

The logo features the number '50' in a large, white, sans-serif font. To its right is a semi-circle with a rainbow gradient from red at the top to yellow at the bottom. Below the semi-circle, the word 'ASSAÍ' is written in a bold, white, sans-serif font, and 'ATACADISTA' is written in a smaller, white, sans-serif font below it. At the bottom of the logo, the word 'anos' is written in a white, cursive script font.

50 **ASSAÍ**
ATACADISTA
anos

DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS

3º TRIMESTRE DE 2024

08 DE NOVEMBRO DE 2024

RESULTADO CONSISTENTE: Evolução de vendas, rentabilidade e início do ciclo da redução da dívida

4 lojas novas no 3T24 e 21 em 12M
+8% em área de vendas vs. 3T23
~6 lojas no 4T24
Cerca de 15 lojas para 2024

EXPANSÃO:



Orgânica: Guarulhos Pimentas (SP)

Faturamento e vendas 'mesmas lojas'

Faturamento	Tickets Totais	Vendas Mesmas-lojas
R\$ 20,2bi	77,5M	+2,6%
+9,3% vs. 3T23	+6,0% vs. 3T23	ex. efeito calendário

Evolução de EBITDA: estratégia comercial, maturação de lojas novas e melhorias na experiência de compras

Início da redução da dívida líquida e avanço da desalavancagem: evolução de EBITDA, gestão eficiente de capital de giro

Pré-IFRS 16	Pós-IFRS 16
R\$ 1,0bi (+12%)	R\$ 1,4bi (+12%)
Mg: 5,5% (+0,1p.p.)	Mg: 7,3% (+0,2p.p.)

Dívida Líquida	Alavancagem	Projeção 2024
-R\$ 218 milhões	3,52x no 3T24	Alavancagem inferior a 3,2x
vs. 3T23	-0,92x vs. 3T23 -0,13x vs. 2T24	ao final de 2024

Maior lucratividade: eficiência operacional, controle de despesas e melhora do resultado financeiro

Projeções 2025

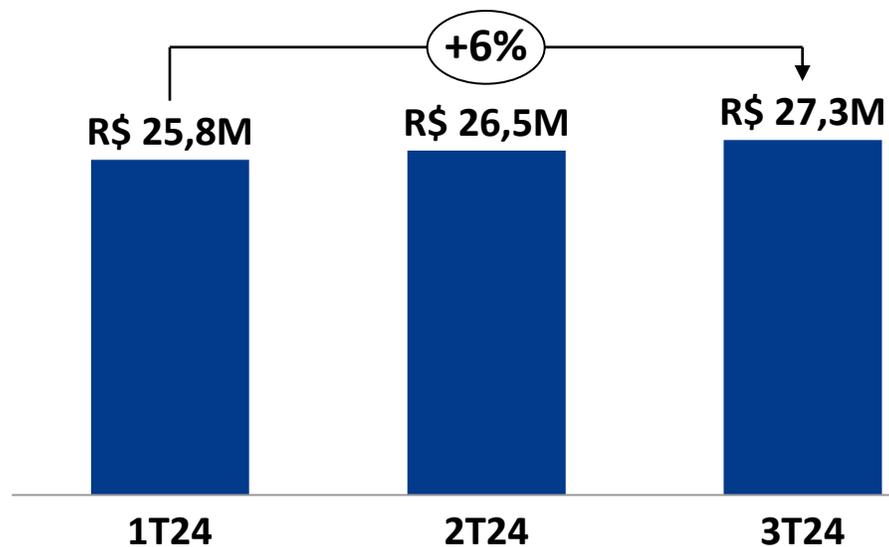
Pré-IFRS 16	Pós-IFRS 16
LAIR: R\$ 260M (+83%)	R\$ 195M (+30%)
Lucro Líq.: R\$ 198M	R\$ 156M

Expansão: ~10 novas lojas
CAPEX: investimento de R\$ 1,0 a R\$ 1,2 bilhão
Alavancagem: cerca de 2,6x ao final do ano

AVANÇO NA CURVA DE MATUREZAÇÃO: Lojas convertidas em 2022 com faturamento de R\$ 27,3 milhões, 25% superior às lojas abertas até 2022

Faturamento Médio Mensal

47 Conversões Inauguradas em 2022



Mg. EBITDA
Pré-IFRS 16 ⁽¹⁾

5,2%

5,1%

5,4%



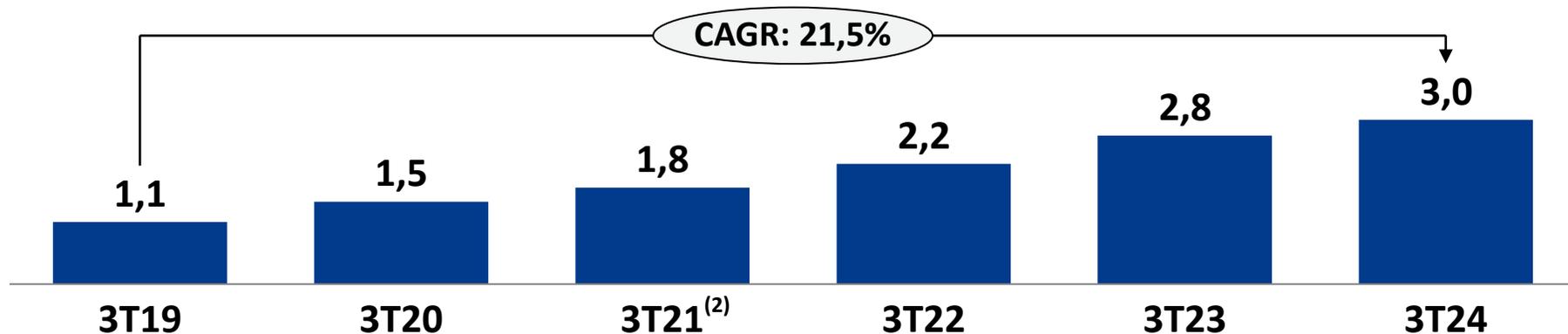
Conversão: Ponta Negra (RN)

⁽¹⁾ % Receita Líquida

EVOLUÇÃO DO MODELO DE LOJA RESULTA EM GANHOS DE MARGEM BRUTA:
maturação de lojas novas e contínuas melhorias na experiência de compras

Lucro Bruto Pré-IFRS 16

(R\$ Bilhões)



Mg. Bruta ⁽¹⁾	16,6%	16,6%	16,7%	16,1%	16,2%	16,4%
# Lojas novas LTM	19	23	16	44	52	21

