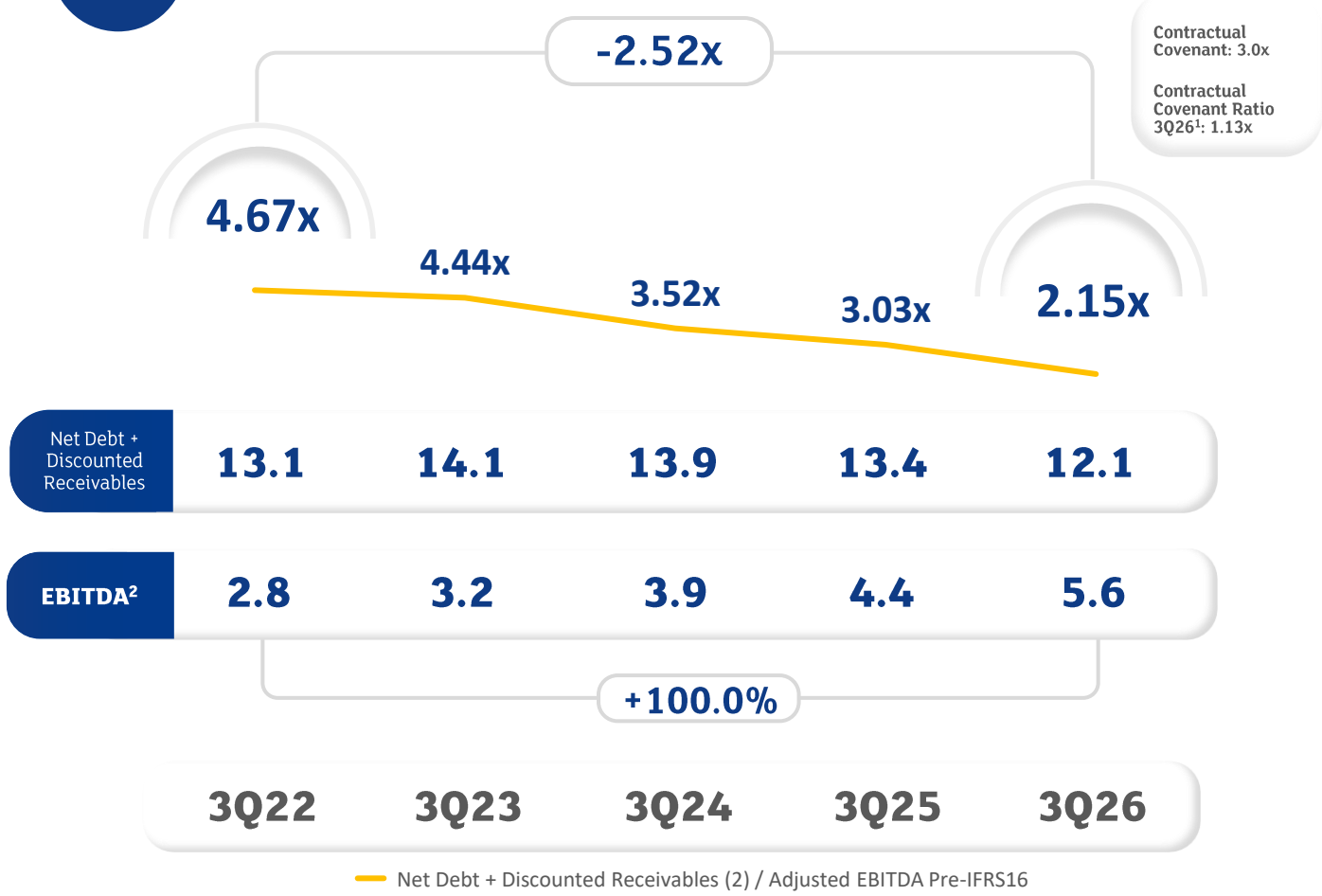
Operating Cash Generation	**3.3**
Capex + SLB	-0.6
Free Cash Generation	**2.8**
Cost of Debt + Dividends	-2.2
Final Cash Generation	**0.6**
Normalization of Receivables Discounting	0.7
Final Cash Generation + Receivables Discounting Adjustment	**1.3**

