



# Apresentação Institucional

— Agosto 2024 —



*Para todos, de Sol a Sol.*

## CONTEXTO ATUAL



Conversão: Ponta Negra (RN)

**R\$4bi > R\$73bi**

**17x MAIOR EM 12 ANOS!**

**Receita Bruta**

(R\$ bilhões)



**27% CAGR 2011-2023**

Aquisição  
66 pontos  
comerciais  
Hiper

**#Lojas**

**Receita/loja**  
(R\$ milhões)

|                            |    |    |    |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
|----------------------------|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| #Lojas                     | 59 | 61 | 75 | 84  | 95  | 107 | 126 | 144 | 166 | 184 | 212 | 263 | 288 | 294 |
| Receita/loja (R\$ milhões) | 77 | 86 | 93 | 110 | 122 | 148 | 160 | 173 | 183 | 214 | 215 | 227 | 253 | 261 |

# A essência do nosso negócio é atender a diversos segmentos

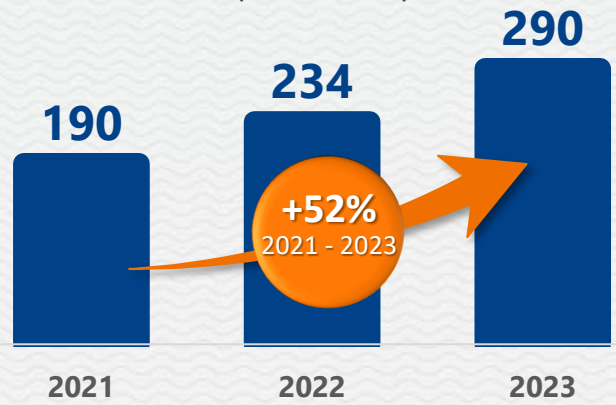


<sup>(1)</sup> Quantidade de estabelecimentos no Brasil de acordo com CNAE para base de CNPJs cadastrados na Receita Federal;

<sup>(2)</sup> Censo 2022 (IBGE)

# Ampla acesso à população brasileira

## Tickets do Assaí (# milhões)



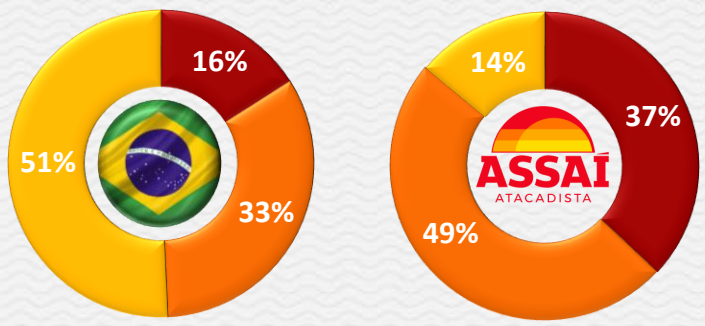
**+38mm**  
Clientes distintos mensais<sup>(1)</sup>



## Nossas lojas são feitas para todos os brasileiros!

Dados Nielsen <sup>(2)</sup>

Clientes do Assaí por classe social (%)



■ Classe A e B   
 ■ Classe C   
 ■ Classe D e E

Orgânica: Guarulhos Pimentas (SP)

(1) Considera clientes únicos em trânsito nas lojas; (2) Fonte: Nielsen Homescan (Q3 – 2023 vs. 2022)

## MERCADO ALIMENTAR

**~R\$ 850 bi**  
(ABIA<sup>(1)</sup> 2023)

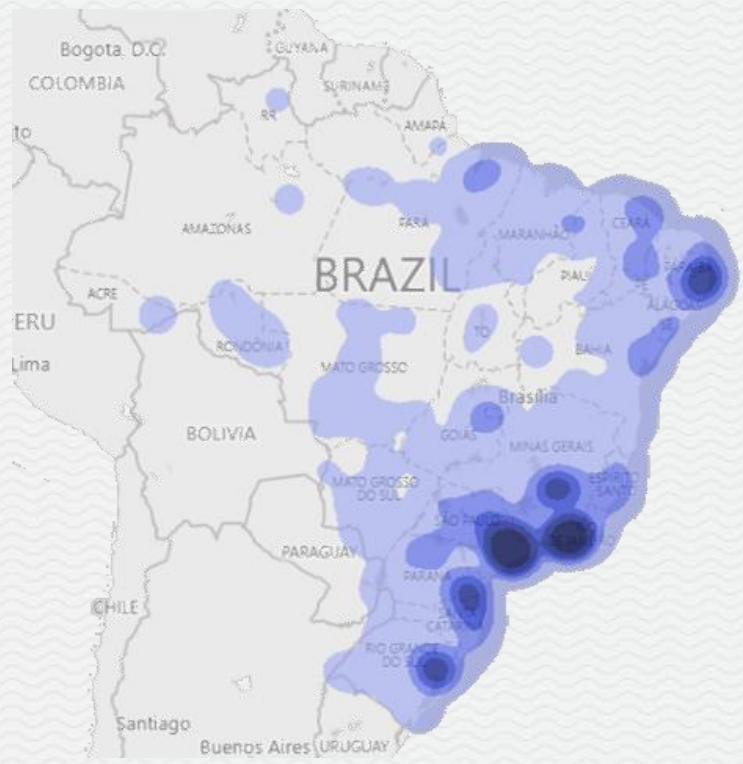
**~R\$ 1 tri**  
(ABRAS 2023)

**~R\$ 235 bi**  
(Nielsen 2023, considerando apenas Cash & Carry)

## FRAGMENTAÇÃO – C&C

**~2.500 lojas**  
**+300 players**

## DENSIDADE POPULAÇÃO POR C&C



Legenda



Menos habitantes por Cash & Carry

Mais habitantes por Cash & Carry

## OPORTUNIDADE

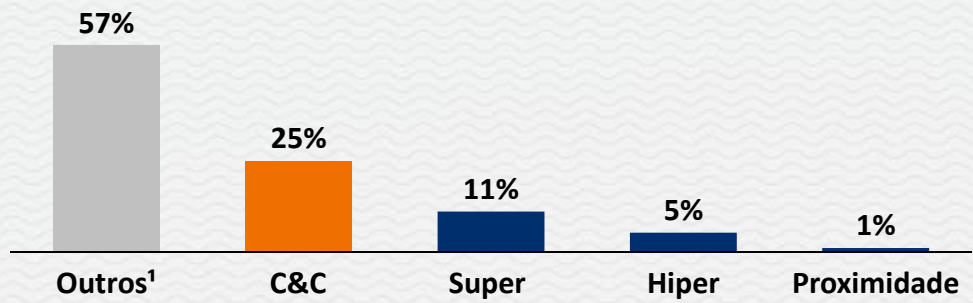
Das **203 cidades** com **+150 mil habitantes**

**90 cidades** ainda não possuem loja **Assaí**

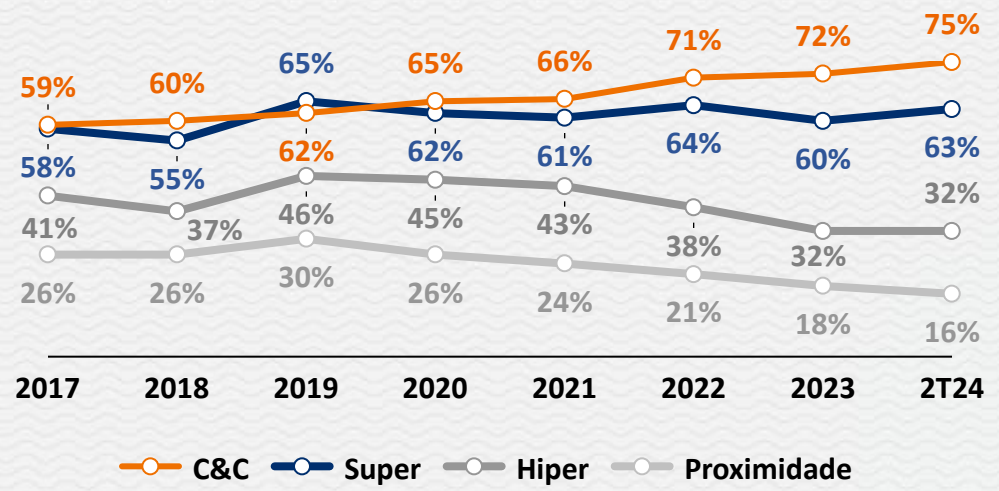
<sup>(1)</sup> Associação Indústria de Alimentos