**ESTRATÉGIA COMERCIAL
EFICIENTE**

IMPLEMENTAÇÃO DE SERVIÇOS
~50% das lojas com
3 serviços disponíveis

MATURAÇÃO DE NOVAS LOJAS
117 lojas abertas em 3 anos
~40% do parque de lojas

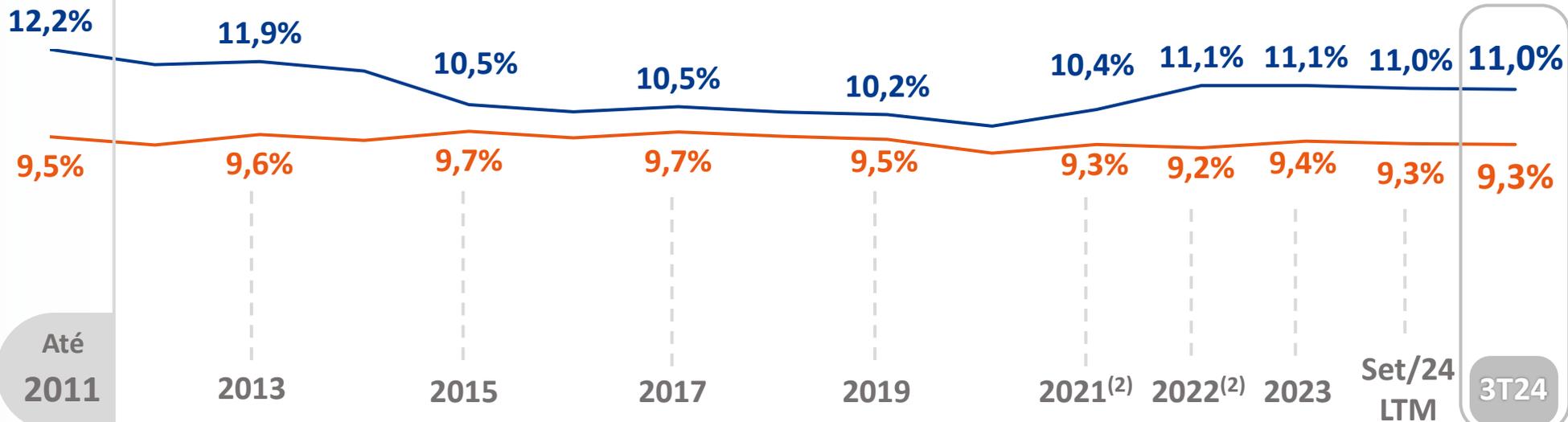
⁽¹⁾ % Receita Líquida

⁽²⁾ Excl. créditos fiscais

Evolução do modelo mantendo custo baixo e com aumento da rentabilidade

NOVO MODELO

MODELO ANTIGO



INOVAÇÃO



EFICIÊNCIA OPERACIONAL



ATENDIMENTO PERSONALIZADO



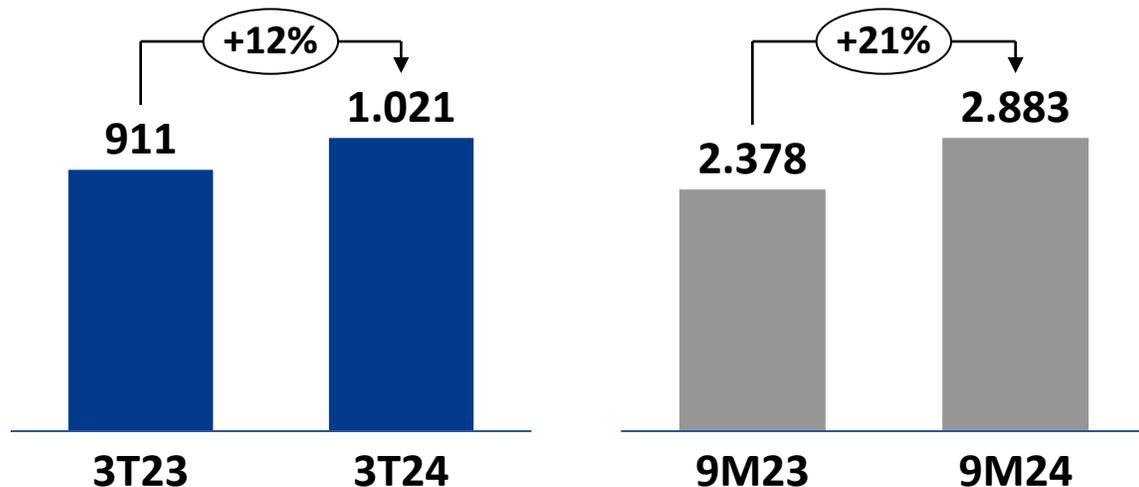
CUSTO BENEFÍCIO

⁽¹⁾ Pós-IFRS16 (excluindo aluguéis)

⁽²⁾ Excluindo Despesas Pré-Operacionais

EBITDA

(R\$ Milhões; Pré-IFRS 16)



Mg. Pré-IFRS 16 ⁽¹⁾	5,4%	5,5%	4,9%	5,4%
Mg. Pós-IFRS 16 ⁽¹⁾	7,1%	7,3%	6,8%	7,2%

CONSTANTE EVOLUÇÃO NA EXPERIÊNCIA DE COMPRAS

560 unidades de serviços disponíveis aos clientes

184 adicionadas no 9M24 (vs. 82 no 9M23)

21 açougues + 78 empórios de frios + 85 padarias

% de serviços implementados até Set/24: 63%



Orgânica: Manaus - Bola de Suframa (AM) – 04/09/2024



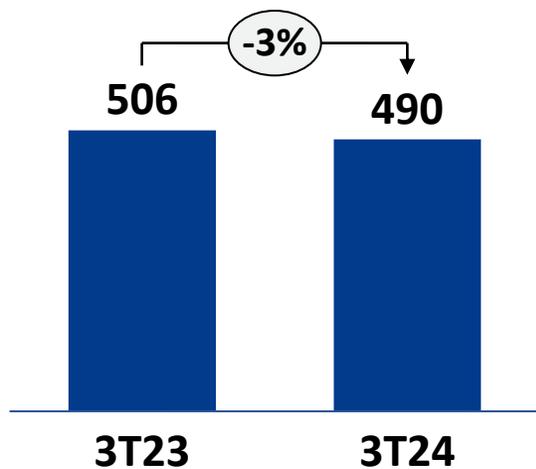
Fortalecemos nossa presença com a abertura da 4ª loja e do 1º centro de distribuição em Manaus!

⁽¹⁾ % Receita Líquida

Melhora do resultado financeiro e maturação de lojas novas contribuem para o crescimento de 83% no LAIR

Resultado Financeiro

(R\$ Milhões; Pré-IFRS 16)



Resultado Financeiro ⁽¹⁾

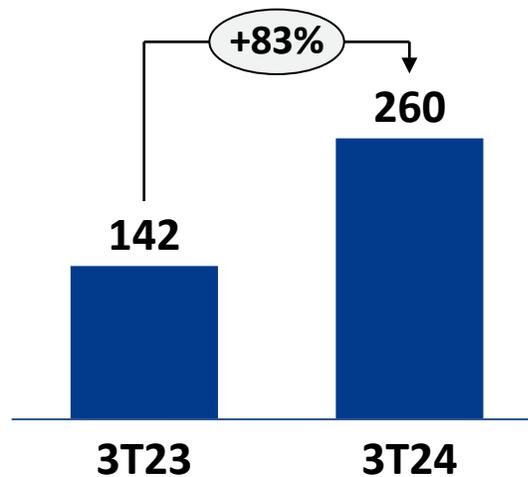
-3,0%

-2,6%

- Maior rentabilidade de caixa e equivalentes
- Redução na antecipação de recebíveis

Lucro antes do IR

(R\$ Milhões; Pré-IFRS 16)



Pós-IFRS 16

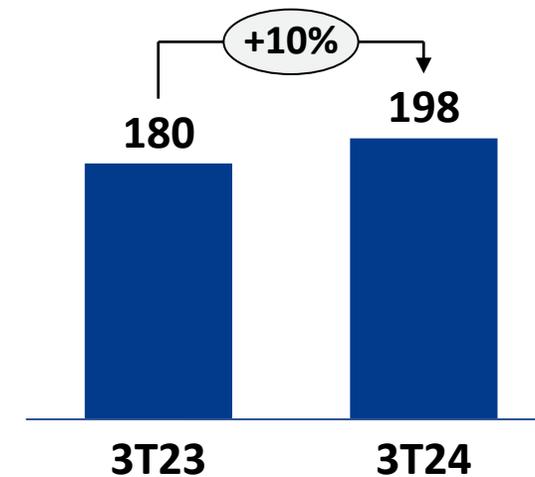
R\$ 150M

R\$ 195M

- Maturação de novas lojas
- Melhorias na experiência de compra
- Expansão da margem bruta
- Ganhos de eficiência em lojas

Lucro Líquido

(R\$ Milhões; Pré-IFRS 16)



Pós-IFRS 16

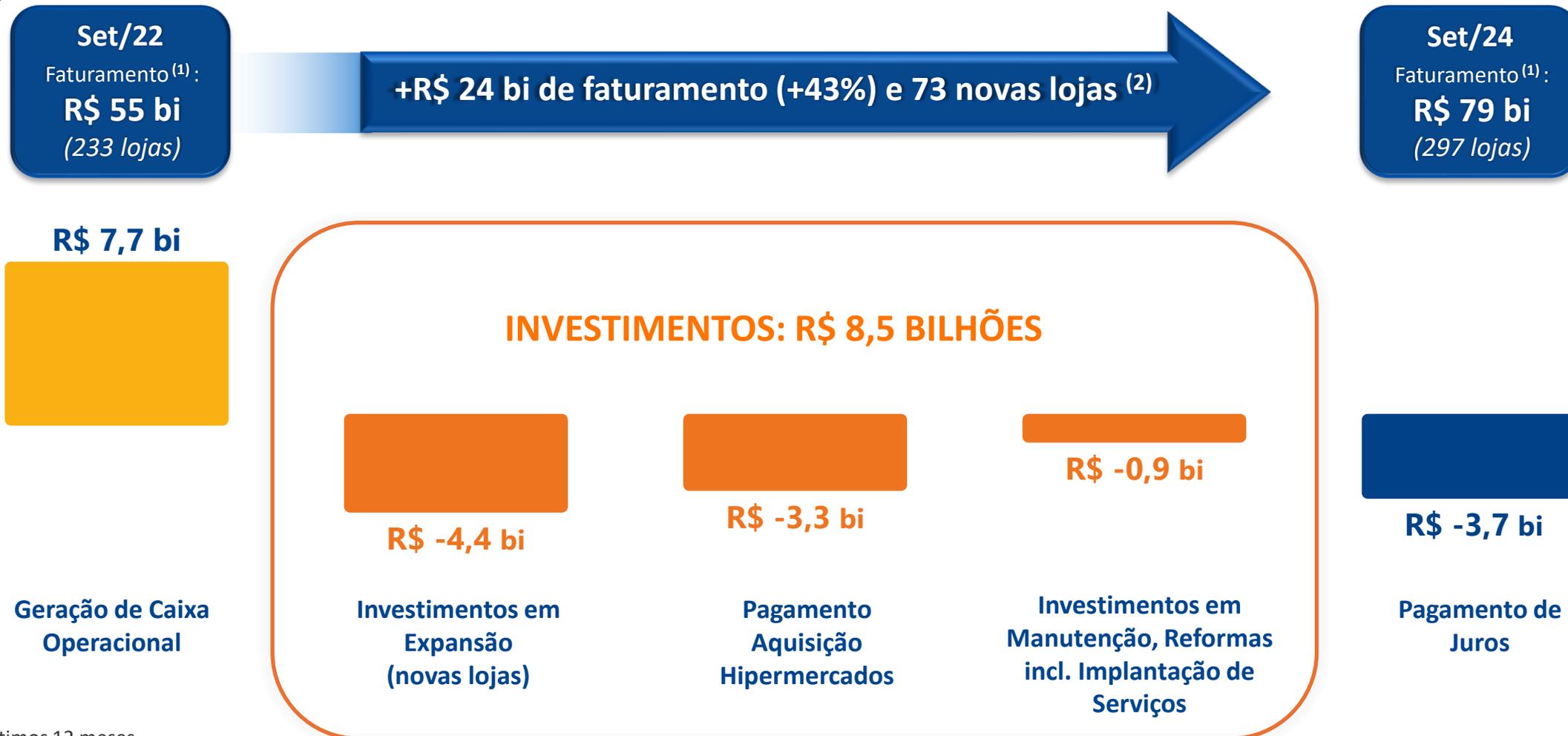
R\$ 185M

R\$ 156M

- Eficiente controle de despesas
- Melhora do resultado financeiro com % da receita líquida

