

The logo features the number '50' in a large, white, sans-serif font. To its right is a semi-circular rainbow graphic with red, orange, and yellow bands. Below the rainbow, the word 'ASSAÍ' is written in a bold, white, sans-serif font, followed by 'ATACADISTA' in a smaller, white, sans-serif font. 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
<b>R\$ 20,2bi</b>	<b>77,5M</b>	
+9,3% vs. 3T23	+6,0% vs. 3T23	+2,6% 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
<b>R\$ 1,0bi (+12%)</b>	<b>R\$ 1,4bi (+12%)</b>
Mg: 5,5% (+0,1p.p.)	Mg: 7,3% (+0,2p.p.)

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

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

## Projeções 2025

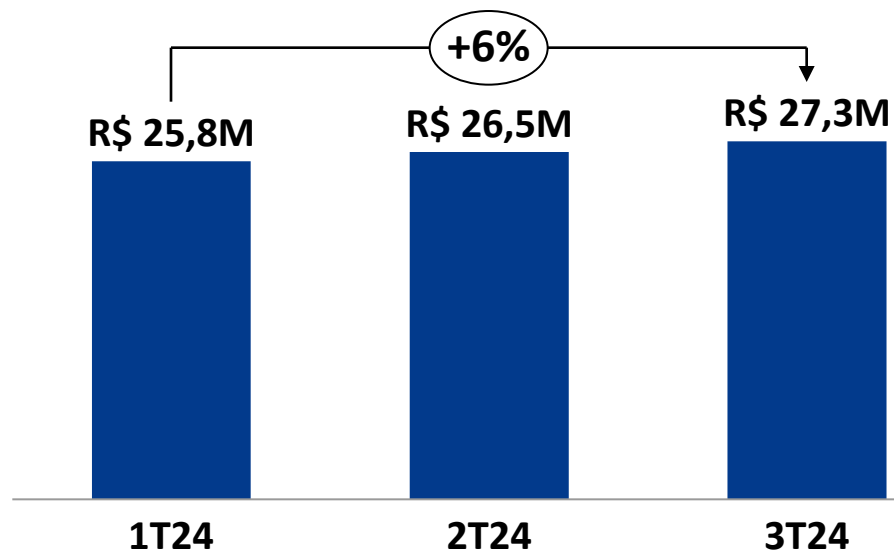
	Pré-IFRS 16	Pós-IFRS 16
<b>LAIR:</b>	<b>R\$ 260M (+83%)</b>	<b>R\$ 195M (+30%)</b>
<b>Lucro Líq.:</b>	<b>R\$ 198M</b>	<b>R\$ 156M</b>

**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 <sup>(1)</sup>

5,2%

5,1%

5,4%



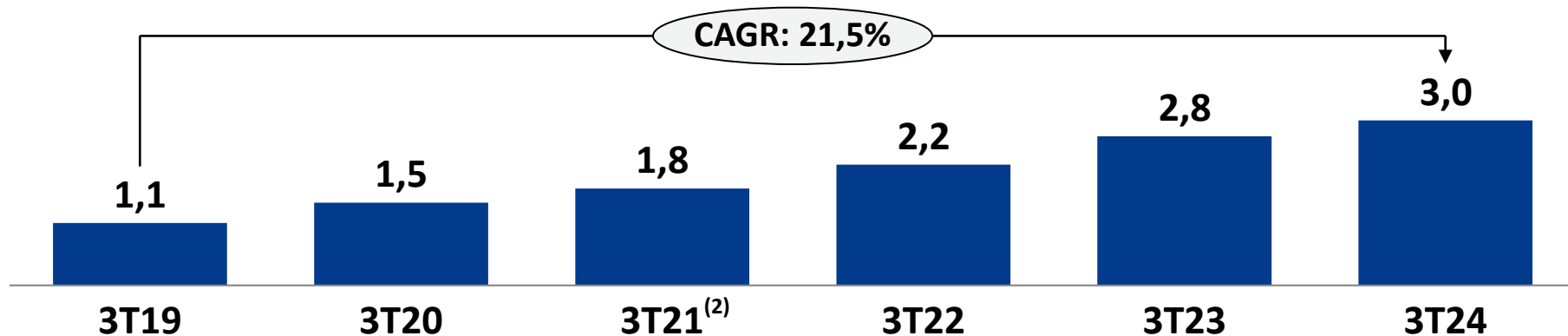
*Conversão: Ponta Negra (RN)*

<sup>(1)</sup> % 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)



<b>Mg. Bruta <sup>(1)</sup></b>	16,6%	16,6%	16,7%	16,1%	16,2%	16,4%
<b># Lojas novas LTM</b>	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