# Segmento Cash & Carry aumenta sua relevância dentro do varejo de alimentos

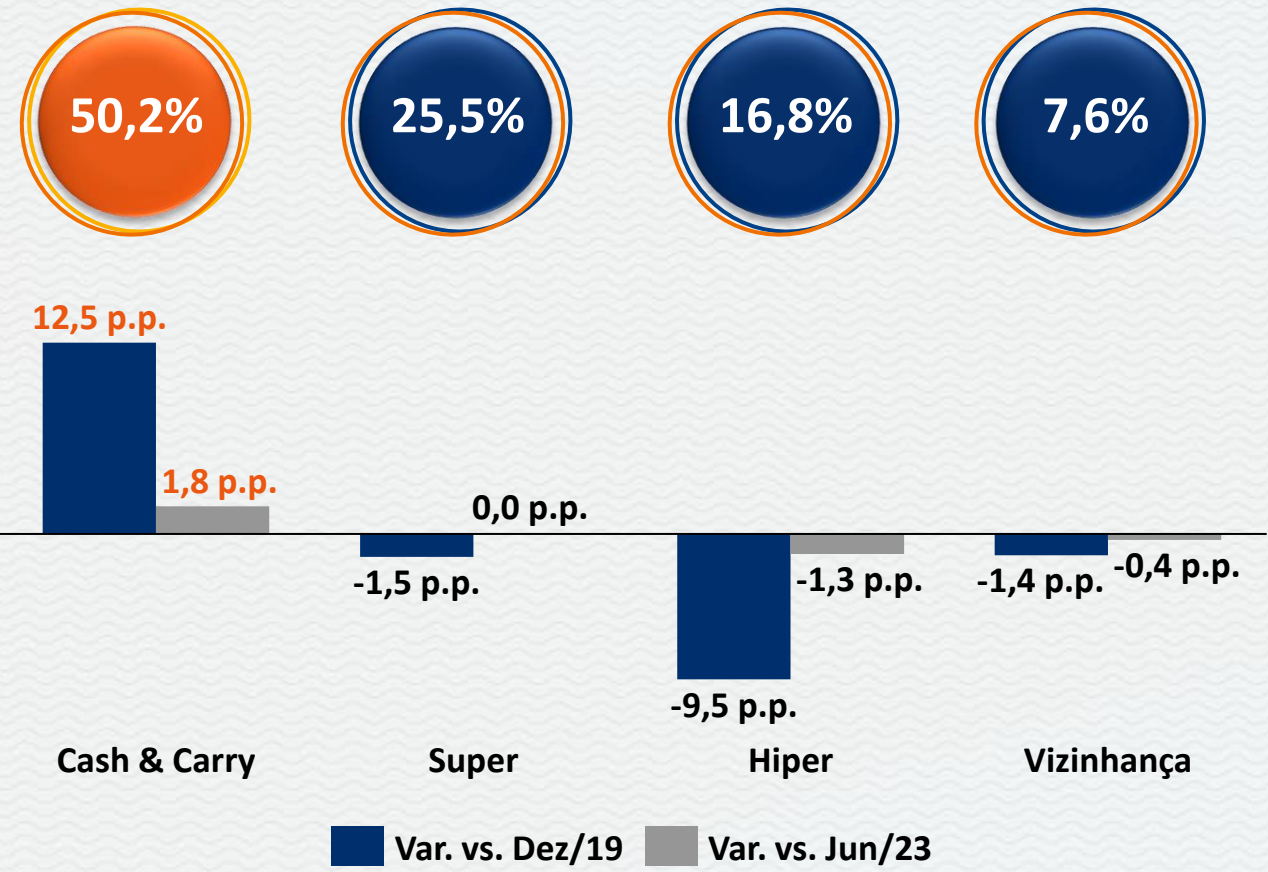
### Importância do Canal C&C em Compras Mensais nos Lares (Jun/24)



### Penetração dos Canais nos Domicílios (Jun/24)



### Market Share – Varejo Alimentar Perímetro Nielsen <sup>(2)</sup> (Jun/24)




Source: NielsenIQ

(1) Distribuidores de bebidas, pequenos mercados, supermercados e hipermercados que não pertencem a grandes grupos e podem não reportar à Nielsen;

(2) Considera apenas os dados das empresas colaboradoras da Nielsen.

# Somos a marca com maior presença nos lares brasileiros

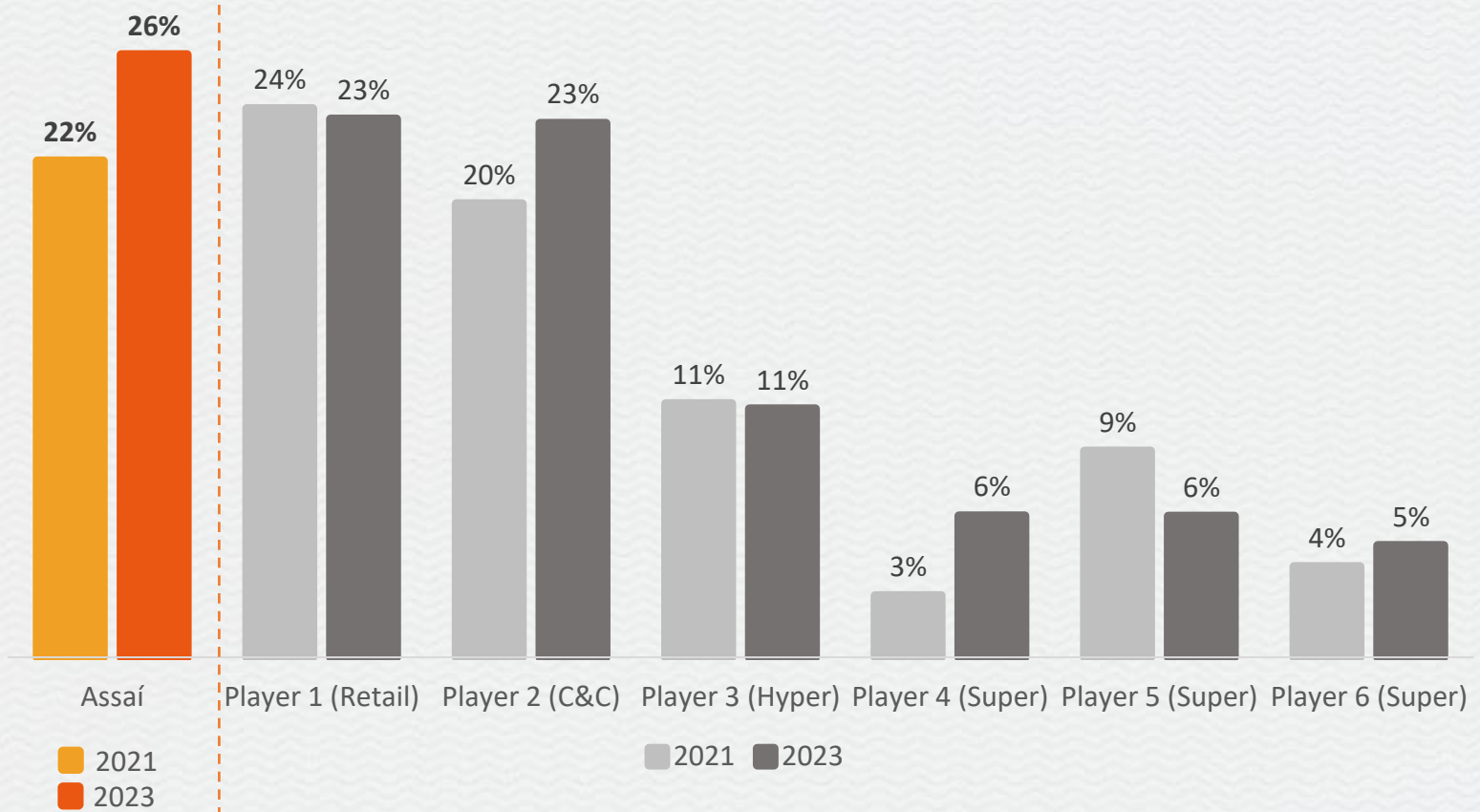
## Penetração das marcas no Brasil <sup>(1)</sup>