⁽¹⁾ % Receita Líquida

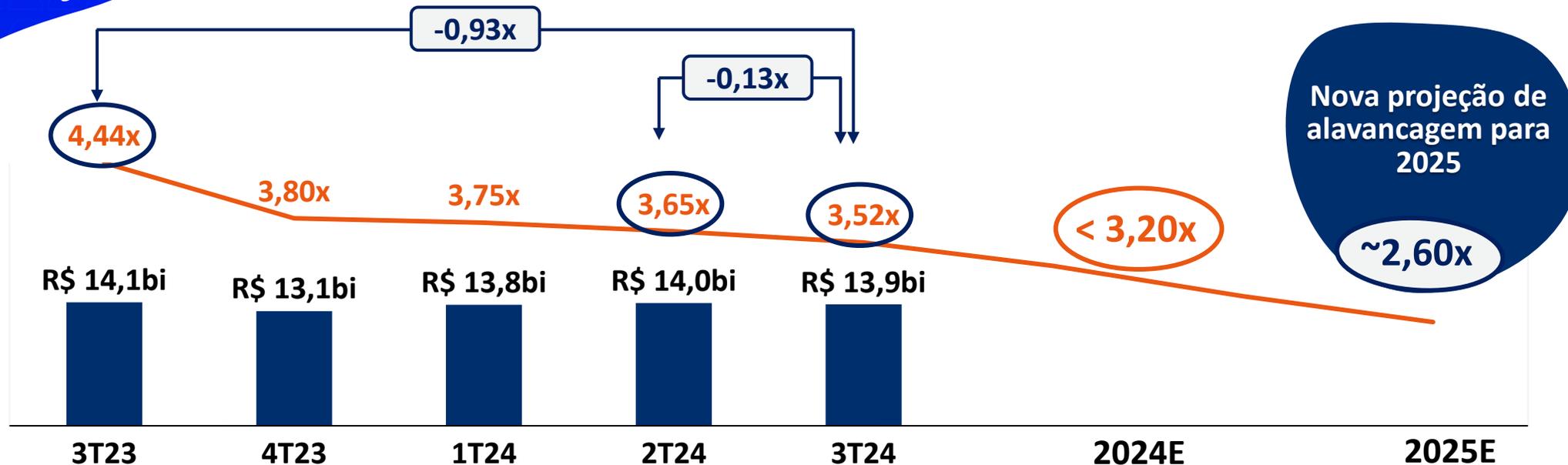
GERAÇÃO DE CAIXA OPERACIONAL SUPORTOU 90% DOS INVESTIMENTOS NOS ÚLTIMOS 2 ANOS: 50 conversões de hipermercados e 23 lojas orgânicas



(1) Acumulado últimos 12 meses

(2) Excluindo fechamentos

INÍCIO DO CICLO DE REDUÇÃO DA DÍVIDA LÍQUIDA E REDUÇÃO DA ALAVANCAGEM: Geração de caixa operacional e gestão eficiente de capital de giro



EBITDA ⁽¹⁾ R\$ 3,2bi R\$ 3,4bi R\$ 3,7bi R\$ 3,8bi R\$ 3,9bi

Gráfico sem escala

+24%

- Dívida Líquida + Recebíveis descontados + Saldo a pagar das aquisições de Hipermercado / EBITDA Ajustado Pré IFRS16
- Dívida Líquida + Recebíveis descontados + Saldo a pagar das aquisições de hipermercado

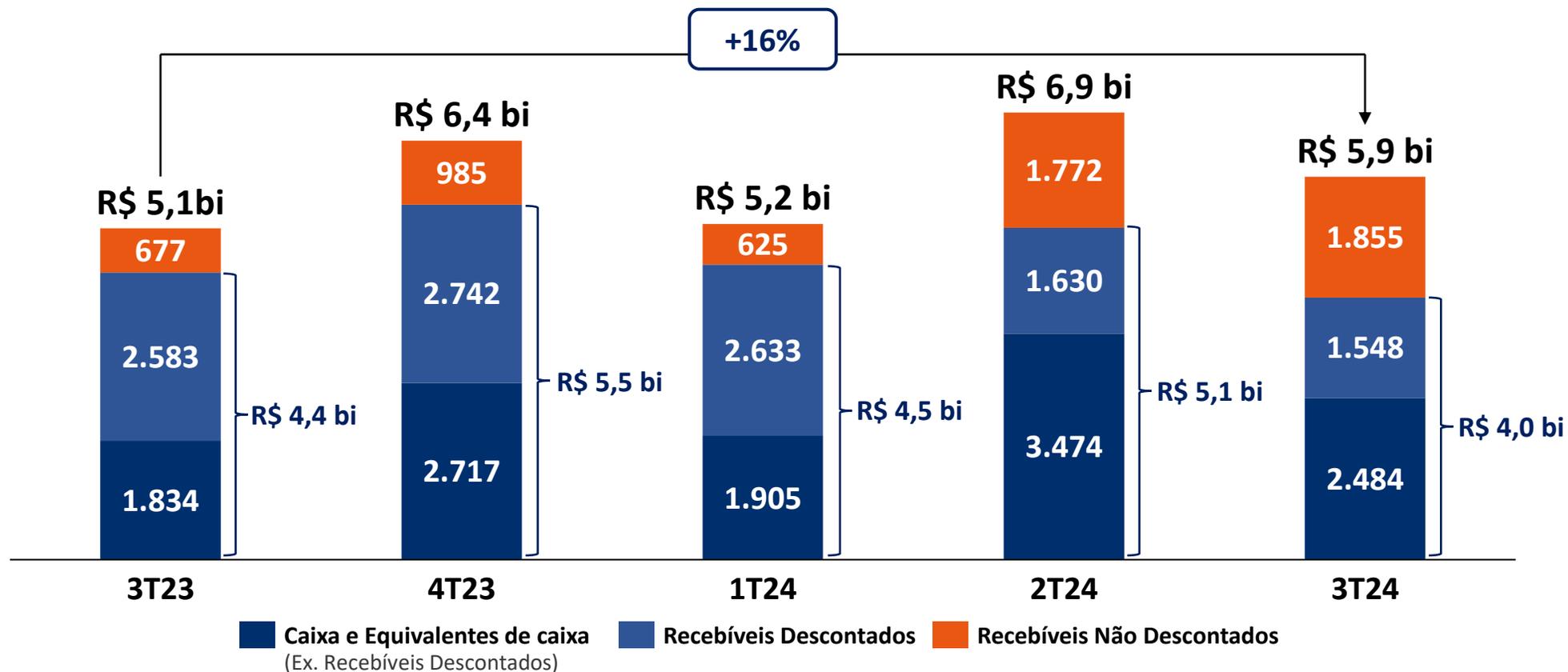
Covenants Contratuais: 3,0x
Ratio Covenant Contratual no 3T24 ⁽²⁾: 1,97x
(vs. 2,06x 2T24)

⁽¹⁾ EBITDA Pré-IFRS 16 acumulado 12 meses (excluindo equivalência patrimonial)

⁽²⁾ Ratios Contratuais: [Dívida Bruta (-) Caixa (-) Recebíveis de Cartão] / [Lucro Bruto (-) SG&A (-) Depreciação e Amortização (+) Outras Receitas Operacionais]

Disponibilidades de Caixa

(R\$ Milhões)



AUMENTO DO CAIXA MÉDIO APLICADO

R\$ 1.325 milhões no 3T24

(vs. R\$ 950 milhões no 3T23 e R\$ 835 milhões no 2T24)

MELHORA NO PERFIL DA DÍVIDA: Sucesso nas captações recentes resultam em alongamento de prazo e redução no custo da dívida