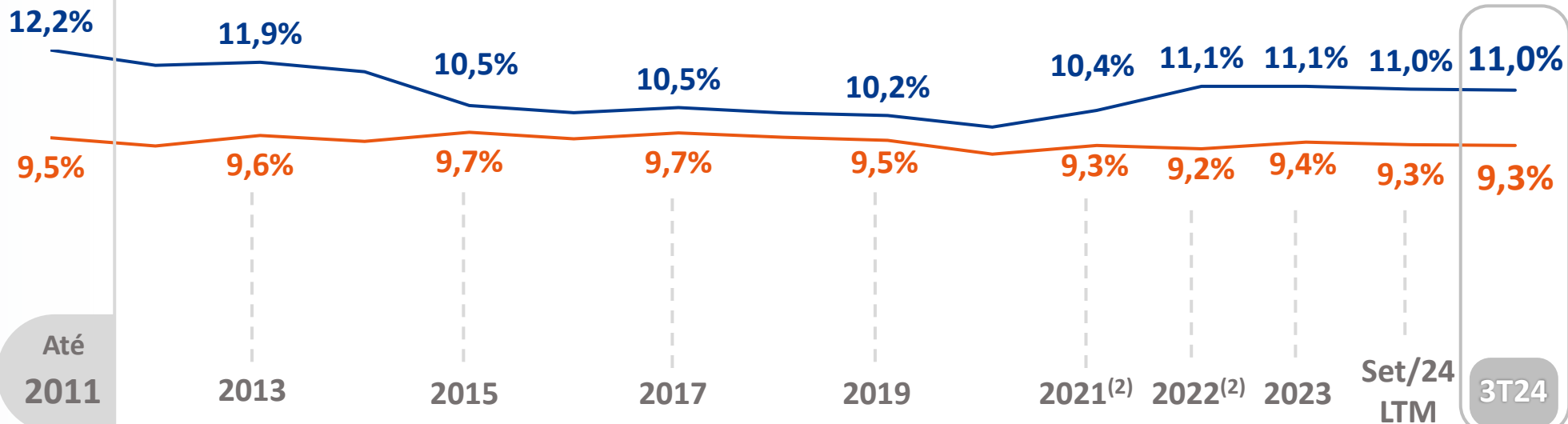
<sup>(1)</sup> % Receita Líquida

<sup>(2)</sup> Excl. créditos fiscais

# Evolução do modelo mantendo custo baixo e com aumento da rentabilidade

## NOVO MODELO

### MODELO ANTIGO



**INOVAÇÃO**



**EFICIÊNCIA OPERACIONAL**



**ATENDIMENTO PERSONALIZADO**



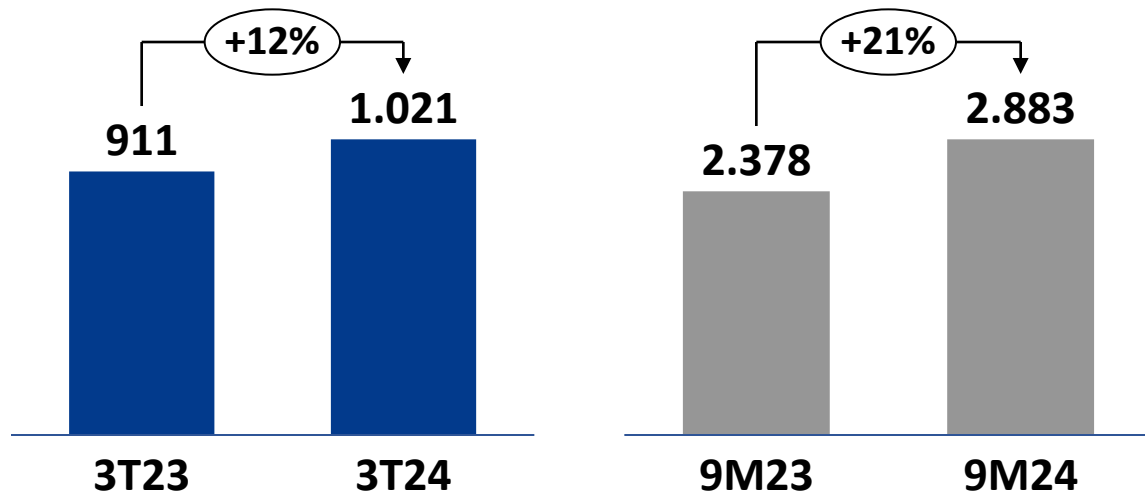
**CUSTO BENEFÍCIO**

<sup>(1)</sup> Pós-IFRS16 (excluindo aluguéis)

<sup>(2)</sup> Excluindo Despesas Pré-Operacionais

**EBITDA**

(R\$ Milhões; Pré-IFRS 16)



Mg. Pré-IFRS 16 <sup>(1)</sup>	5,4%	5,5%	4,9%	5,4%
Mg. Pós-IFRS 16 <sup>(1)</sup>	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



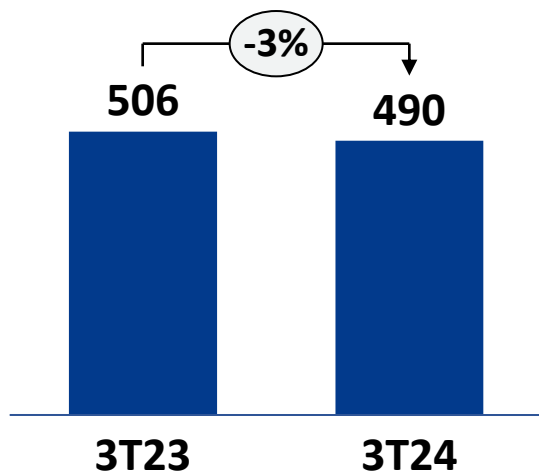
Fortalecemos nossa presença com a abertura da 4ª loja e do 1º centro de distribuição em Manaus!

<sup>(1)</sup> % 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 <sup>(1)</sup>

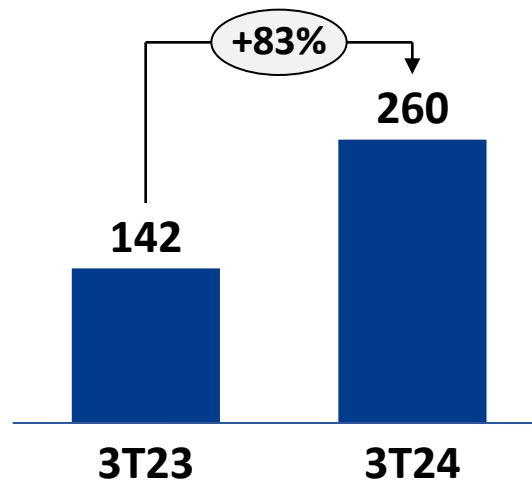
-3,0%

-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

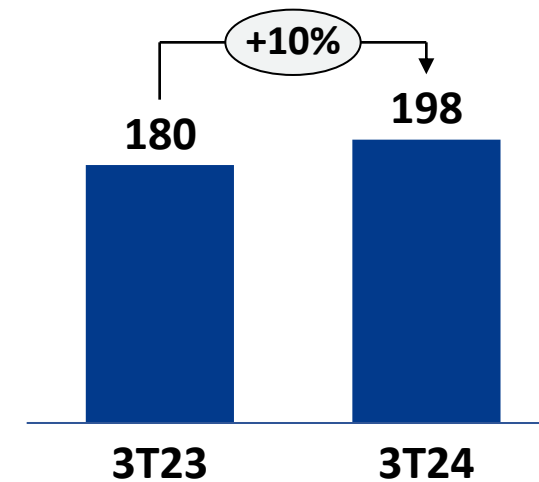
R\$ 150M

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)