**+25%**  
Presença domicílios

**~30%**  
Market share no  
Cash & Carry

**~12%**  
Total de lojas  
Cash & Carry <sup>(2)</sup>



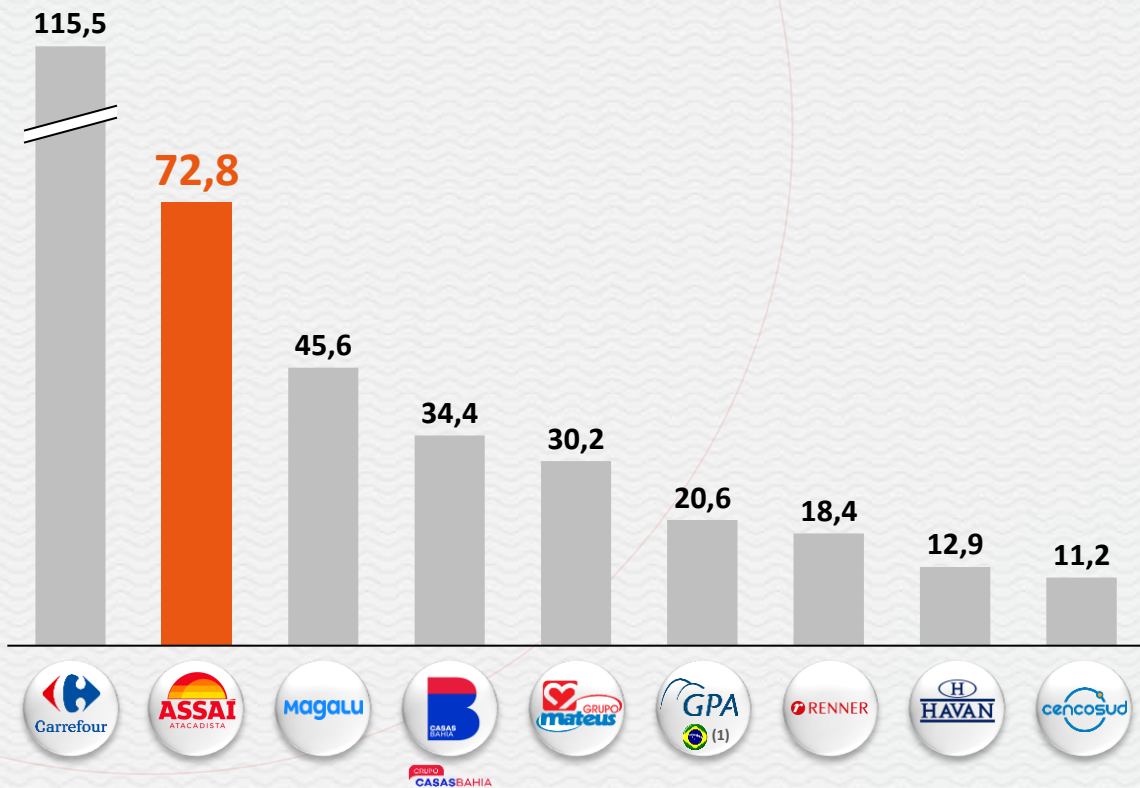
<sup>(1)</sup> Pesquisa NielsenIQ Homescan 2023; <sup>(2)</sup> Considerando 2.500 lojas no mercado de Cash & Carry market



Assaí é o segundo maior player de varejo no Brasil e o maior player puro de Cash & Carry

## Ranking do Varejo

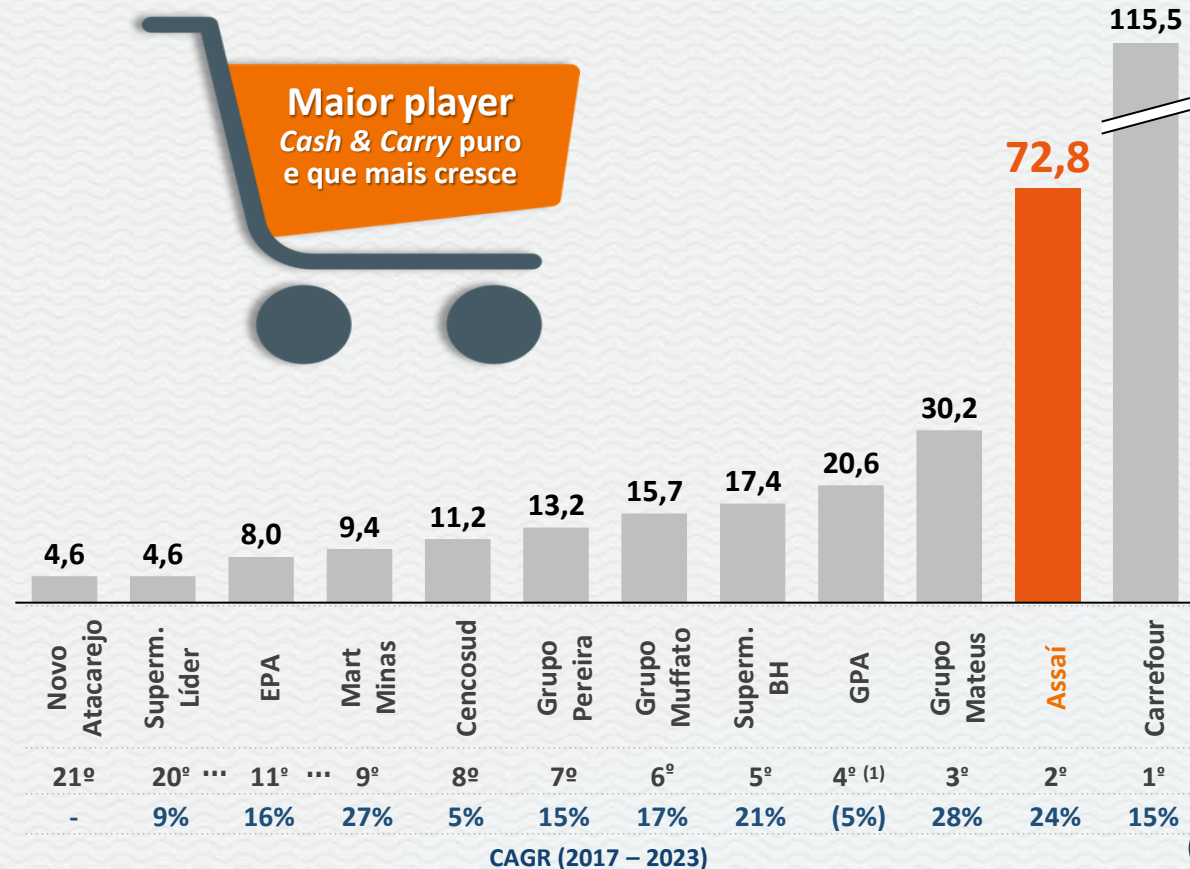
Receita Bruta (2023) - R\$ bi



## Ranking do Varejo Alimentar

Alimentar

Receita Bruta (2023) - R\$ bi



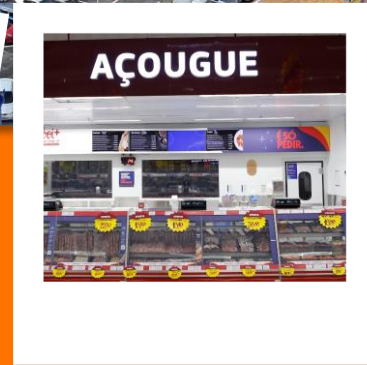
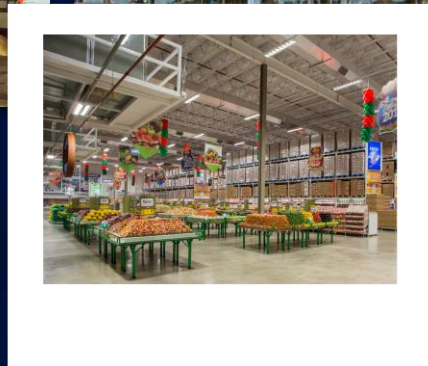
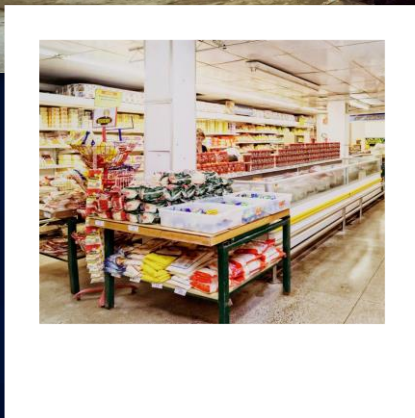
Fonte: Informações das companhias e ABRAS.

(1) GPA exc. Éxito.