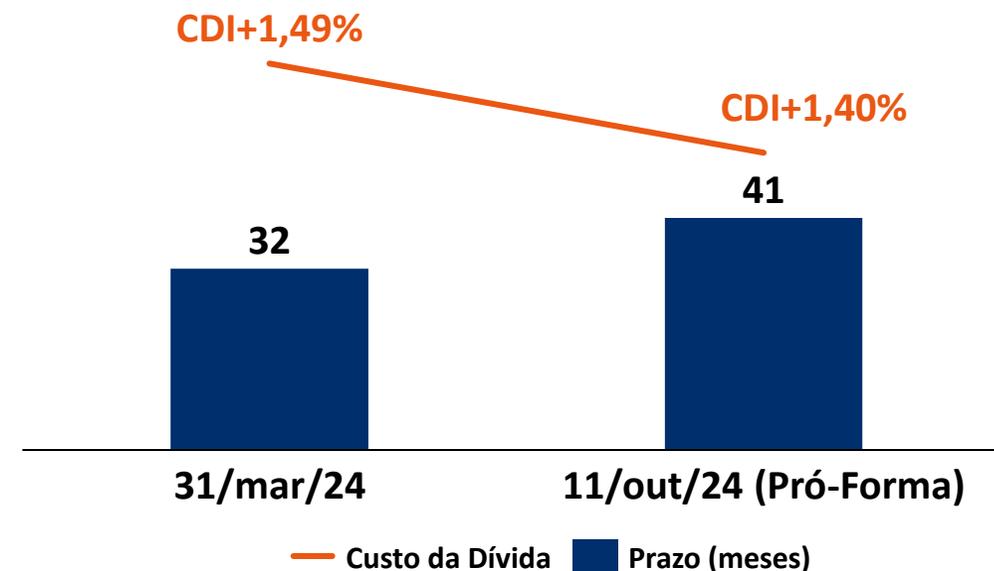
Cronograma de Vencimentos

(R\$ Bilhões - Principal + Juros)

Ano	Posição em 31/mar/24	Posição em 11/out/24 (Pró-Forma)	Δ R\$
2024	3,8	3,9	0,1
2025	4,6	2,5	-2,1
2026	3,1	2,2	-0,9
2027	2,7	3,3	0,6
2028	2,2	4,5	2,3
2029	0,7	3,0	2,3
2030+	0,3	0,3	0,0

Perfil da Dívida

Alongamento de Prazos + Redução de Custo



Captações de R\$ 5,3bi nos últimos 6 meses

- 10ª emissão de debêntures: R\$ 1,8 bilhão (CDI+1,25%)
- Empréstimos Bilaterais: R\$ 700 milhões
- 11ª emissão de debêntures: R\$ 2,8 bilhões (CDI+1,25%)

(1) Não considera juros apropriados após 31/mar/2024.

(2) Não considera juros apropriados após 11/out/2024.



Operações eficientes

Publicação da Política de Bem-Estar Animal



Acesso ao vídeo



Desenvolvimento de Pessoas e comunidades

Nossa gente: 67,7% de pessoas negras no total de colaboradores

Por meio do Instituto Assaí:

Mais de 3 milhões de refeições doadas no longo do ano



2.100 empreendedores capacitados e apoiados financeiramente



Gestão ética E transparente

Emissões de carbono transparentes e auditadas

Programa Brasileiro GHG Protocol



Premiações



Ranking Melhores e Maiores 2024 da Exame

Pela 1ª vez, eleito a Melhor Empresa do Segmento de Atacado e Varejo

Branding Brasil

A marca mais lembrada do varejo físico e digital

Folha Top Of Mind

Marca mais lembrada nos setores de supermercado e atacado (3º ano seguido)

Experience Awards

Pelo 4º ano consecutivo, certificado como referência em experiência do cliente

GPTW

Pela 1ª vez listada no ranking nacional de empresas com mais de 10 mil colaboradores(as)

Ranking CIELO-SBVC das 300 Maiores Empresas do Varejo Brasileiro

2ª posição no ranking geral com base no faturamento de 2023



ATUALIZAÇÃO DE PROJEÇÕES COM FOCO NA REDUÇÃO DA DÍVIDA LÍQUIDA E ALAVANCAGEM



INÍCIO DO CICLO DE REDUÇÃO DA DÍVIDA LÍQUIDA

R\$ 13,9 no 3T24 vs. R\$ 14,1 no 3T23 e
R\$ 13,9 no 3T24 vs. R\$ 14,0 no 2T24



REDUÇÃO DA ALAVANCAGEM

< 3,2x ao final de 2024 (vs. guidance anterior de < 3,5x)
Cerca de 2,6x ao final de 2025

NOVO GUIDANCE 2025



MAIOR GERAÇÃO DE CAIXA

Avanço na maturação da expansão
Redução no nível de investimentos



CONTINUIDADE DA EXPANSÃO

Previsão de investimento bruto de R\$ 1,0 a 1,2 bilhão em 2025
Cerca de 10 lojas novas em 2025

ATUALIZAÇÃO



CONTINUIDADE DA ESTRATÉGIA PHYGITAL

Evolução do App Meu Assaí



POTENCIALIZAR O VALOR DOS ATIVOS

Novas categorias e roll-out dos serviços
Galerias comerciais contribuem para aumento do fluxo de clientes e fidelização
Novo projeto de Retail Media suportado por fluxo de 500 milhões de clientes ano

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.



Chat



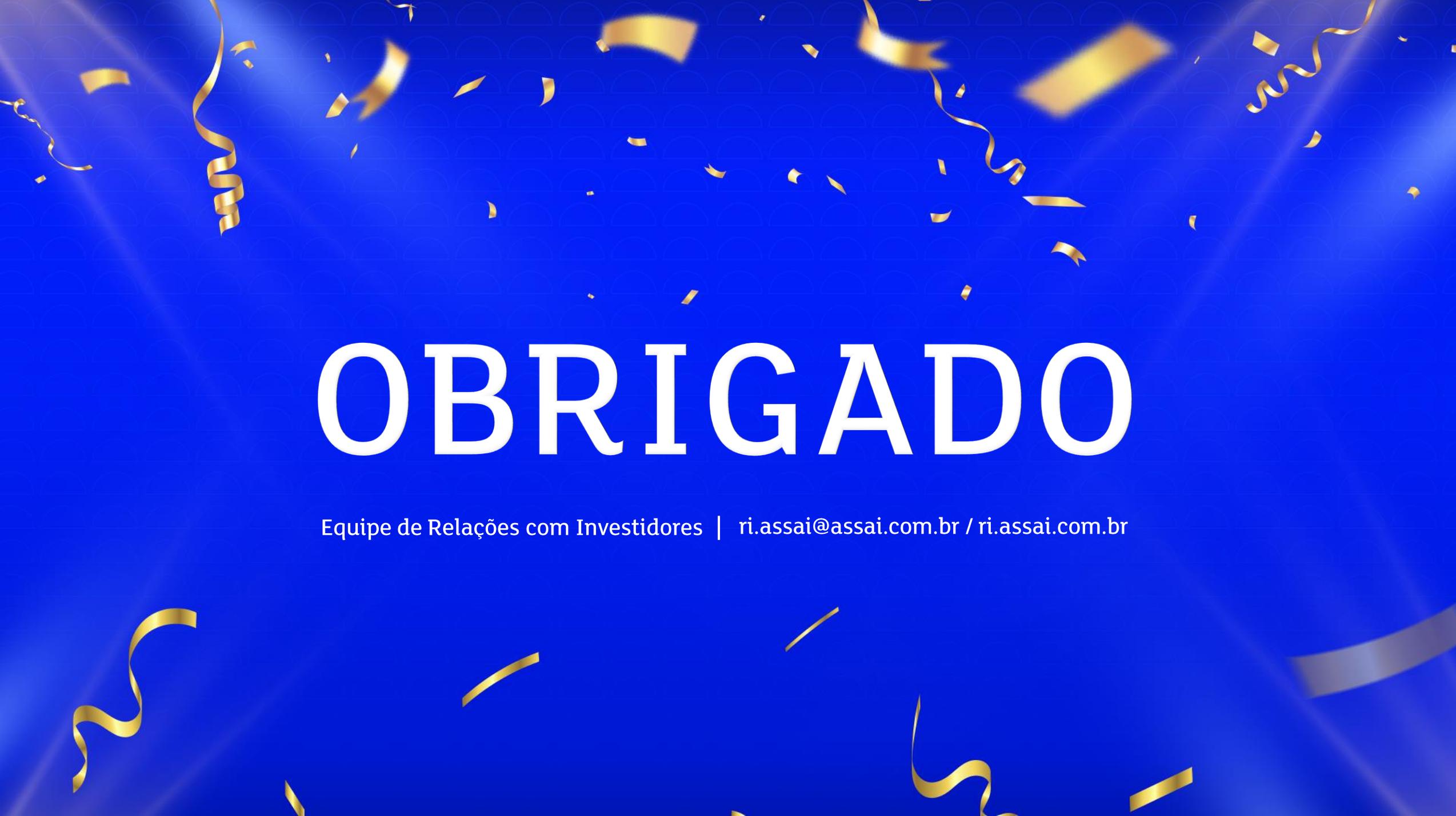
Q&A



Interpretation

50  **ASSAI**
ATACADISTA
anos

Q&A

The background is a vibrant blue with a subtle pattern of small, light blue circles. Scattered throughout are numerous gold streamers and confetti pieces, some long and thin, others shorter and more chunky, creating a celebratory atmosphere.