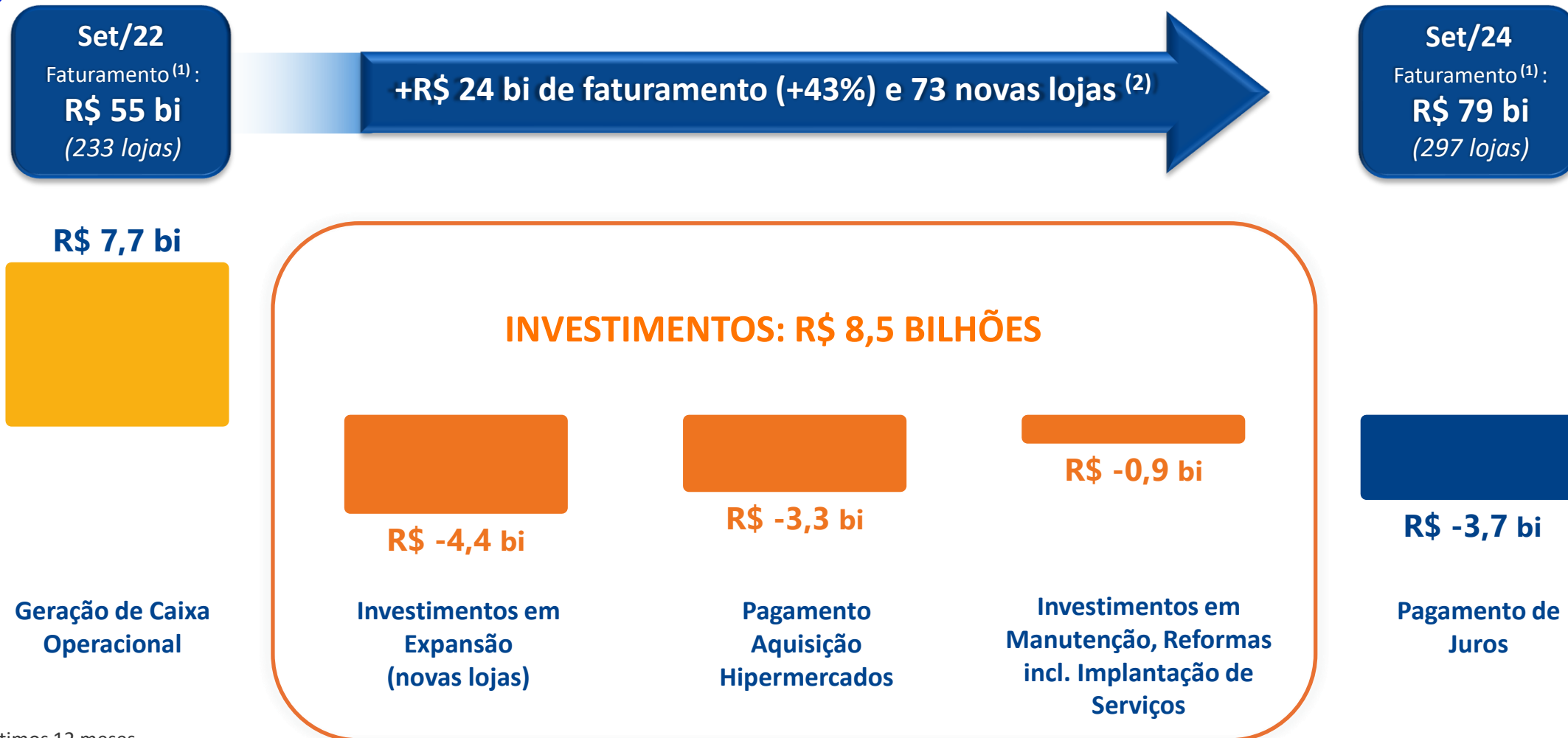
Pós-IFRS 16

R\$ 185M

R\$ 156M

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

**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

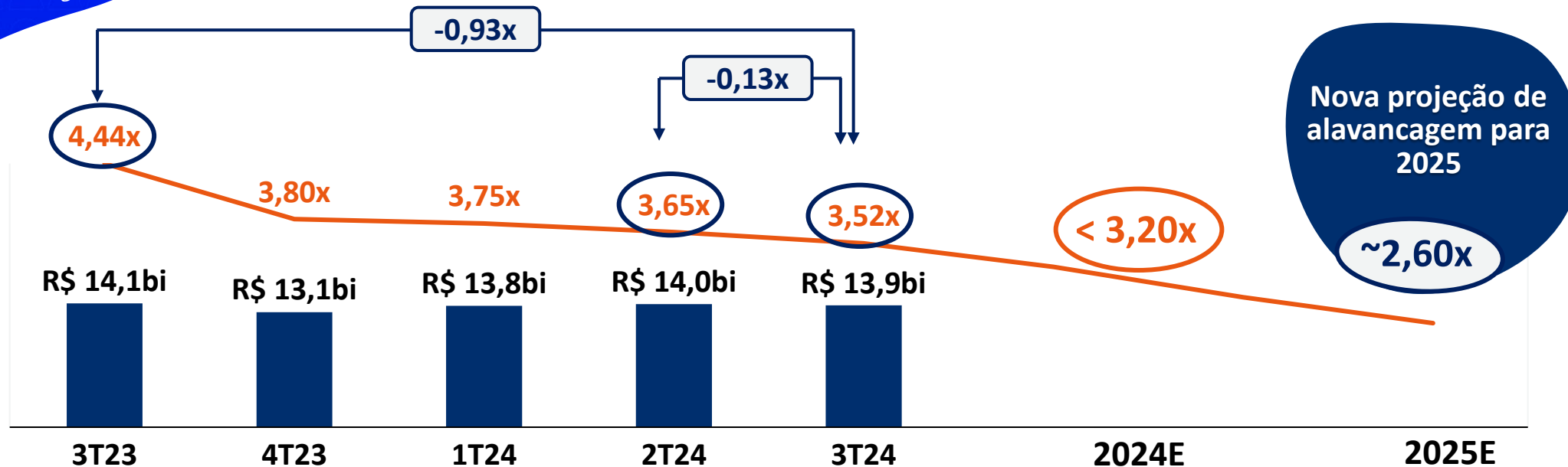


Gráfico sem escala

+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 hipercercado

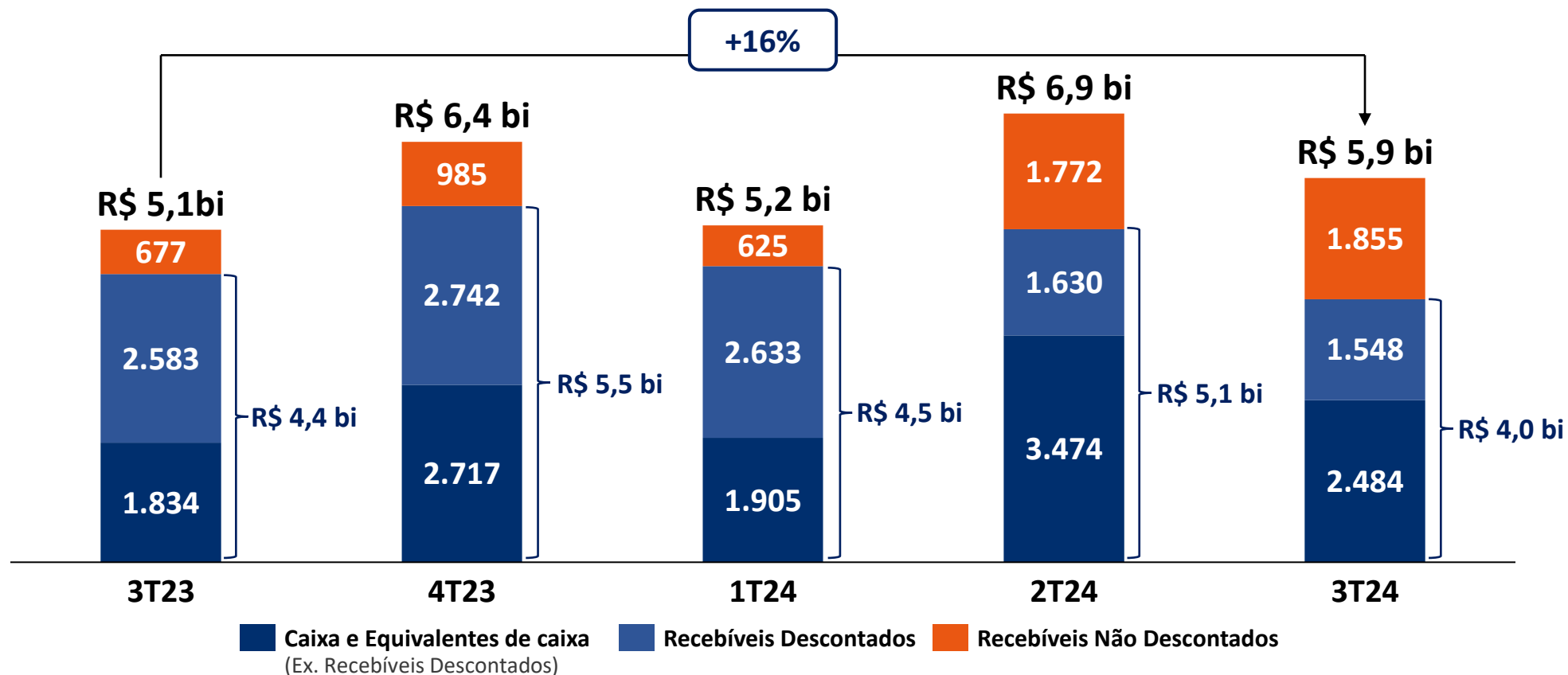
**Covenants Contratuais: 3,0x**  
Ratio Covenant Contratual no 3T24 (2): 1,97x  
(vs. 2,06x 2T24)

(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**

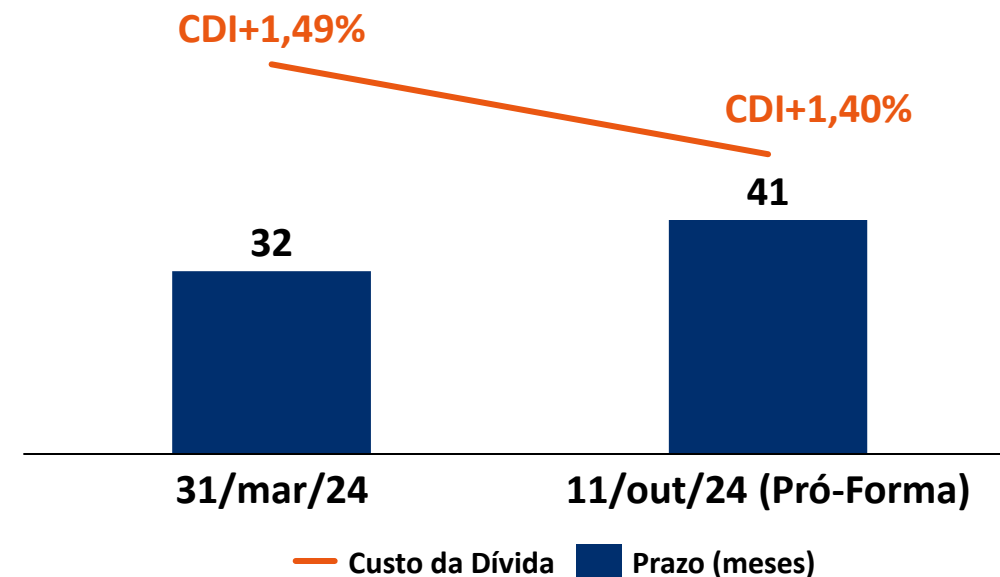
## Cronograma de Vencimentos

(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

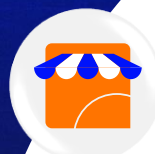
Previsão de investimento bruto de R\$ 1,0 a 1,2 bilhão em 2025  
Cerca de 10 lojas novas em 2025

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 wider, creating a celebratory atmosphere.

# OBRIIGADO

Equipe de Relações com Investidores | [ri.assai@assai.com.br](mailto:ri.assai@assai.com.br) / [ri.assai.com.br](http://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**

**3<sup>rd</sup> QUARTER 2024**

November 8<sup>TH</sup>, 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
<b>R\$ 20.2bi</b>	<b>77.5M</b>	<b>+2.6%</b>
+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
<b>R\$ 1.0bi (+12%)</b>	<b>R\$ 1.4bi (+12%)</b>
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
<b>EBT: R\$ 260M (+83%)</b>	<b>R\$ 195M (+30%)</b>
<b>Net Income.: R\$ 198M</b>	<b>R\$ 156M</b>