# Maior fidelização de clientes com avanços importantes na experiência de compras



Melhorias: Iluminação, ar-condicionado, equipamentos, fachada de vidro, piso, pé direito alto, porta-paleta





*Para todos, de Sol a Sol.*

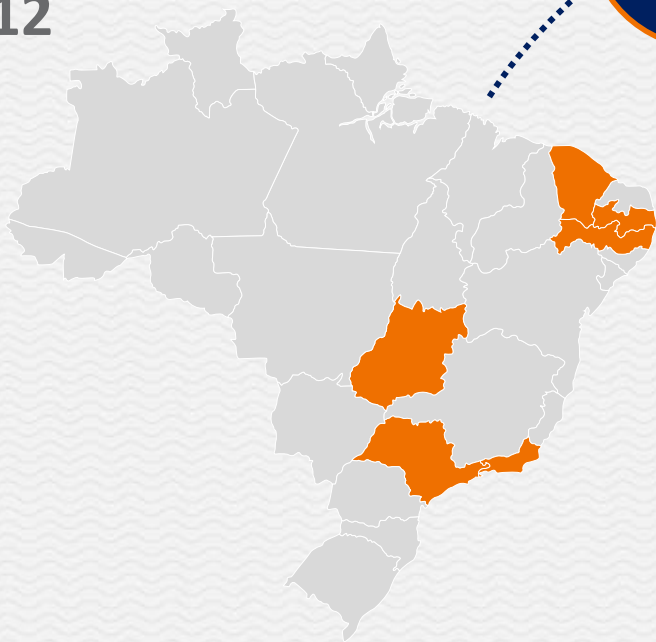
## MODELO DE NEGÓCIO



Orgânica : Vitória Aeroporto

# Forte capacidade de execução impulsiona expansão consistente pelo território nacional

**61** lojas  
**182mil** m<sup>2</sup> área de vendas  
**10mil** colaboradores  
**6** estados  
**2012**



**+18**  
Estados

**+233**  
lojas

2024 <sup>(1)</sup>



**294** lojas   
**+1,5M** m<sup>2</sup> área de vendas  
**+80mil** colaboradores  
**24** Estados  
**11** centros de distribuição   
**12** escritórios regionais com autonomia 

**87** novas lojas  
(2022-2023)

**15** novas lojas em 2024

Notas: (1) Em Agosto de 2024

Conhecimento regional é essencial para se adaptar às características de cada região



## Gestão Regionalizada

*Líderes locais possuem autonomia na tomada de decisões*

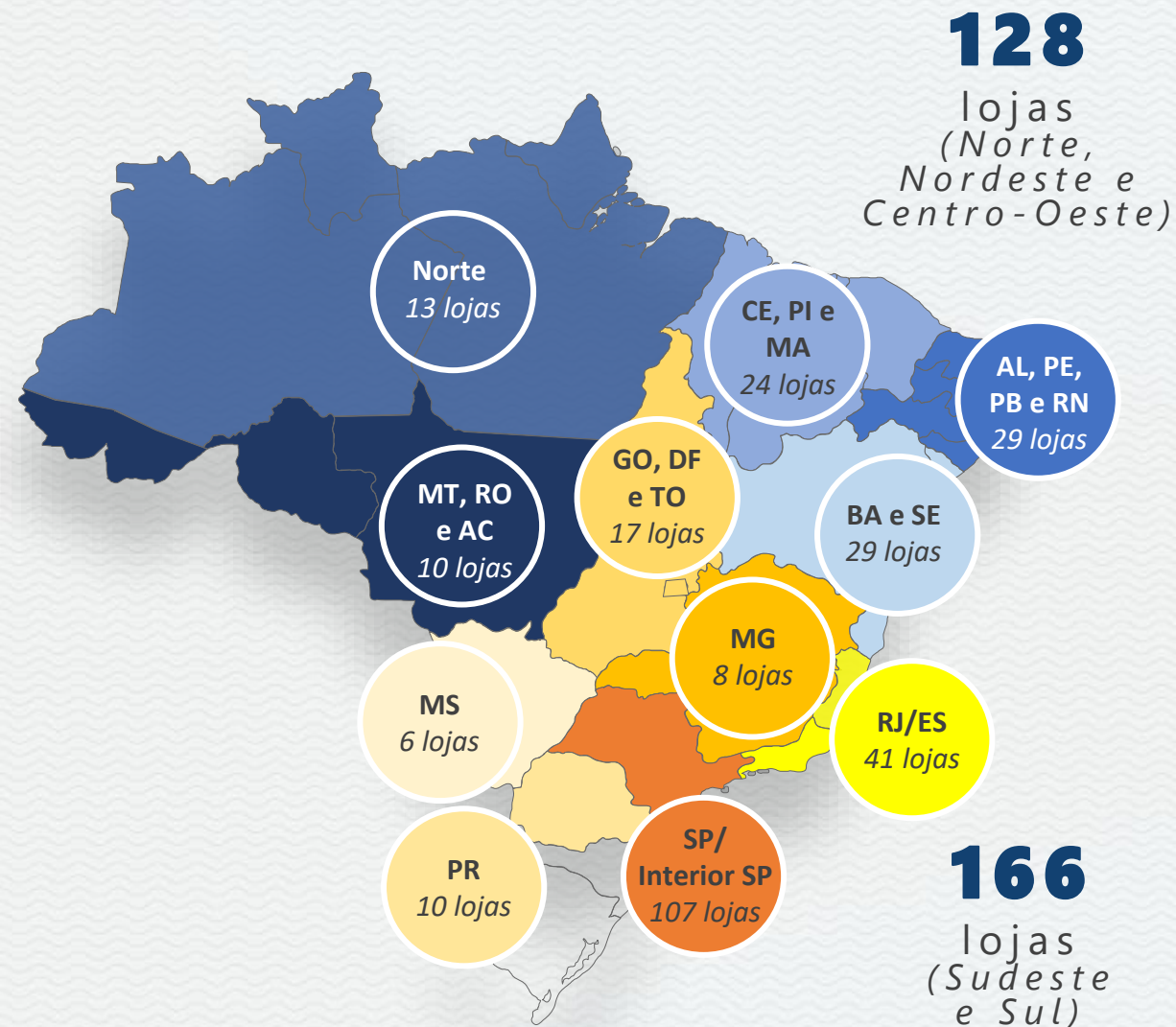


**12** Escritórios Regionais  
**28** Células de Compra



## Marketing Regional

*4 centrais de marketing para atender todo o Brasil*



# Sucesso comprovado pela produtividade: Maior venda por m<sup>2</sup> do setor

Venda média anual/loja madura:

**PRODUTIVIDADE ASSAÍ 80% ACIMA DA MÉDIA DO SETOR**



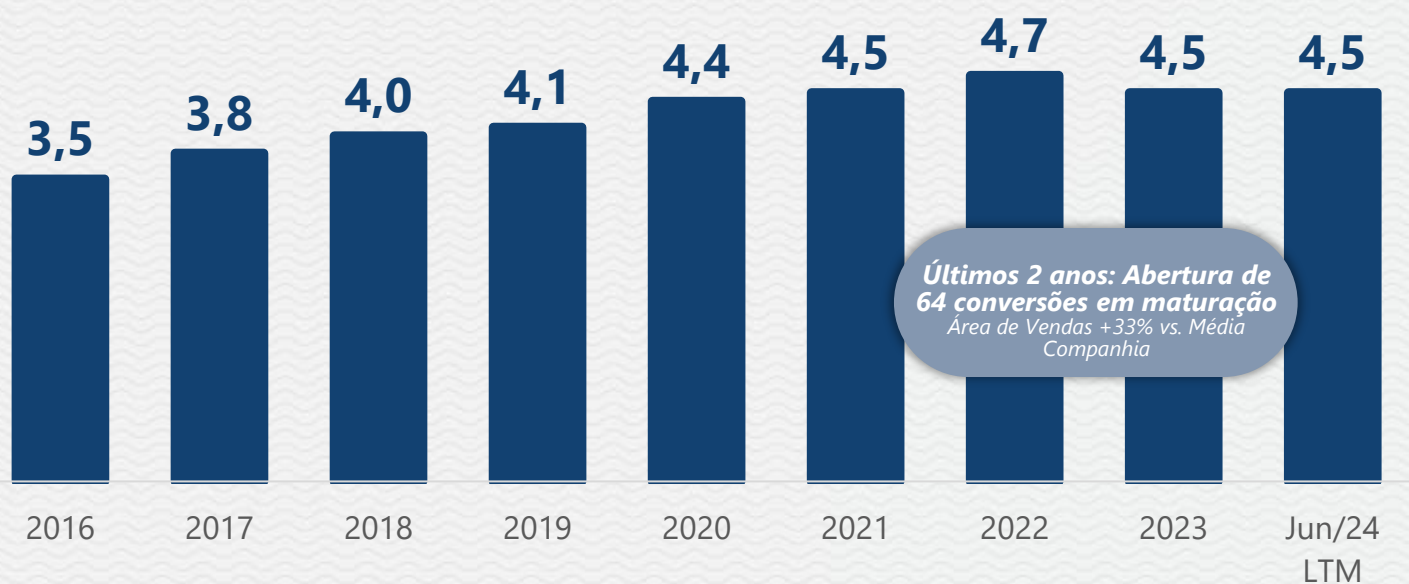
~R\$ 140M <sup>(1)</sup>

vs.