OBRIGADO

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

The logo features the number '50' in a large, white, sans-serif font. To its right is a stylized rainbow semi-circle above the word 'ASSAÍ' in a bold, white, sans-serif font. Below 'ASSAÍ' is the word 'ATACADISTA' in a smaller, white, sans-serif font. At the bottom of the logo is the word 'anos' in a white, cursive script font. The entire logo is set against a blue background with gold confetti and streamers.

50 **ASSAÍ**
ATACADISTA
anos

EARNINGS RESULTS

3rd QUARTER 2024

November 8TH, 2024

CONSISTENT RESULTS: Sales growth, profitability improvement and start of the debt reduction cycle

*4 new stores in 3Q24 and 21 in LTM
+8% in sales area vs. 3Q23
~6 stores in 4Q24
About 15 stores for 2024*

EXPANSION:



Organic: Guarulhos Pimentas (SP)

Revenue and 'same stores' sales

Revenue	Total Tickets	Same-Store Sales
R\$ 20.2bi	77.5M	+2.6%
+9.3% vs. 3Q23	+6.0% vs. 3Q23	excluding calendar effect

EBITDA Growth: commercial strategy, maturation of new stores and improvements in the shopping experience

Pre-IFRS 16	Post-IFRS 16
R\$ 1.0bi (+12%)	R\$ 1.4bi (+12%)
Mg: 5.5% (+0.1p.p.)	Mg: 7.3% (+0.2p.p.)

Increased profitability: operational efficiency, expenses control and improvement of financial results

Pre-IFRS 16	Post-IFRS 16
EBT: R\$ 260M (+83%)	R\$ 195M (+30%)
Net Income.: R\$ 198M	R\$ 156M

Start of net debt reduction cycle and progress in de-leveraging: EBITDA growth and efficient working capital management

Net Debt	Leverage	2024 Projection
-R\$ 218 million	3.52x in 3Q24	Leverage below
vs. 3Q23	-0.92x vs. 3Q23	3.2x by the end
	-0.13x vs. 2Q24	of 2024

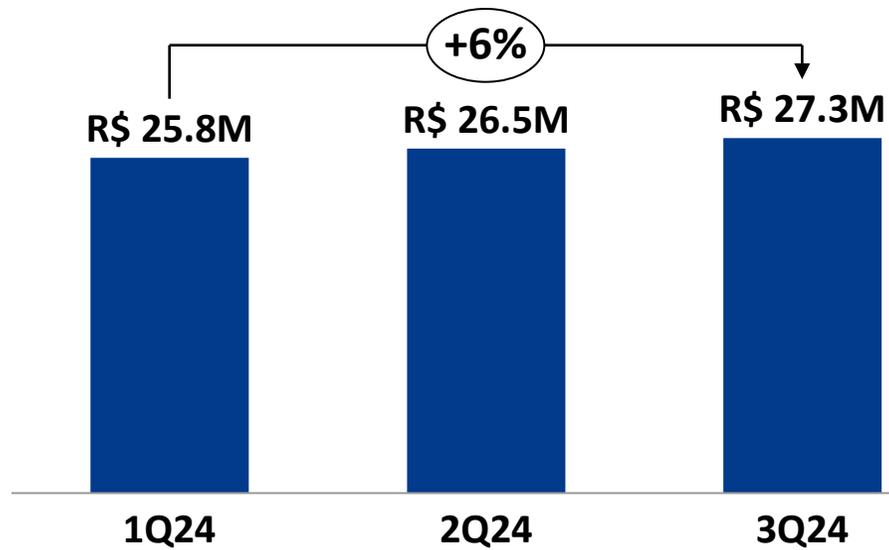
2025 Projections

Expansion: ~10 new stores
CAPEX: gross investment of R\$ 1.0 to R\$ 1.2 billion
Leverage: around 2.6x by the end of the year

EVOLUTION IN MATURATION CURVE: Revenues of stores converted in 2022 reached R\$ 27.3 million in 3Q24, 25% higher than stores opened until 2022

Average Monthly Revenue

47 Conversions Opened in 2022



EBITDA. Mg
Pre-IFRS 16 ⁽¹⁾

5.2%

5.1%

5.4%



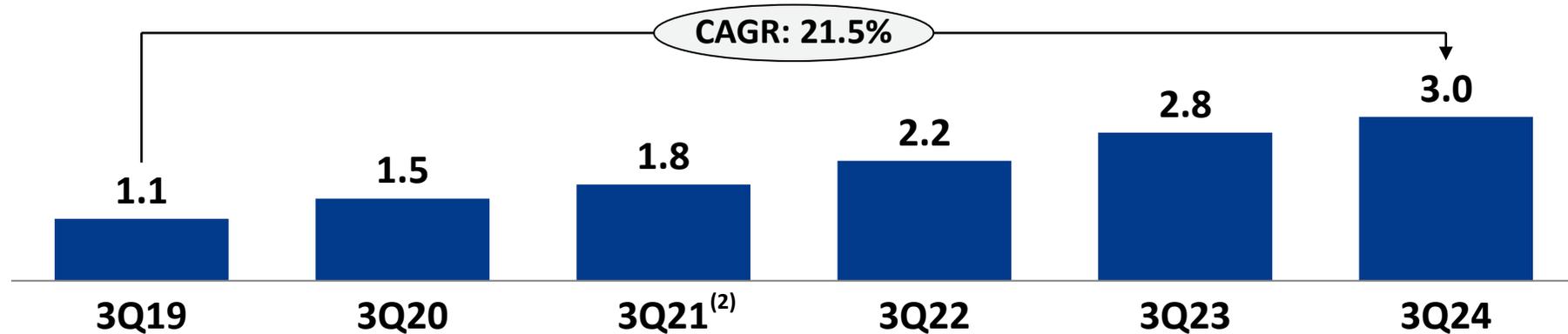
Conversion: Ponta Negra (RN)

⁽¹⁾ % Net Revenue

STORE MODEL EVOLUTION RESULTS IN GROSS MARGIN GAINS: maturation of new stores and continuous improvements in the shopping experience

Gross Profit Pre-IFRS 16

(R\$ Billion)



<i>Gross Mg</i> ⁽¹⁾	16.6%	16.6%	16.7%	16.1%	16.2%	16.4%
<i># new stores LTM</i>	19	23	16	44	52	21

EFFICIENT COMMERCIAL STRATEGY

IMPLEMENTATION OF SERVICES

~50% of stores with
3 services available

MATURATION OF NEW STORES

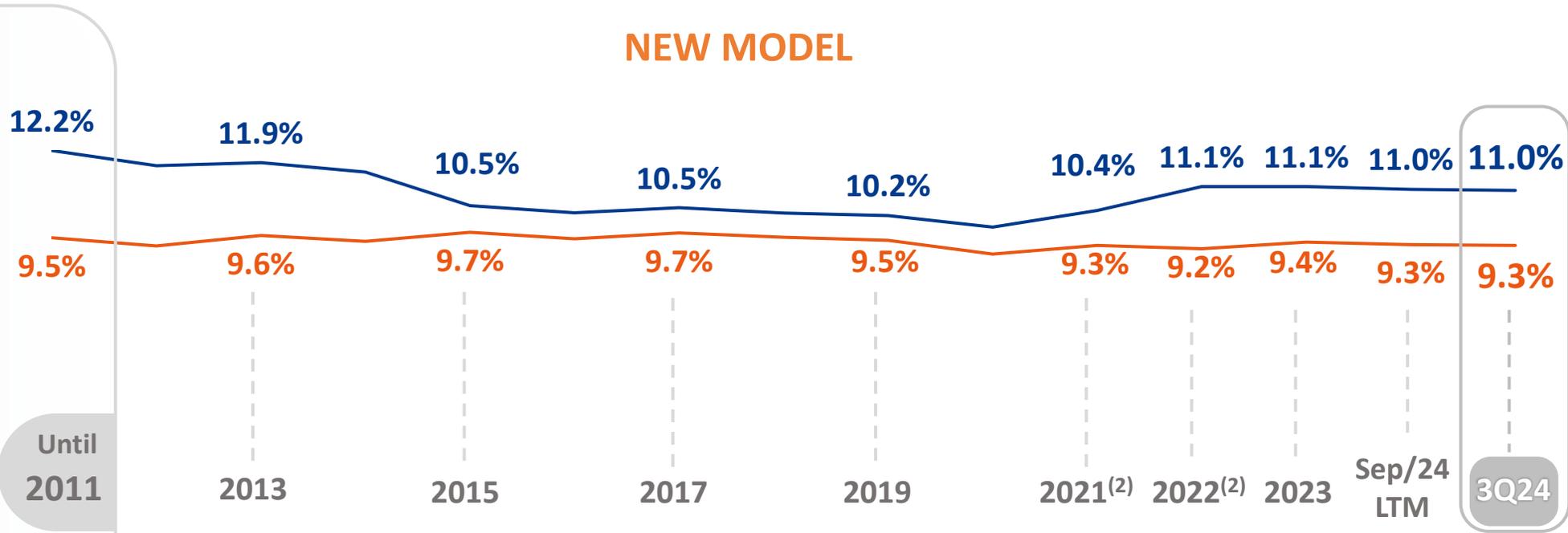
117 stores opened in 3 years
~40% of the store network