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

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

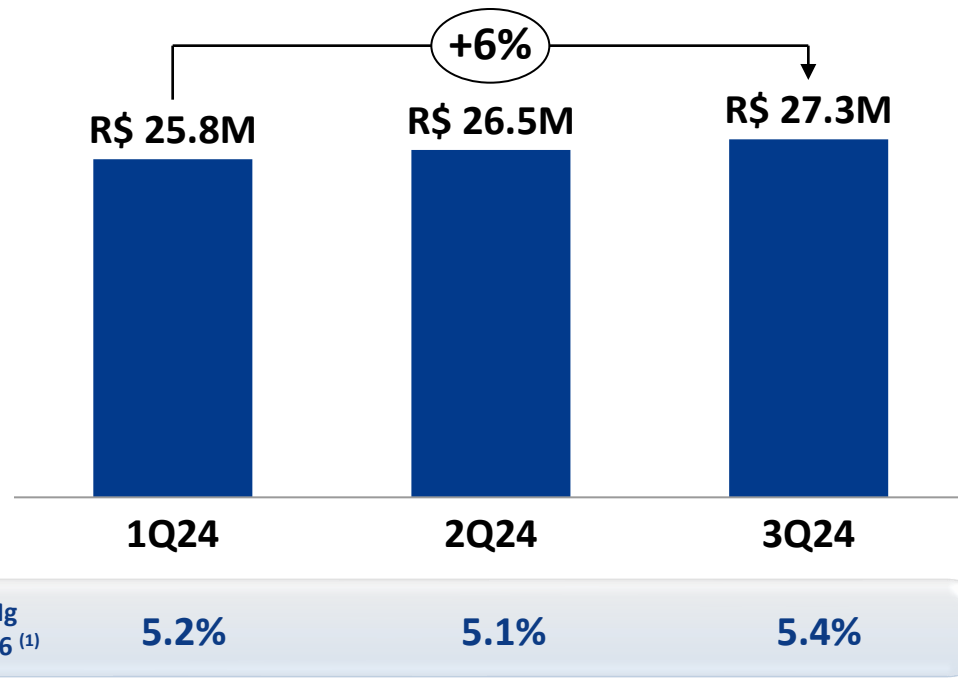
## 2025 Projections

**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



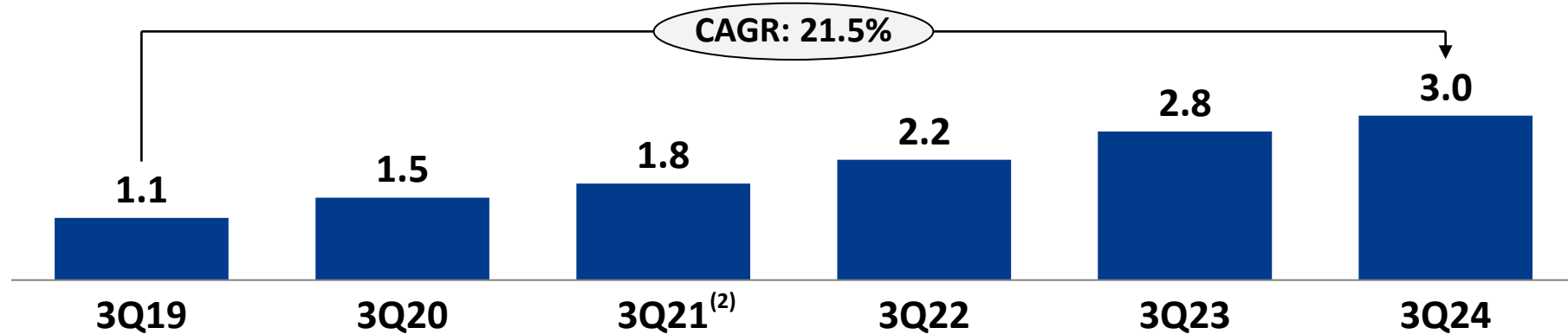
Conversion: Ponta Negra (RN)

(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> <sup>(1)</sup>	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**

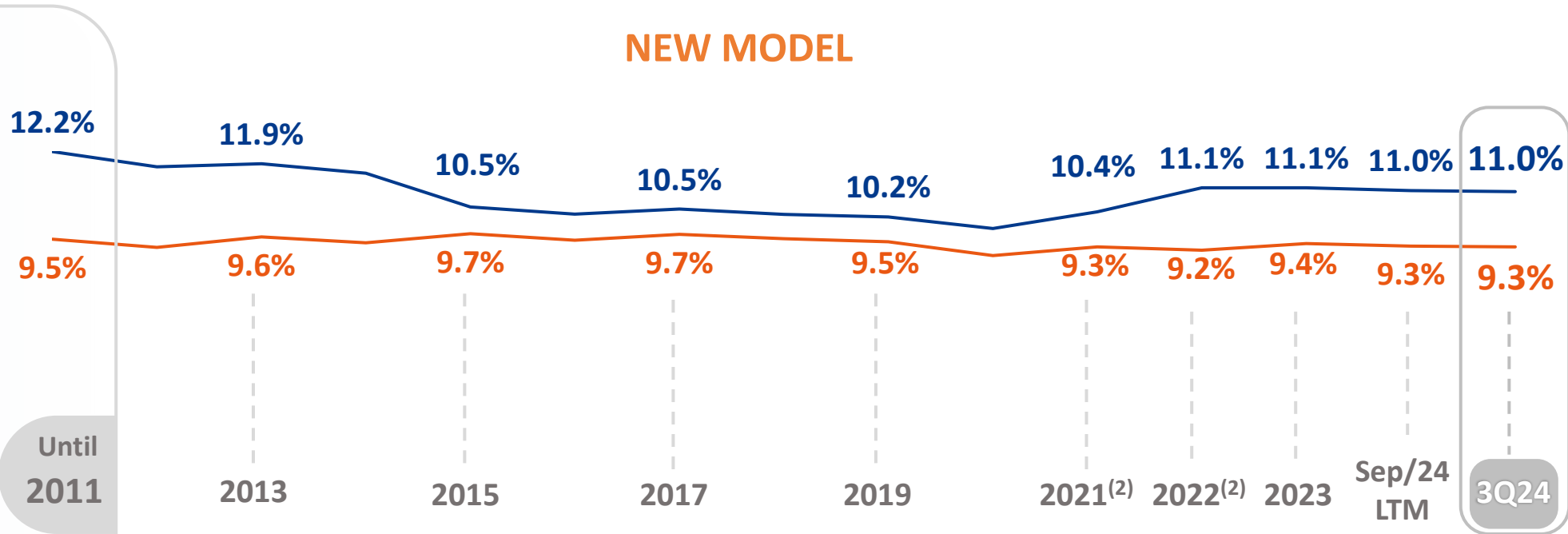
117 stores opened in 3 years  
~40% of the store network