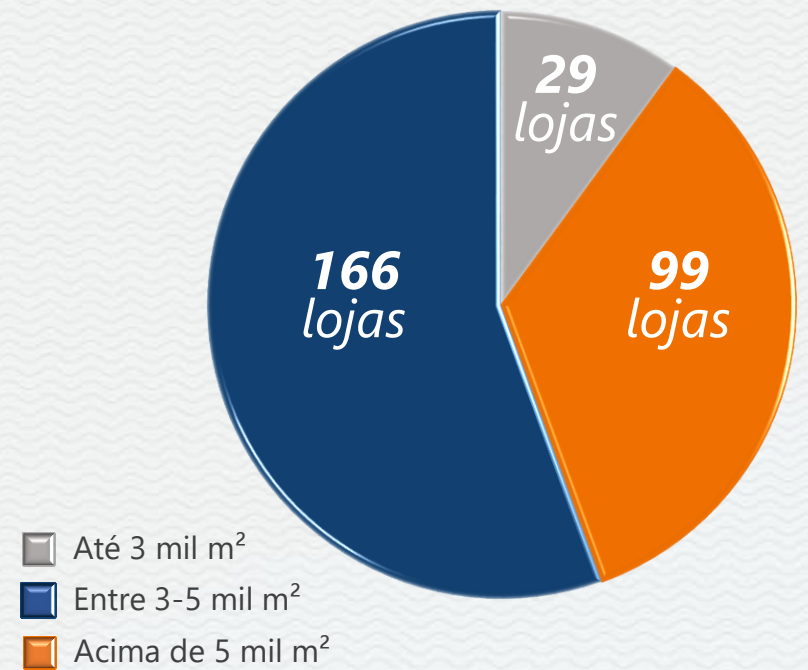


~R\$ 260M

**Evolução Assaí**  
Venda por m<sup>2</sup>:  
(R\$ mil)



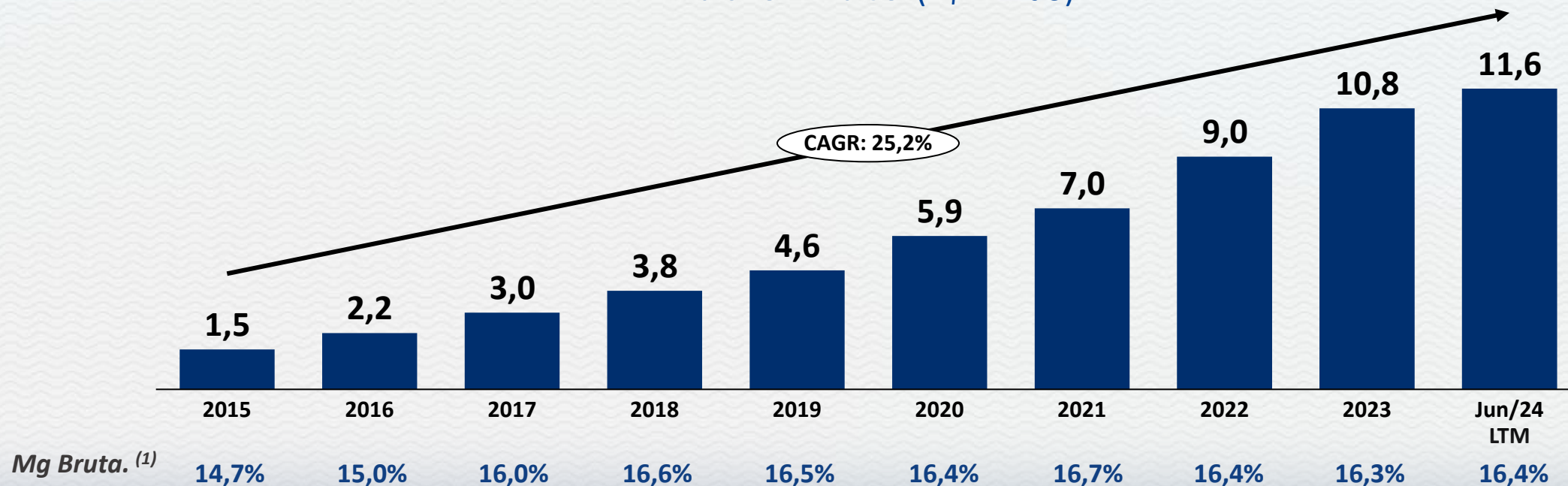
**Número de lojas**  
Por tamanho m<sup>2</sup>:



<sup>(1)</sup> Considerando venda média semanal de R\$ 3,7 milhões (Fonte: Nielsen), excluindo Assaí

# Margem bruta impulsionada pela evolução do modelo de negócios: Adaptação do sortimento e implementação de serviços

## Lucro Bruto (R\$ Bilhão)



Conversão: Taguatinga (DF)



Conversão: Curitiba Alto da XV (PR)



Conversão: São José dos Campos (SP)



Conversão: Teixeira de Freitas (BA)