NET DEBT REDUCTION

(R$ billion)

	3Q25	3Q26	Variation
Gross Debt	15.9	15.1	-0.8
Adjusted Cash	**2.5**	**3.0**	**0.5**
Gross Cash	*4.5*	*4.3*	*-0.2*
Discounted Receivables	*-2.0*	*-1.2*	*-0.7*
Net Debt+ Discounted Receivables	13.4	12.1	-1.3

FINANCIAL LEVERAGE



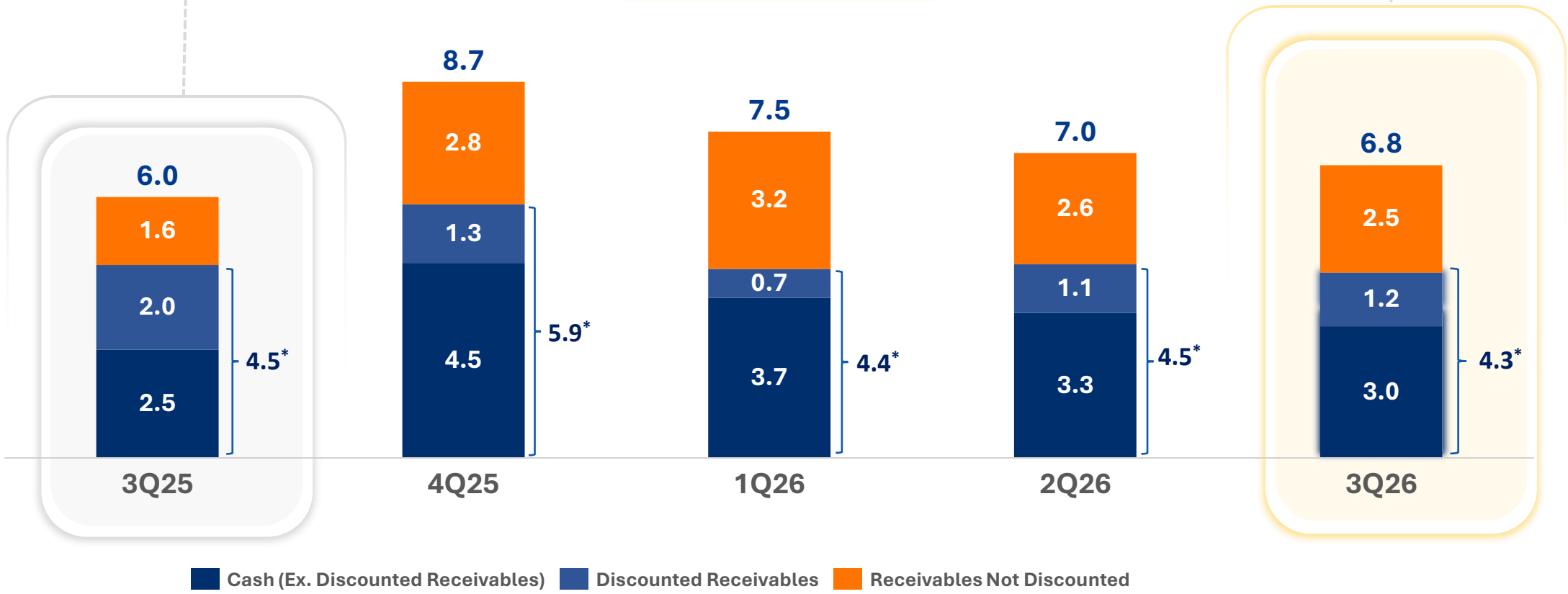
(1) *Covenant leverage ratio: [Gross Debt (-) Cash and Cash Equivalents (-) Trade Receivables discounted net of a 1.5% haircut] / [Gross Profit (+) Logistics Depreciation (-) SG&A].;*
(2) *Adjusted EBITDA Pre-IFRS 16 (includes tax credits and excludes equity income): adjusted for other operating income and expenses and excluding equity income from the last twelve months*