⁽¹⁾ % Net Revenue

⁽²⁾ Excl. Tax Credits

Evolution of the model while maintaining low costs and increasing profitability

OLD MODEL



INNOVATION



OPERATIONAL EFFICIENCY



PERSONALIZED SERVICE



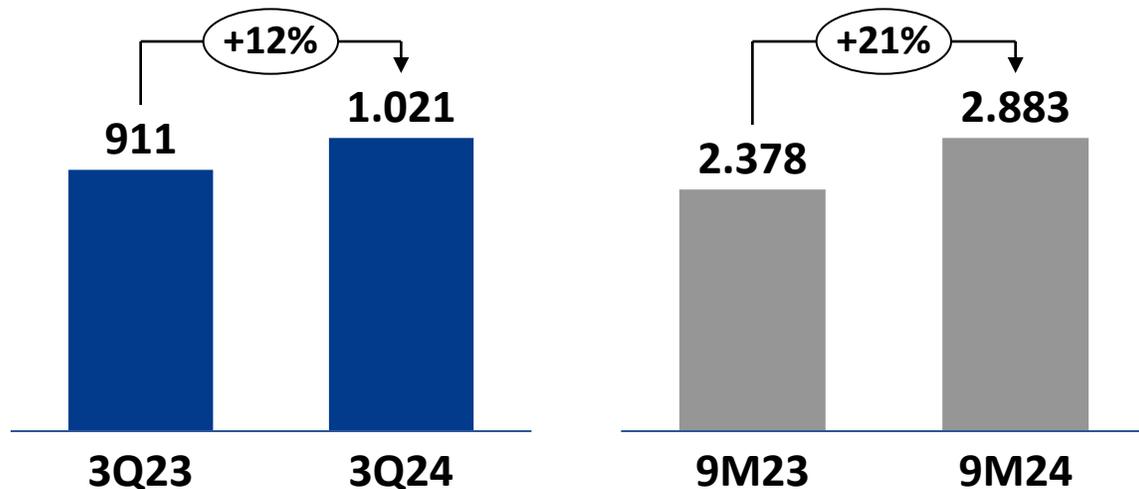
COST-BENEFIT

⁽¹⁾ Post-IFRS 16 (excluding leases)

⁽²⁾ Excluding Pre-Operational Expenses

EBITDA

(R\$ Million; Pre-IFRS 16)



Pre-IFRS 16 Mg ⁽¹⁾	5.4%	5.5%	4.9%	5.4%
Post-IFRS 16 Mg ⁽¹⁾	7.1%	7.3%	6.8%	7.2%



Organic: Manaus - Bola de Suframa (AM) – 09/04/2024

CONSTANT EVOLUTION IN THE SHOPPING EXPERIENCE

560 service units available to Assaí's customers

184 added in 9M24 (vs. 82 in 9M23)

21 Butcher sections + 78 Deli Meats & Cold Cuts + 85 Bakeries

% of services implemented by Sep/24: 63%



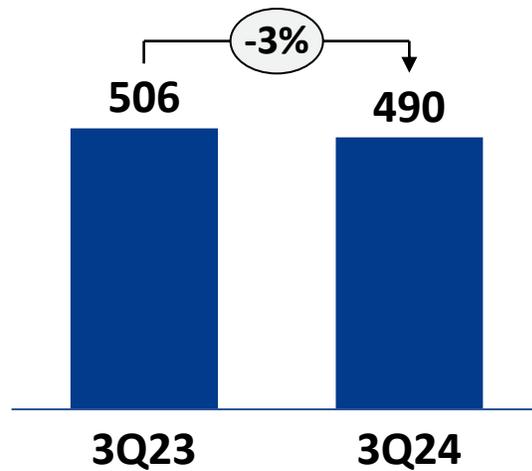
We strengthened our presence with the opening of the 4th store and the 1st Distribution Center in Manaus (AM)!

⁽¹⁾% Net Revenue

Improvement in financial results and maturation of new stores contribute to an 83% growth in EBIT

Financial Result

(R\$ Million; Pre-IFRS 16)



Financial Result ⁽¹⁾

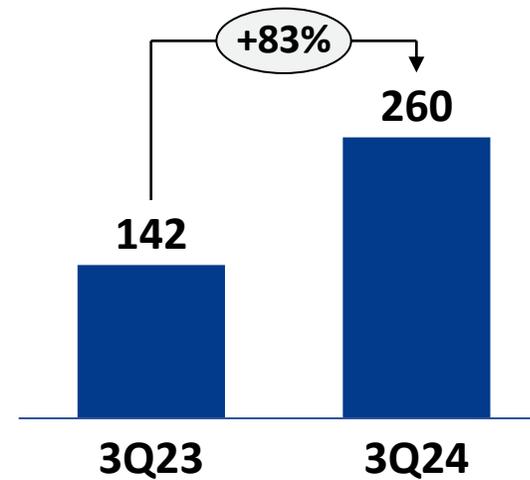
-3.0%

-2.6%

- Higher yield of cash and equivalents
- Reduction in receivables anticipation

Earnings Before Taxes

(R\$ Million; Pre-IFRS 16)



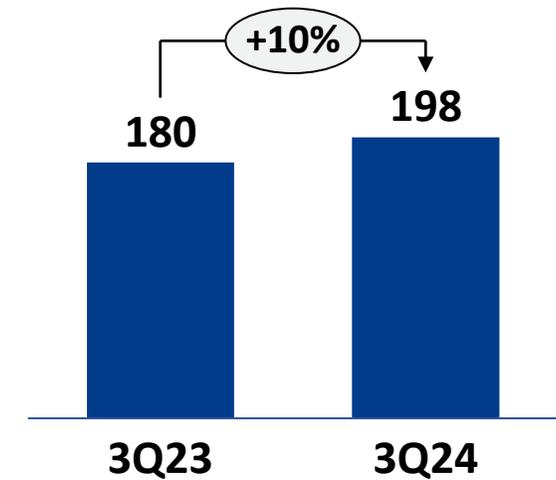
Post-IFRS 16 R\$ 150M

R\$ 195M

- Maturation of new stores
- Improvements in the shopping experience
- Gross margin expansion
- Efficiency gains in stores

Net Income

(R\$ Million; Pre-IFRS 16)