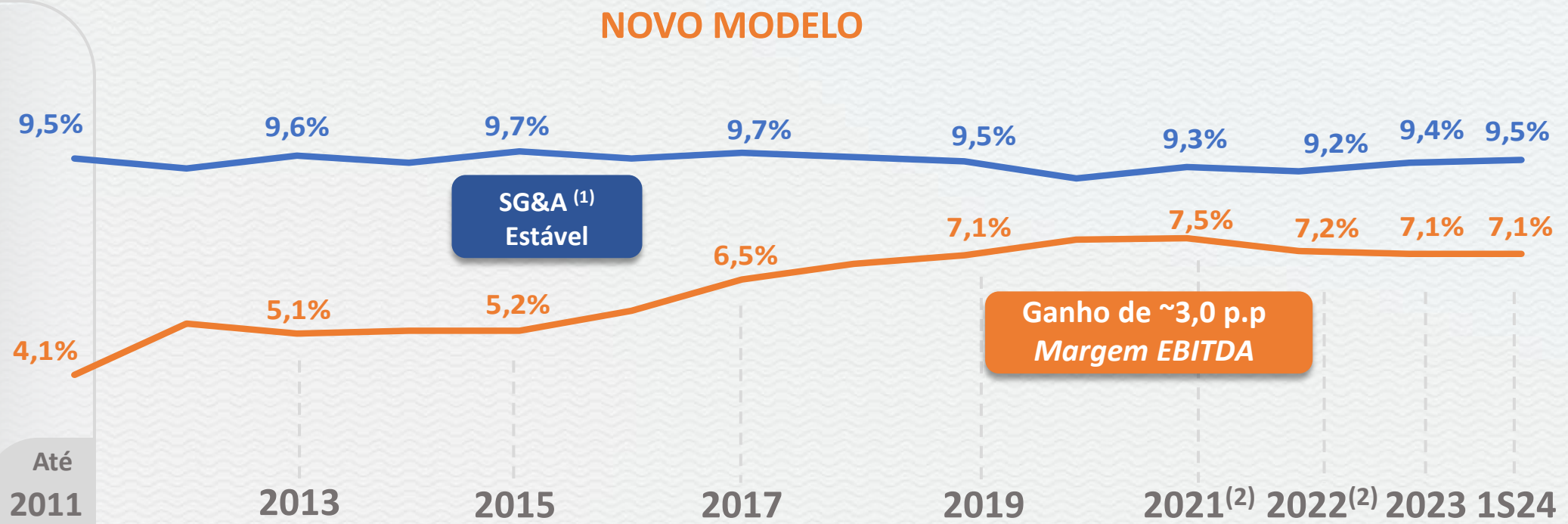
(1) % Receita Líquida

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

## MODELO ANTIGO



## NOVO MODELO



(1) Pós-IFRS16 (excluindo alugueis)  
 (2) Excluindo Despesas Pré-Operacionais



# Conversões em pontos irreplicáveis e com elevado potencial de rentabilidade



**Pontos estratégicos** em **localizações excepcionais** em grandes capitais e regiões metropolitanas



**Aceleração da expansão em regiões** com maior proximidade de públicos B2B e B2C



**+400 mil m<sup>2</sup>** adicionados à área de vendas



**Vendas 3x<sup>(1)</sup> superiores** ao modelo hipermercado



**Margem EBITDA 150 bps** acima da média da Companhia <sup>(2)</sup>

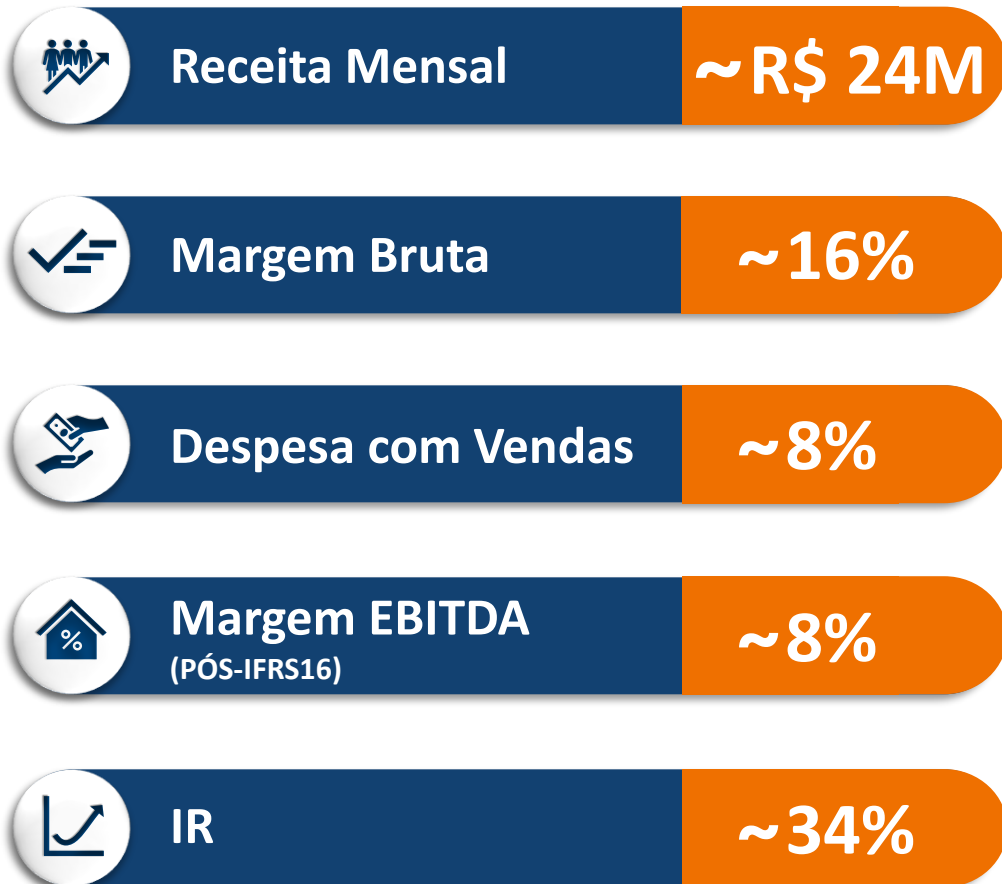


**Galerias comerciais** contribuirão para maior rentabilização de ativos (230 mil m<sup>2</sup> de ABL / 1.300 lojistas)

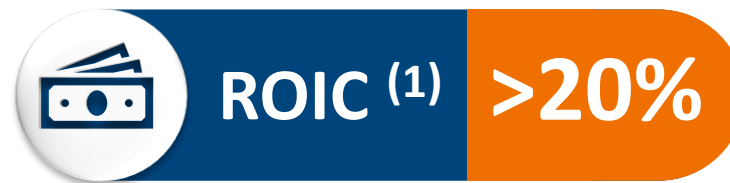


<sup>(1)</sup> Baseando-se na experiência passada da Companhia na conversão de lojas; <sup>(2)</sup> Em relação à média da Companhia (7,5%); <sup>(3)</sup> Até Agosto de 2024.

### DRE



### CAPEX



<sup>(1)</sup> ROIC: não inclui despesas gerais e administrativas no Resultado Operacional antes de impostos

## App Meu Assaí

**+14M** clientes identificados

Fidelização de clientes: Retenção de **76%**

**+52%** itens por cesta

Gasto médio **+35%** e frequência  
**+59%** vs. clientes sem app



## Vendas via Last Mile

(Cornershop/Uber, Rappi)

**+1M** de pedidos  
em 12 meses



# Perspectivas 2024: Diminuição do endividamento e maior fluxo de caixa



## REDUÇÃO DA ALAVANCAGEM

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

ATUALIZADO



## CONCLUSÃO DOS PAGAMENTOS DA AQUISIÇÃO DOS HIPERMERCADOS

R\$ 894 milhões pago em Janeiro/24



## GERAÇÃO DE CAIXA LIVRE SUPERIOR AO PATAMAR ATUAL E DO HISTÓRICO RECENTE

EBITDA em crescimento com avanço na maturação da expansão  
Liberação de caixa com gestão eficiente do supplier financing



## CONTINUIDADE DA EXPANSÃO

CAPEX entre 1,5bi a 2 bilhões com abertura de cerca de ~15 lojas em 2024  
Menor patamar de investimentos em comparação aos anos anteriores



## RENTABILIZAÇÃO DOS ATIVOS

Ajuste de categorias e roll-out dos serviços  
Galerias comerciais contribuem para maior fluxo de clientes  
Comercialização de espaços publicitários



## CONTINUIDADE DA ESTRATÉGIA PHYGITAL

Evolução do App Meu Assaí



*Para todos, de Sol a Sol.*

## RESULTADOS 2T24

Orgânica: Guarulhos Pimentas (SP)



## EXPANSÃO:

### 24 novas lojas nos últimos 12 meses:

- 9 conversões e 15 lojas orgânicas

### Expansão 2024: 15 lojas previstas

- 5 inauguradas no 1S24
- 10 lojas previstas para o 2S24



Orgânica: Macapá II (AP)



### **FATURAMENTO:** maturação das novas lojas e crescimento de vendas 'mesmas lojas'

**+11%** vendas totais  
+2,9%  
Mesmas lojas  
(ex. calendário)

**77M Tickets** (+9,3%)  
+2M de novos clientes/mês

**Vendas +34%**  
em 2 anos



### **EBITDA** com crescimento acima das vendas e expansão de margem

Pré-IFRS 16

**R\$ 965M** (+18%)  
Mg: 5,4% (+0,3p.p.)

Pós-IFRS 16

**R\$ 1,3bi** (+16%)  
Mg: 7,2% (+0,2p.p.)



### **LUCRO:** eficiência operacional, apesar da despesa financeira

Pré-IFRS 16

**LAIR: R\$ 226M** (+66%)  
Lucro Líq.: R\$ 165M

Pós-IFRS 16

**R\$ 158M** (+45%)  
Lucro Líq.: R\$ 123M



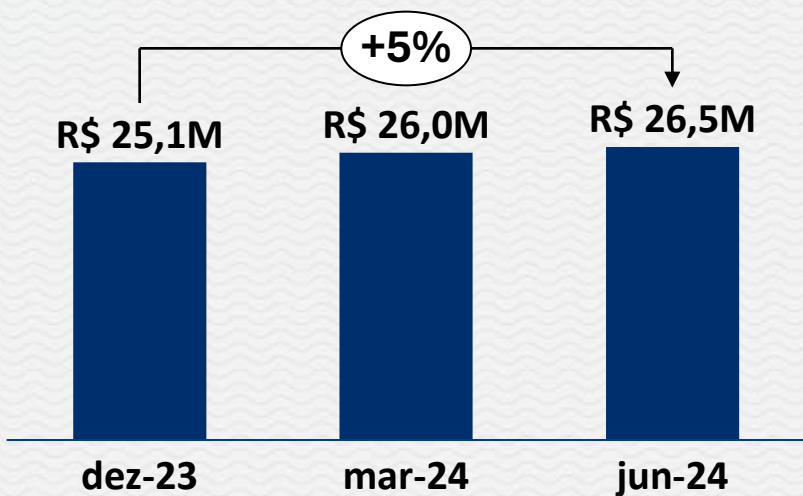
### **ALAVANCAGEM** em contínua redução dado o maior crescimento de EBITDA

**3,65x no 2T24**  
-0,60x vs. 2T23  
-0,10x vs. 1T24

**Projeção de Alavancagem**  
< 3,2 ao final de 2024

## Faturamento Médio Mensal

(47 Conversões Inauguradas em 2022 – Acumulado 12M)



**2T24**  
**R\$ 26,5M**  
*+25% vs. lojas inauguradas até 2022<sup>2</sup>*  
**Mg. EBITDA: 5,1%**  
 (Pré-IFRS 16)  
*+1,4p.p. vs. 2T23*

Mg. EBITDA  
Pré-IFRS 16 <sup>(1)</sup>

4,4%

5,0%

5,4%

+1,0 p.p.