CASH AVAILABILITY REACHES R$6.8 BILLION IN 3Q26

CASH AVAILABILITY

(R$ billion)

+R$ 0.8 Billion
(+12.2%)



(*) Cash (excluding discounted receivables) + Discounted Receivables

SUSTAINABILITY

EARNINGS
RELEASE
3Q26

ASSAÍ
ATACADISTA



SUSTAINABLE GROWTH

Focused on operational efficiency, diversity, transparency, and social impact

EFFICIENT OPERATIONS

47.3% of waste reused

+61.6% in the volume of waste sent for composting

PEOPLE AND COMMUNITIES

27.5% of leadership positions held by women

44.7% of leadership positions held by Black people

16.2% of employees aged 50+

1.5% of the workforce made up of migrants and refugees

ETHICAL AND TRANSPARENT MANAGEMENT

Recognition in the Integridade ESG Yearbook

1ST place in food retail

Instituto Assaí

Academia Assaí Awards

+7K entrepreneurs enrolled across Brazil

2,250 entrepreneurs benefiting from training programs

20 entrepreneurs recognized nationwide

4 winners

GROWTH AVENUES

EARNINGS RELEASE
3Q26

ASSAÍ
ATACADISTA



EXPANSION OF GROWTH AVENUES
EVOLVING BUSINESS MODEL

PHARMACY
Accessibility and convenience for customers

- 11 stores in the State of São Paulo
- Stores in the ramp-up phase, with excellent customer reception and strong scalability potential
- Target: 250 pharmacies



PRIVATE LABEL BRANDS
Quality and value for customers

- 140 SKUs (Assaí, Assaí Chef, Econobom and Assaí Bloom
- Expected 250 SKUs by December
- 3Q26: mineral water, shoestring potatoes, UHT milk, coffee, powdered laundry detergent and panettone
  4Q26: Assaí Pets



IN & OUT
Greater convenience and practicality

- High customer traffic + highly attractive products + unbeatable prices + limited-time offers
- 3Q26: electric mobility (e-bikes and e-scooters), small appliances and household appliances (air fryers, refrigerators and freezers)
- 4Q26: Christmas decorations, fans, air conditioners, robot vacuum cleaners and headphones



DIGITAL
Expanding coverage and product assortment

- Last-mile sales growth: +204% vs. 3Q25
- +95% sales growth at stores with more than 12 months of last-mile operations
- Mercado Livre: sustainable expansion of product assortment



EXPANSION OF GROWTH AVENUES
EVOLVING BUSINESS MODEL

FINANCIAL SERVICES
Customer solutions and base monetization

- Spin-off process involving FIC under review by the Central Bank
- Assessment of potential partners to develop and expand new products
- Assaí Pay pilot in 30 stores