<sup>(1)</sup> % Net Revenue

<sup>(2)</sup> Excl. Tax Credits

# Evolution of the model while maintaining low costs and increasing profitability

## OLD MODEL



**INNOVATION**



**OPERATIONAL EFFICIENCY**



**PERSONALIZED SERVICE**



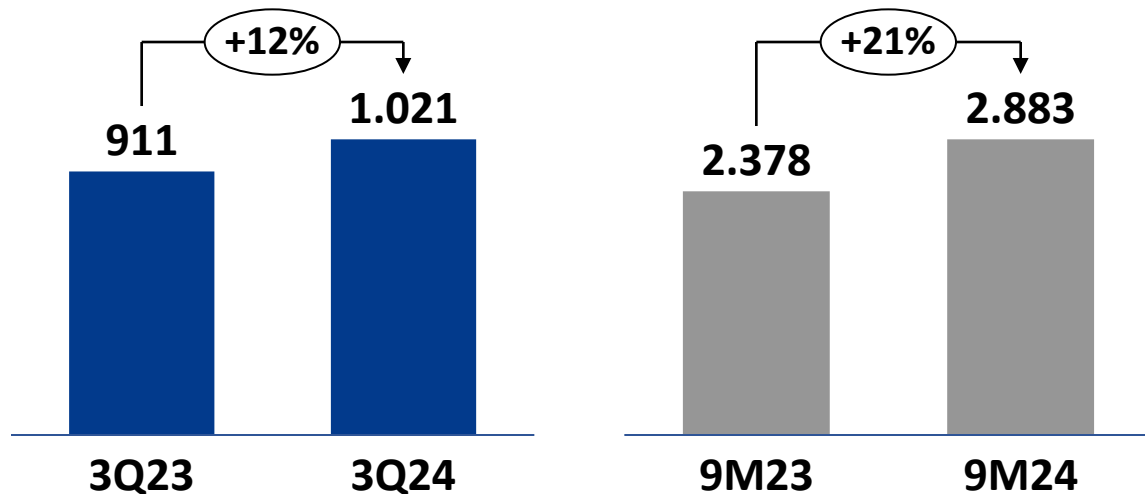
**COST-BENEFIT**

<sup>(1)</sup> Post-IFRS 16 (excluding leases)

<sup>(2)</sup> Excluding Pre-Operational Expenses

**EBITDA**

(R\$ Million; Pre-IFRS 16)



Pre-IFRS 16 Mg <sup>(1)</sup>	5.4%	5.5%	4.9%	5.4%
Post-IFRS 16 Mg <sup>(1)</sup>	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%



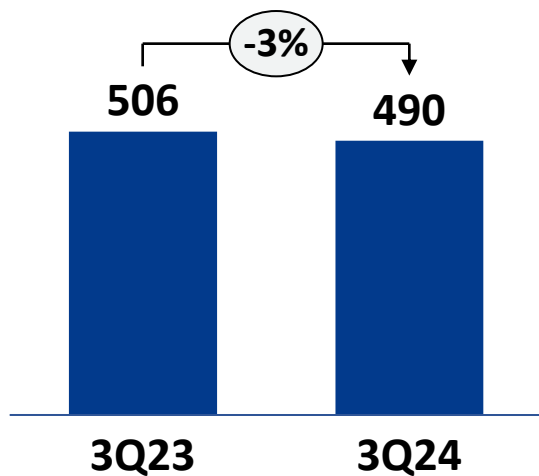
We strengthened our presence with the opening of the 4<sup>th</sup> store and the 1<sup>st</sup> Distribution Center in Manaus (AM)!

<sup>(1)</sup>% 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 <sup>(1)</sup>

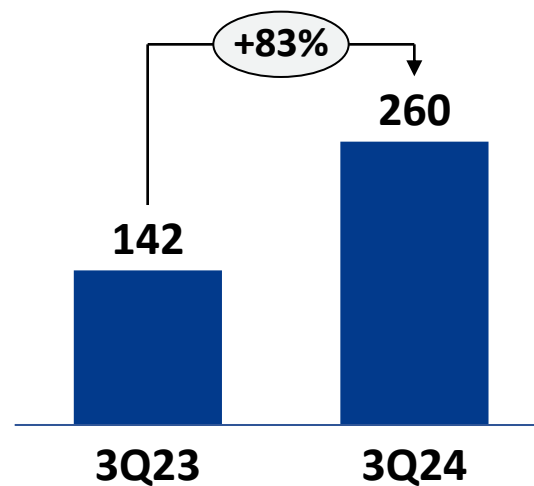
-3.0%

-2.6%

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

### Earnings Before Taxes

(R\$ Million; Pre-IFRS 16)