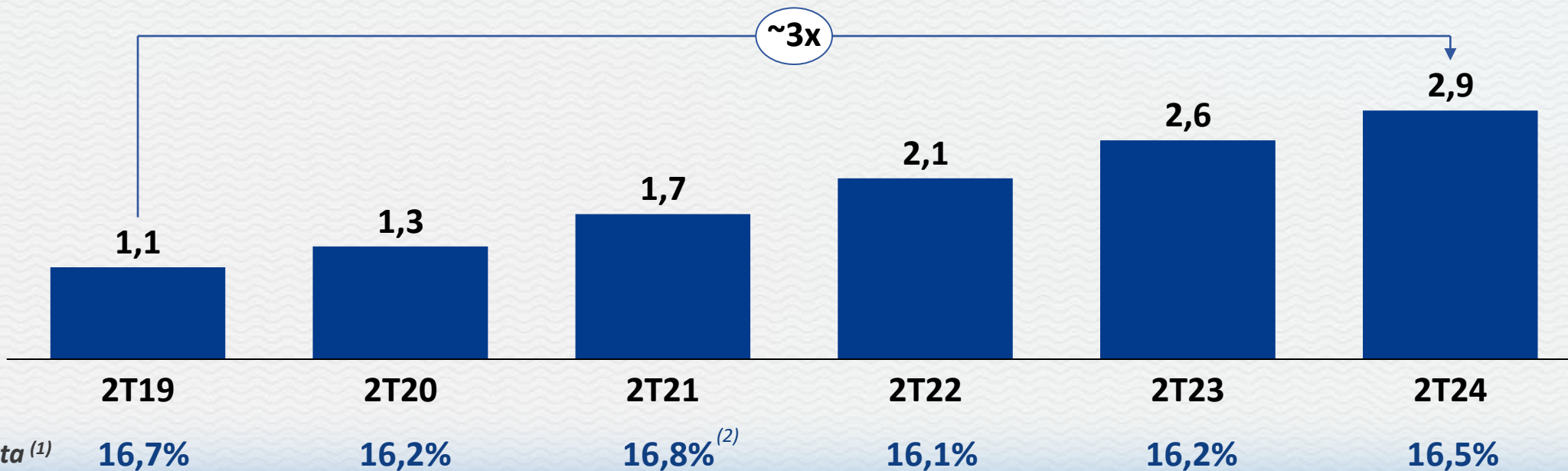


<sup>(1)</sup> % Receita Líquida; <sup>(2)</sup> R\$ 21,2M

# Margem bruta reflete evolução do modelo de loja

## Lucro Bruto Pré-IFRS16

(R\$ Bilhões)



Dinâmica comercial eficiente



Evolução do modelo de loja (sortimento e serviços)



Continuidade da maturação de novas lojas

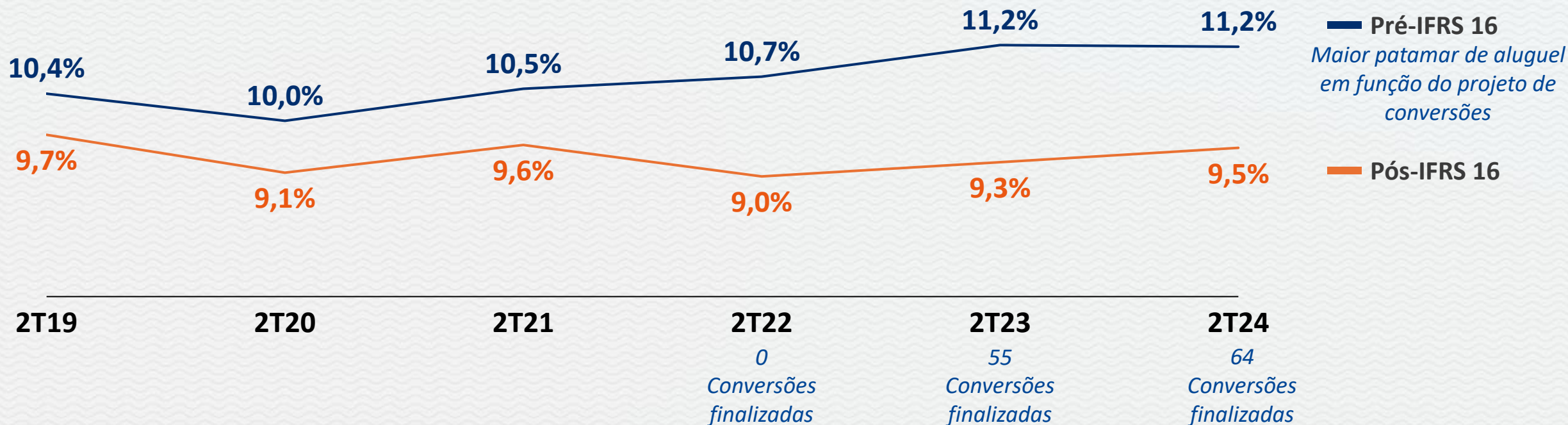
<sup>(1)</sup> % Receita Líquida  
<sup>(2)</sup> Excl. créditos fiscais



# Eficiência no controle de despesas e alavancagem operacional: Maior diluição de despesas com maturação de vendas e operações em lojas

## Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas

(% Receita Líquida)

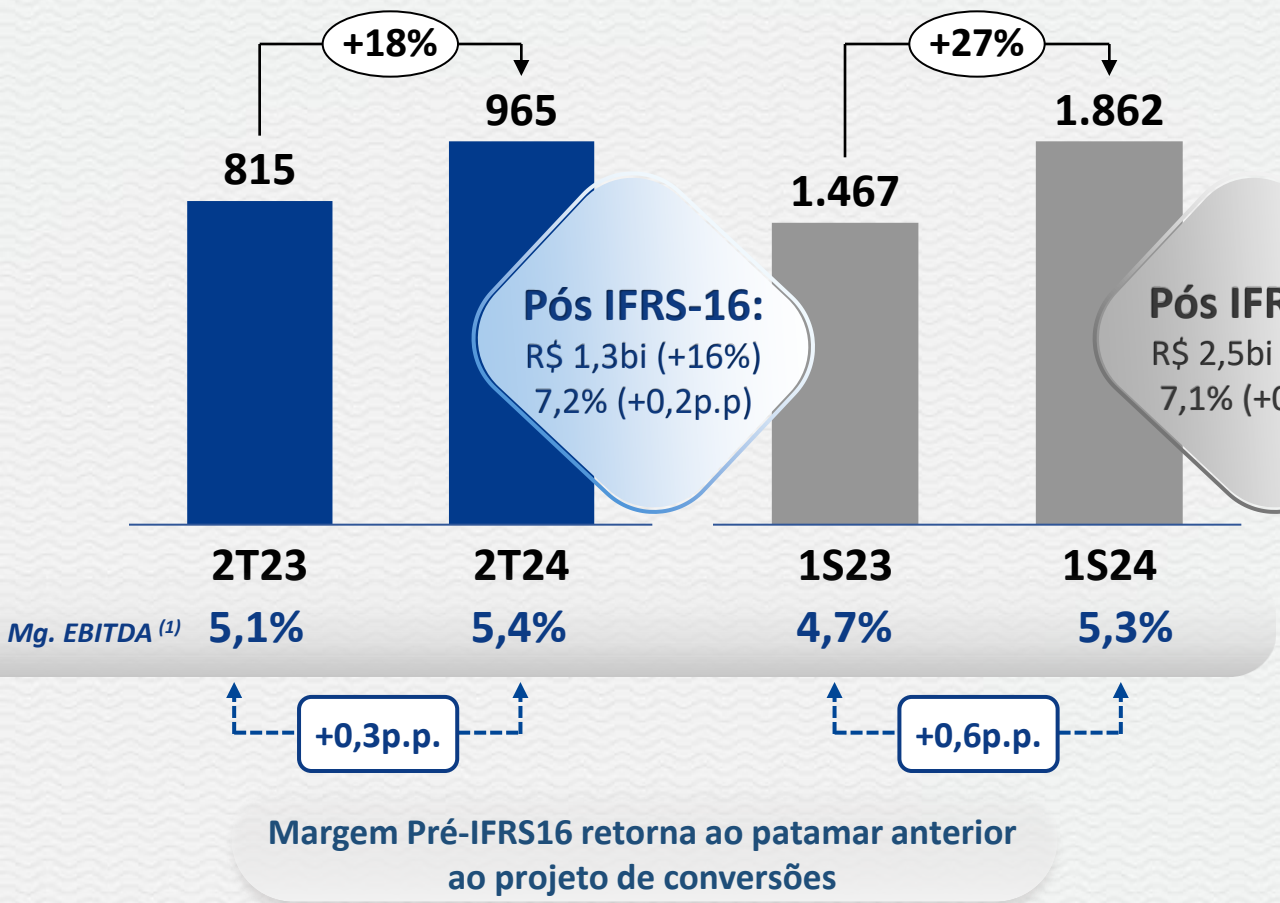


- Manutenção do patamar de despesas mesmo diante da modernização do parque de lojas
- Ganhos de eficiência operacional com maturação de lojas
- Controle de despesas