Post-IFRS 16 R\$ 185M

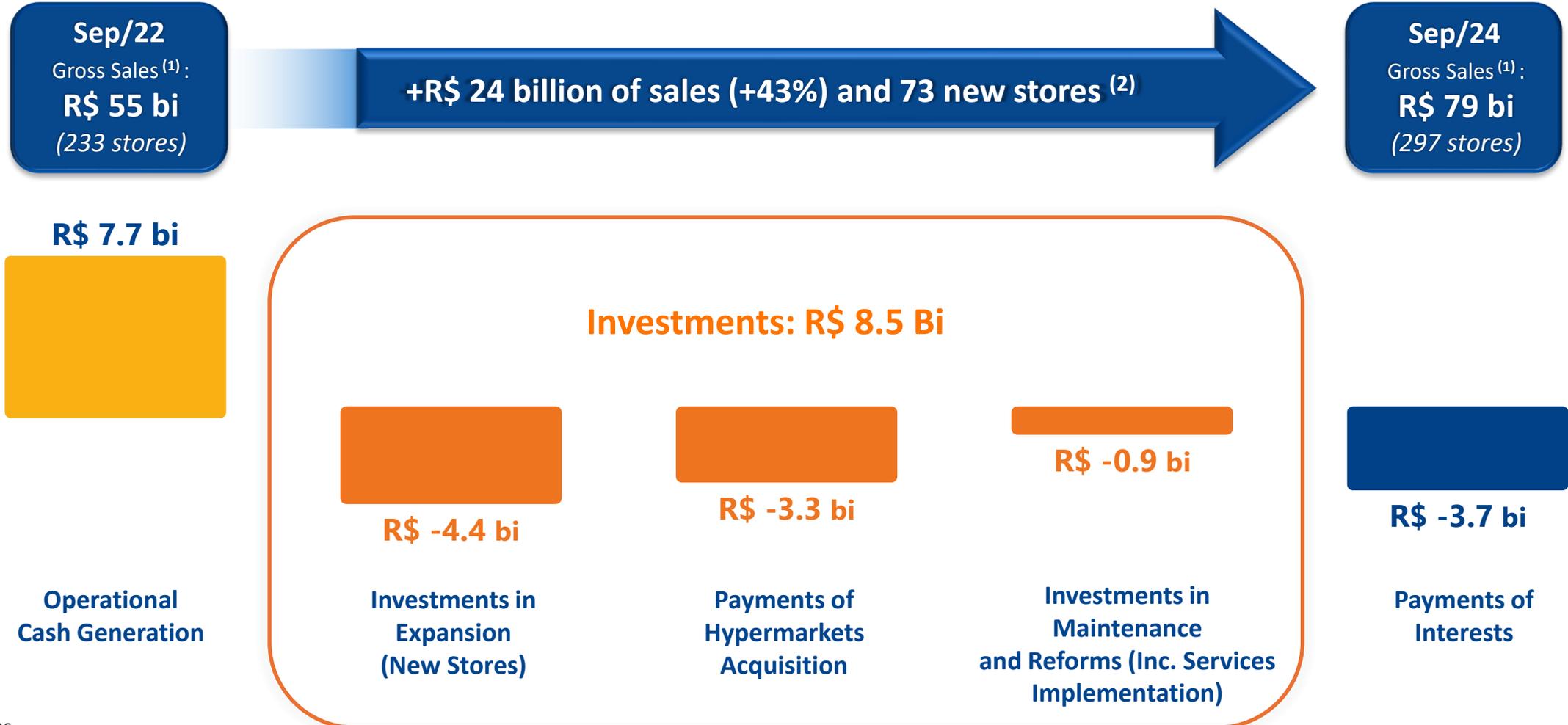
R\$ 156M

- Efficient expenses control
- Improvement of financial results as a % of net revenue

⁽¹⁾ % Net Revenue

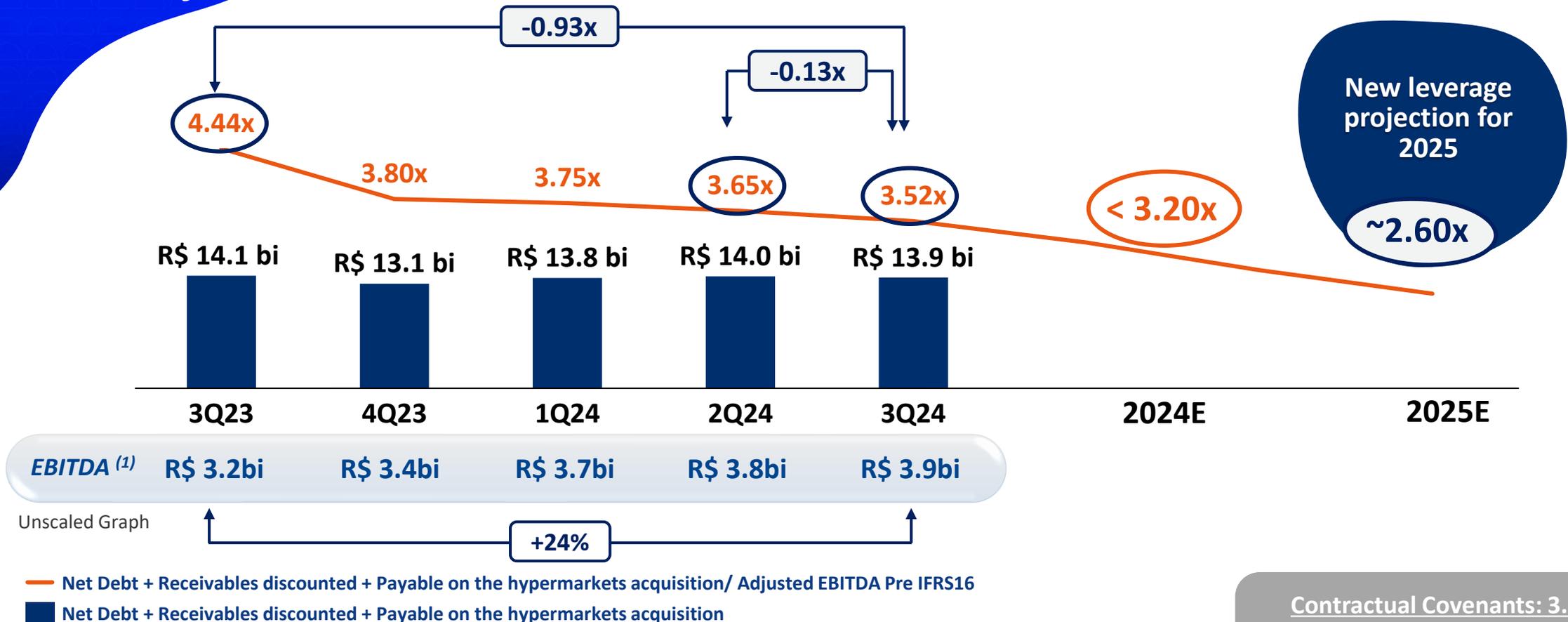


OPERATING CASH GENERATION SUPPORTED 90% OF INVESTMENTS IN THE LAST 2 YEARS: 50 hypermarket conversions and 23 organic stores



⁽¹⁾ Last 12 months
⁽²⁾ Excluding closings

START OF NET DEBT REDUCTION CYCLE AND DE-LEVERAGING: Operational cash generation and efficient working capital management



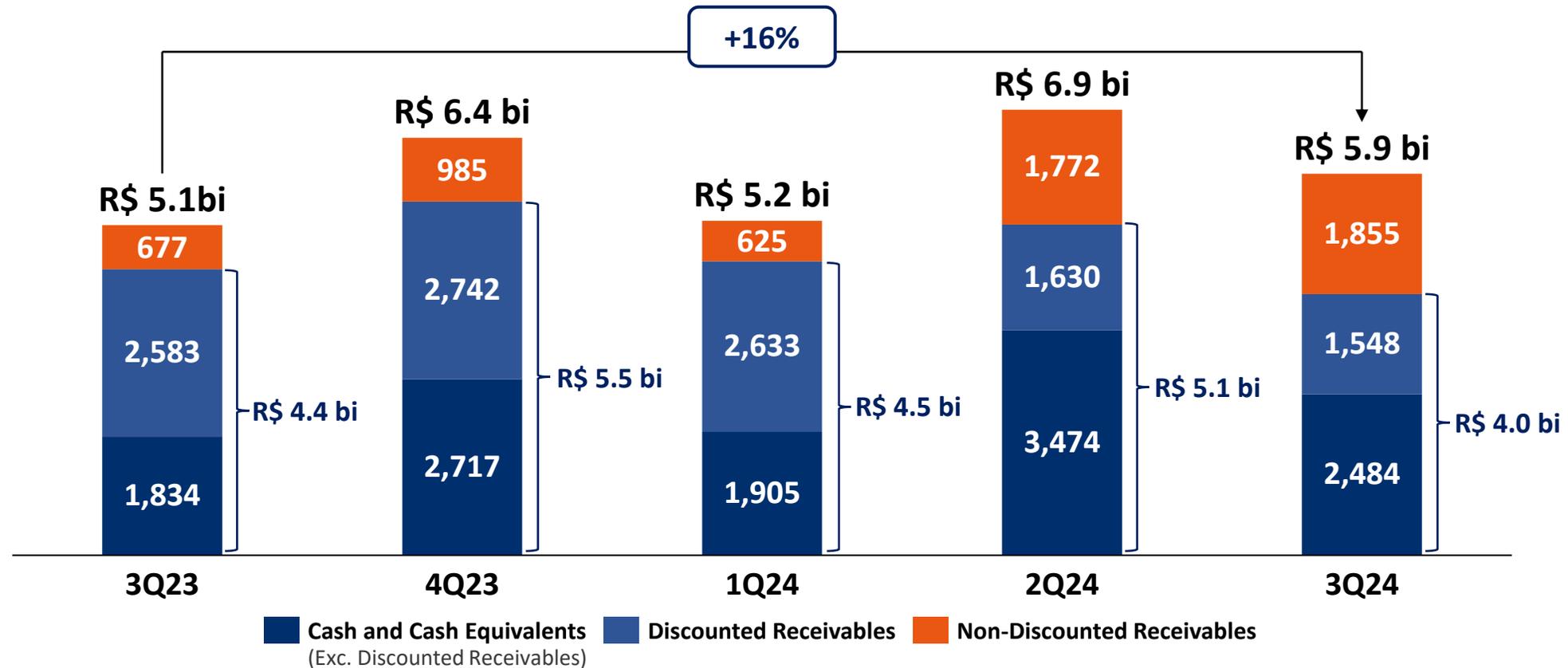
⁽¹⁾ EBITDA Pre-IFRS 16 accumulated 12 months (excluding equity income)

⁽²⁾ Contractual Ratios: [Gross Debt (-) Cash (-) Card Receivables] / [Gross Profit (-) SG&A (-) Depreciation and Amortization (+) Other Operating Income]

CASH AVAILABILITY OF R\$0 BILLION: Increase in average cash applied and balance of non-discounted receivables

Cash Availability

(R\$ Million)



INCREASE IN INVESTED AVERAGE CASH

R\$ 1,325 million in 3Q24

(vs. R\$ 950 million in 3Q23 and R\$ 835 million in 2Q24)