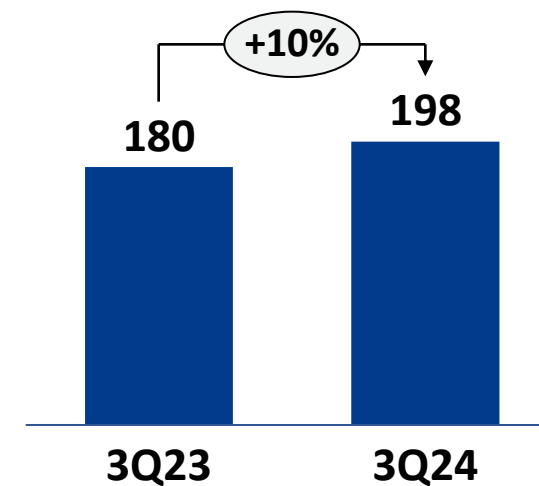
Post-IFRS 16 R\$ 150M

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

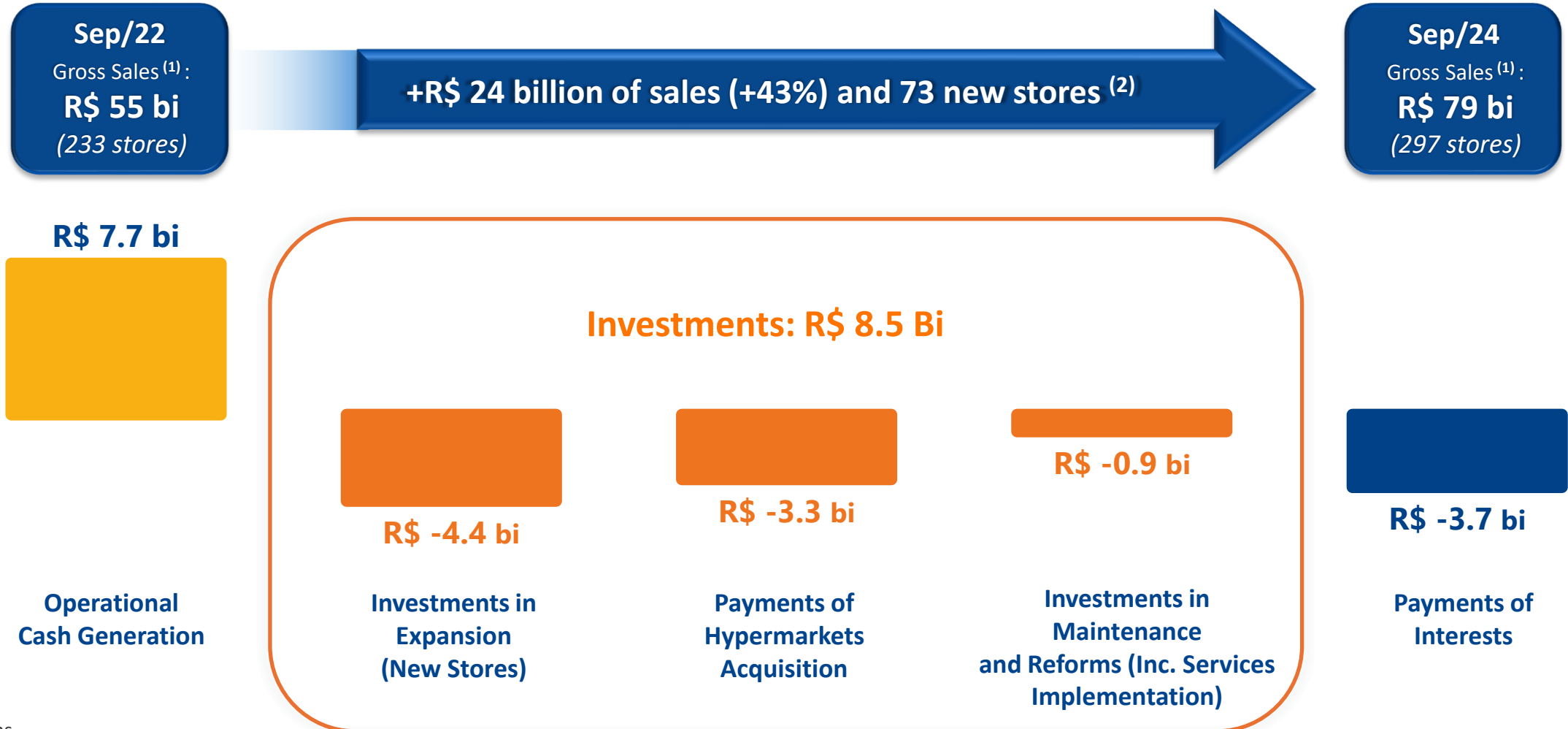
R\$ 156M

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

<sup>(1)</sup> % Net Revenue

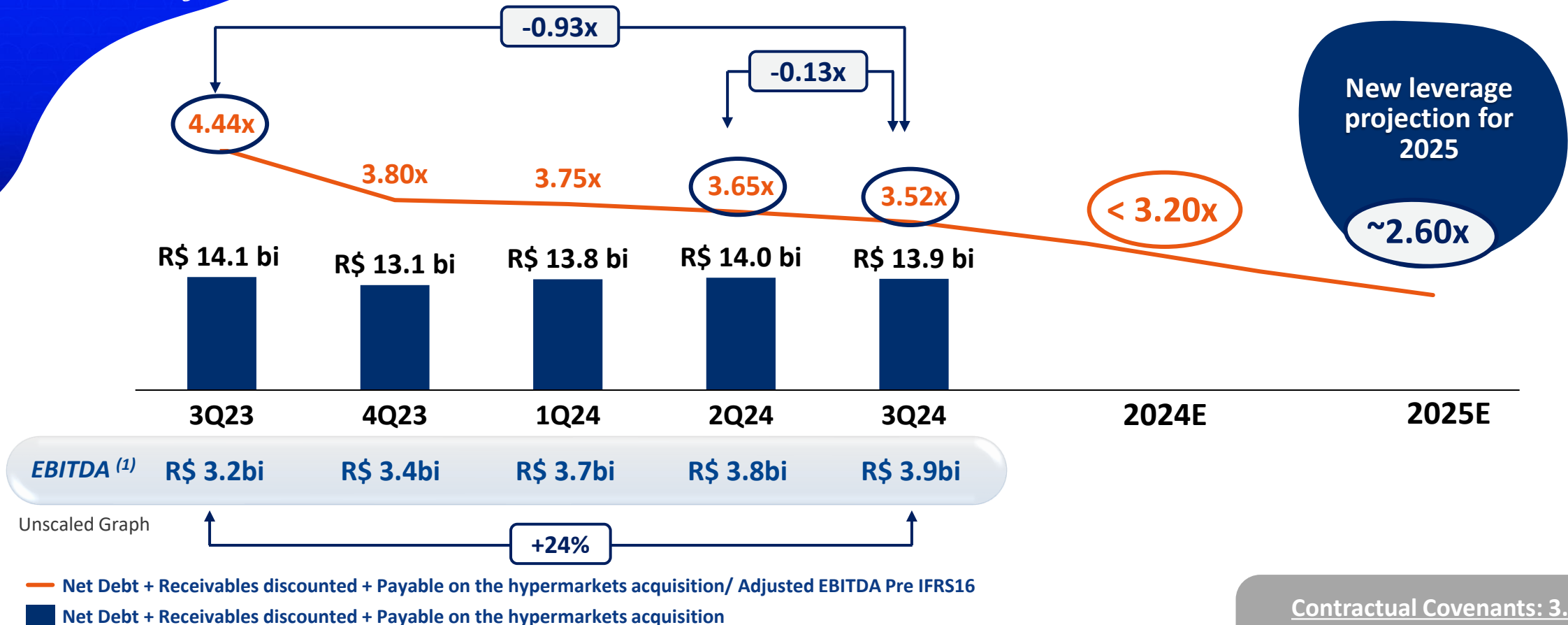


# OPERATING CASH GENERATION SUPPORTED 90% OF INVESTMENTS IN THE LAST 2 YEARS: 50 hypermarket conversions and 23 organic stores