SUPPLEMENTS CATEGORY
Expansion of the dietary supplements category

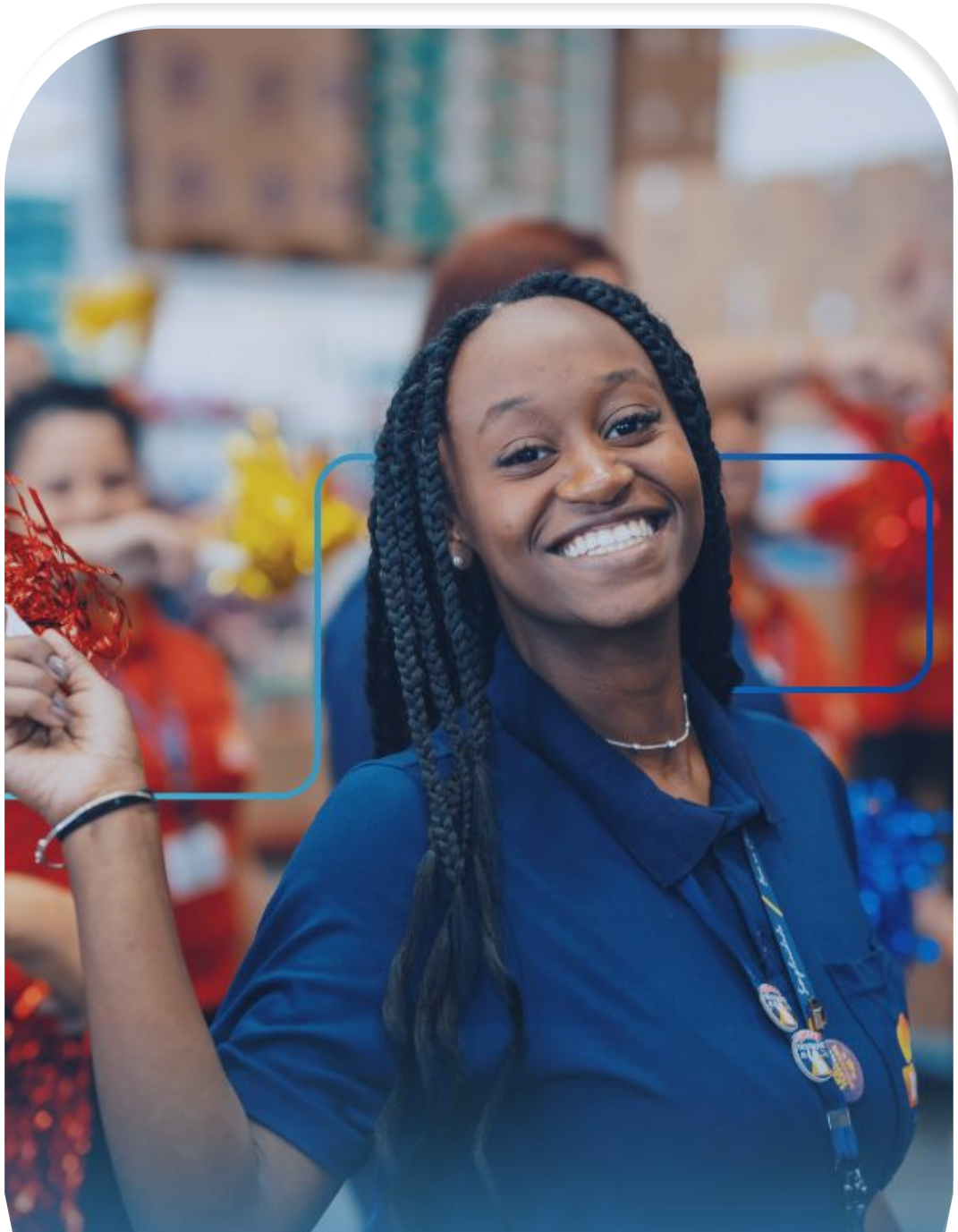
- Capitalizing on consumer trends toward healthier lifestyles
- Products offered: whey protein, creatine, pre-workout supplements, peanut butter and protein bars
- Available in 300 stores as of 3Q26



FUEL STATIONS AND EV CHARGING STATIONS
Greater convenience and increased store traffic

- High vehicle traffic (20M vehicles/month) + infrastructure + store locations = convenience and lower prices
- Own-operated model planned for 2027
- Acquisition of 18 fuel stations located at stores in the State of São Paulo
- Self-production will enable the sale of energy at lower prices





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.





ASSAÍ
ATACADISTA

THANK YOU

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