IMPROVED DEBT PROFILE: Success in recent fundraising results in extended terms and reduced cost of debt

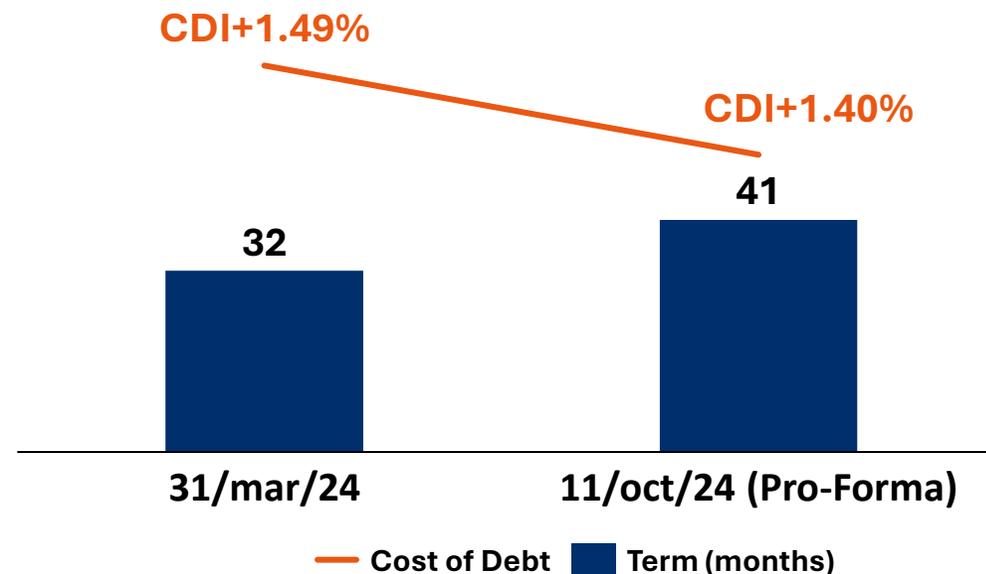
Maturity Schedule

(R\$ Billions – Principal + Interest)

Period	Position in 31/mar/24	Position in 11/oct/24 (Pro-Forma)	Δ R\$
2024	3.8	3.9	0.1
2025	4.6	2.5	-2.1
2026	3.1	2.2	-0.9
2027	2.7	3.3	0.6
2028	2.2	4.5	2.3
2029	0.7	3.0	2.3
2030+	0.3	0.3	0.0

Debt Profile

Extension of Terms + Reduction of Cost



Fundraising of R\$ 5.3 billion in the last 6 months

- 10th debentures issuance: R\$ 1.8 billion (CDI + 1.25%)
- Bilateral loans: R\$ 700 million
- 11th debentures issuance: R\$ 2.8 billion (CDI + 1.25%)

(1) Does not consider accrued interest after 31/mar/2024

(2) Does not consider accrued interest after 11/oct/2024



Efficient Operations

Publication of the Animal Welfare Policy



Access to the video



Awards



Ranking of Best and Largest 2024 by Exame

For the first time, elected Best Company in the Wholesale and Retail Segment

Branding Brasil

The most remembered brand in physical and digital retail

Folha Top Of Mind

Most remembered brand in the supermarket and wholesale sectors (3rd consecutive year)



People and Community Development

Our people: 67.7% of Black individuals in the total workforce

Through the Assaí Institute:

More than 3 million meals donated over the year



2,100 entrepreneurs trained and financially supported.



Ethical and Transparent Management

Transparent and audited carbon emissions

Programa Brasileiro GHG Protocol



Experience Awards

For the 4th consecutive year, certified as a reference in customer experience

GPTW

For the first time listed in the national ranking of companies with more than 10,000 employees

Ranking CIELO-SBVC of the 300 Largest Companies in Brazilian Retail

2nd position in the overall ranking based on 2023 revenue

UPDATE OF PROJECTIONS FOCUSED ON LEVERAGE REDUCTION



START OF NET DEBT REDUCTION CYCLE

*R\$ 13.9 in 3Q24 vs. R\$ 14.1 in 3Q23 and
R\$ 13,9 in 3Q24 vs. R\$ 14.0 in 2Q24*



LEVERAGE REDUCTION

*< 3.2x by the end of 2024 (vs. previous guidance of < 3.5x)
Around 2.6x by the end of 2025*

NEW GUIDANCE 2025



GREATER CASH GENERATION

*Progress in expansion maturation
Reduction in investment level*



CONTINUITY OF EXPANSION

*Gross investment forecast of R\$1.0 to R\$1.2 billion in 2025
Approximately 10 new stores in 2025*

UPDATED GUIDANCE



PHYGITAL STRATEGY CONTINUITY

Evolution of the Meu Assaí App



MONETIZATION OF ASSETS

*New categories and service roll-out
Commercial galleries contribute to increased customer traffic and loyalty
New Retail Media project supported by a flow of 500 million customers per year*

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.



Chat



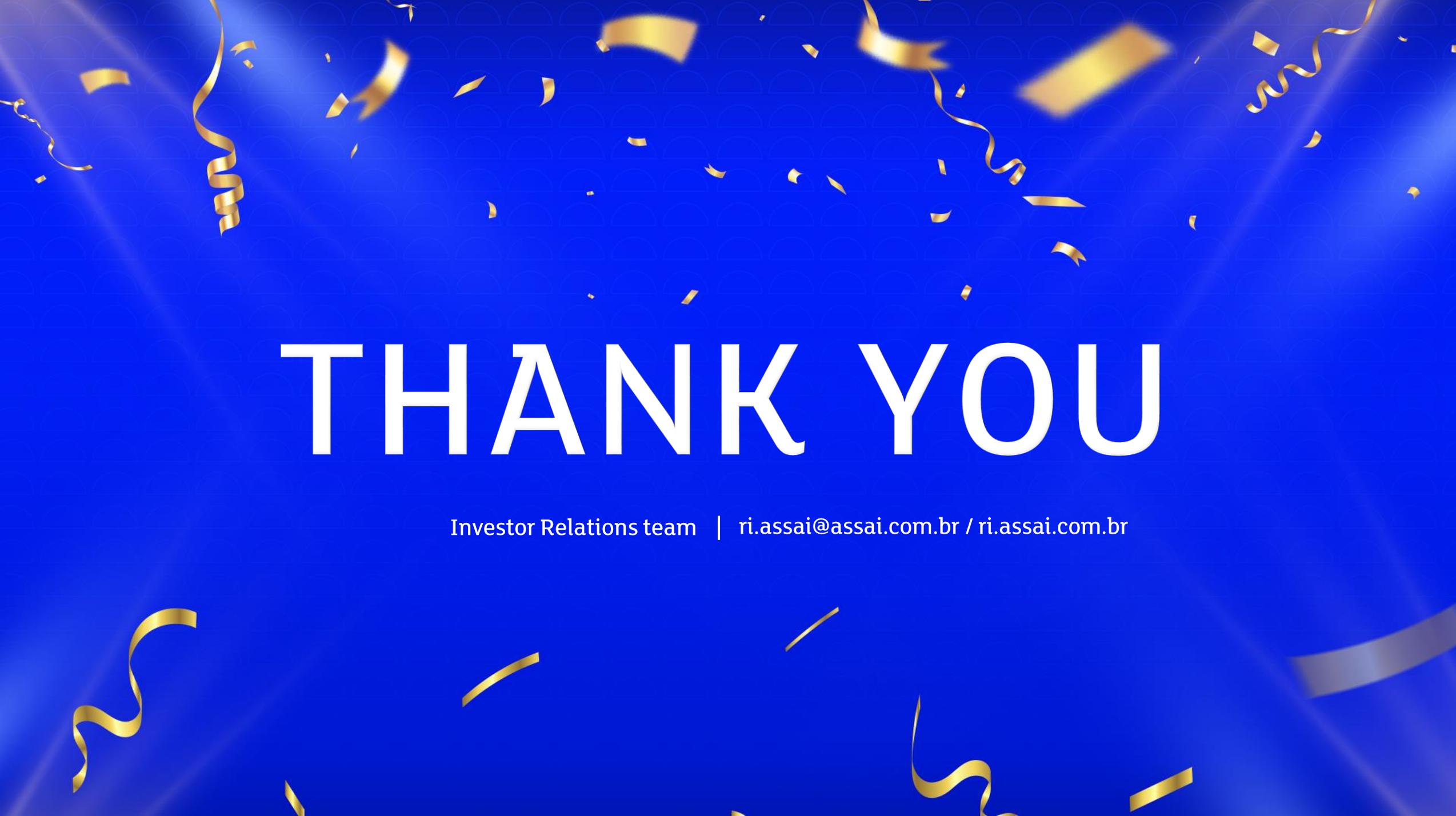
Q&A



Interpretation

50  **ASSAI**
ATACADISTA
anos

Q&A

The background is a vibrant blue with a subtle grid pattern. Scattered throughout are numerous gold streamers and confetti pieces, some long and thin, others shorter and wider, creating a celebratory atmosphere.

THANK YOU

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