<sup>(1)</sup> Last 12 months  
<sup>(2)</sup> Excluding closings

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



<sup>(1)</sup> EBITDA Pre-IFRS 16 accumulated 12 months (excluding equity income)

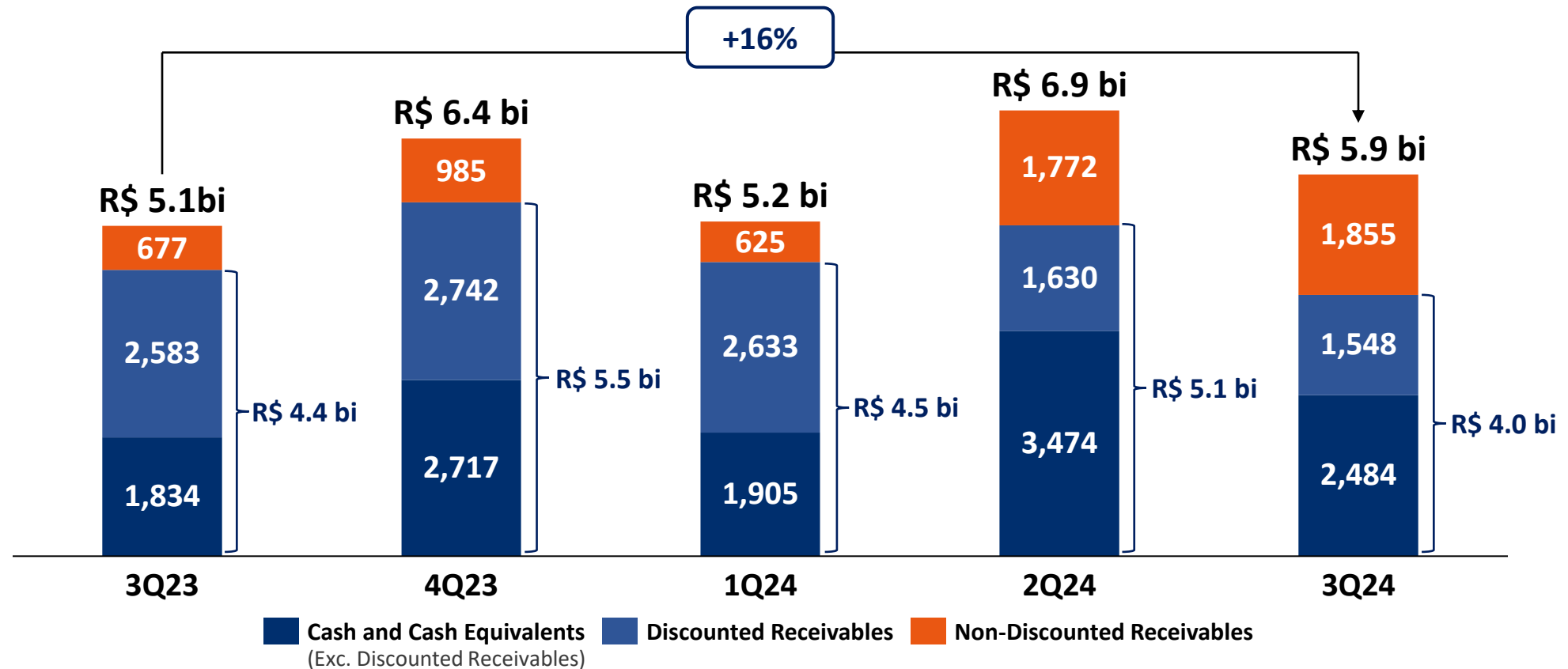
<sup>(2)</sup> Contractual Ratios: [Gross Debt (-) Cash (-) Card Receivables] / [Gross Profit (-) SG&A (-) Depreciation and Amortization (+) Other Operating Income]



**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**

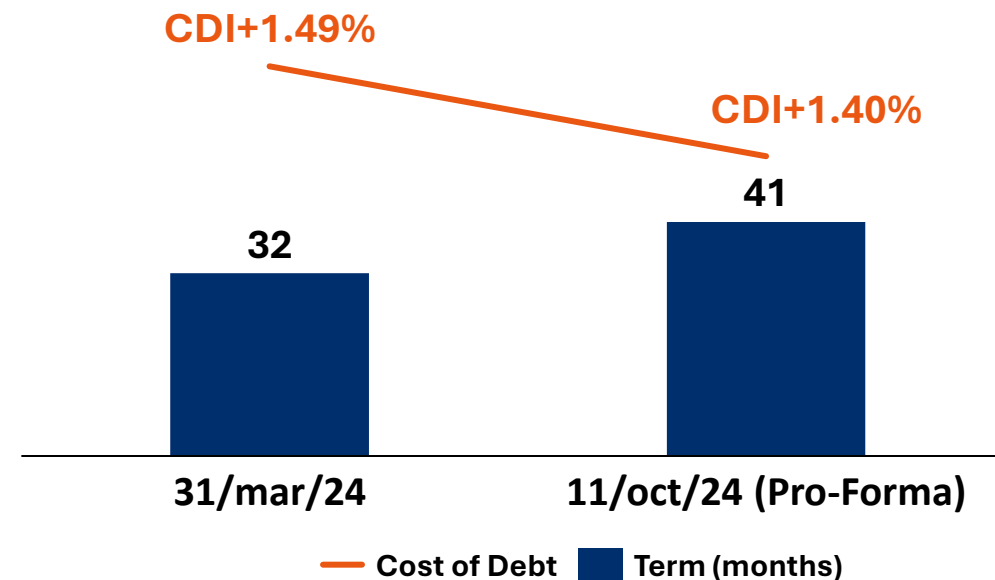
**Maturity Schedule**

(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**

- 10<sup>th</sup> debentures issuance: R\$ 1.8 billion (CDI + 1.25%)
- Bilateral loans: R\$ 700 million
- 11<sup>th</sup> 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 (3<sup>rd</sup> 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 4<sup>th</sup> 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**

2<sup>nd</sup> 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 flowing, others short and rectangular, creating a celebratory atmosphere.

# THANK YOU

Investor Relations team | [ri.assai@assai.com.br](mailto:ri.assai@assai.com.br) / [ri.assai.com.br](http://ri.assai.com.br)