# Ganhos de rentabilidade evidenciam maturação de lojas e atratividade do modelo

## EBITDA

(R\$ Milhões; Pré-IFRS 16)

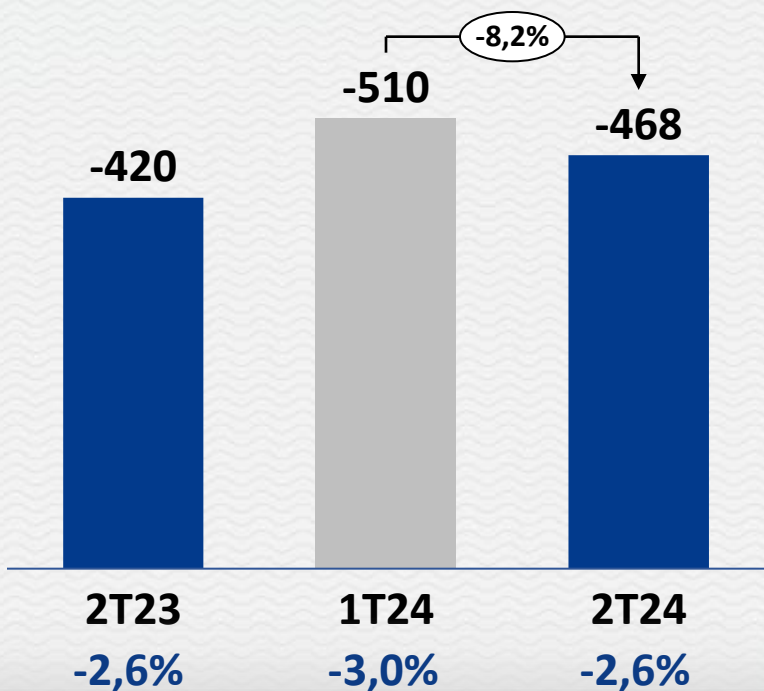


(1) % Receita Líquida

# Evolução de LAIR suportada por maturação de lojas e controle de despesas

## Resultado Financeiro

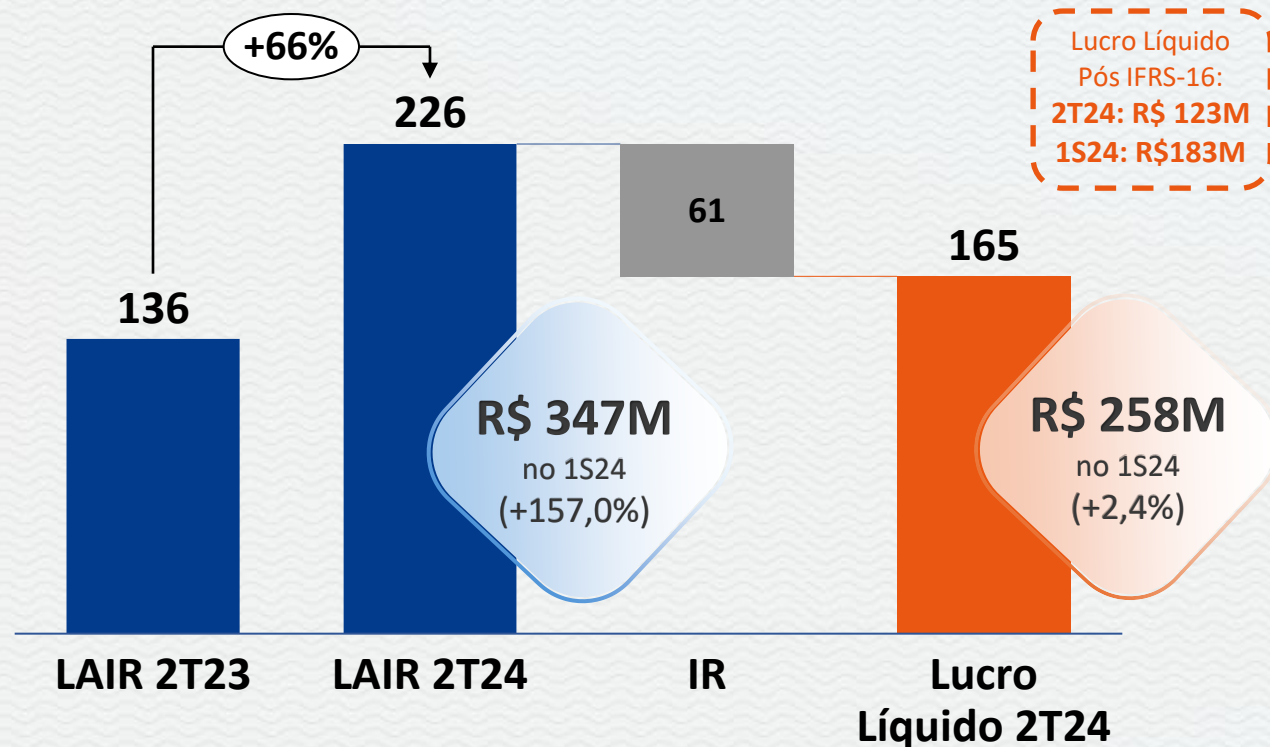
(R\$ Milhões; Pré-IFRS 16)



**Estabilidade do Resultado Financeiro como % da Receita Líquida**

## Lucro

(R\$ Milhões; Pré-IFRS 16)



### MELHORIA OPERACIONAL

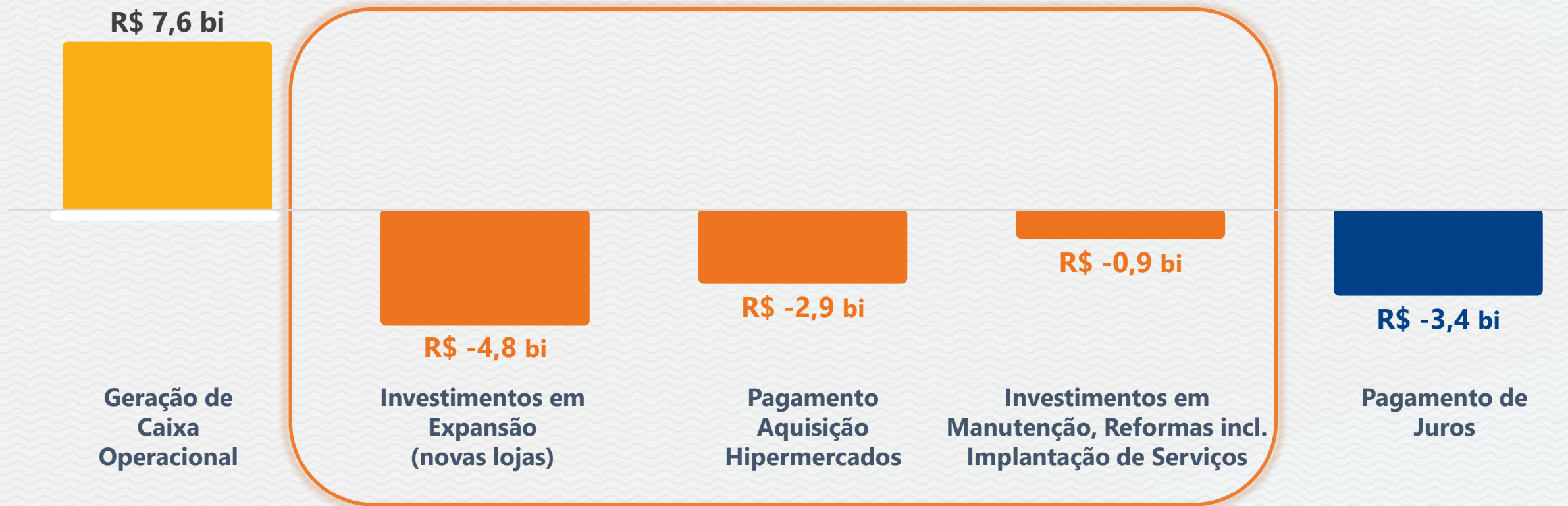
- + Continuidade na maturação de lojas novas
- + Expansão da margem bruta

(1) % Receita Líquida

Geração de caixa operacional de R\$ 7,6 BI suportou 88% dos investimentos nos últimos 2 anos



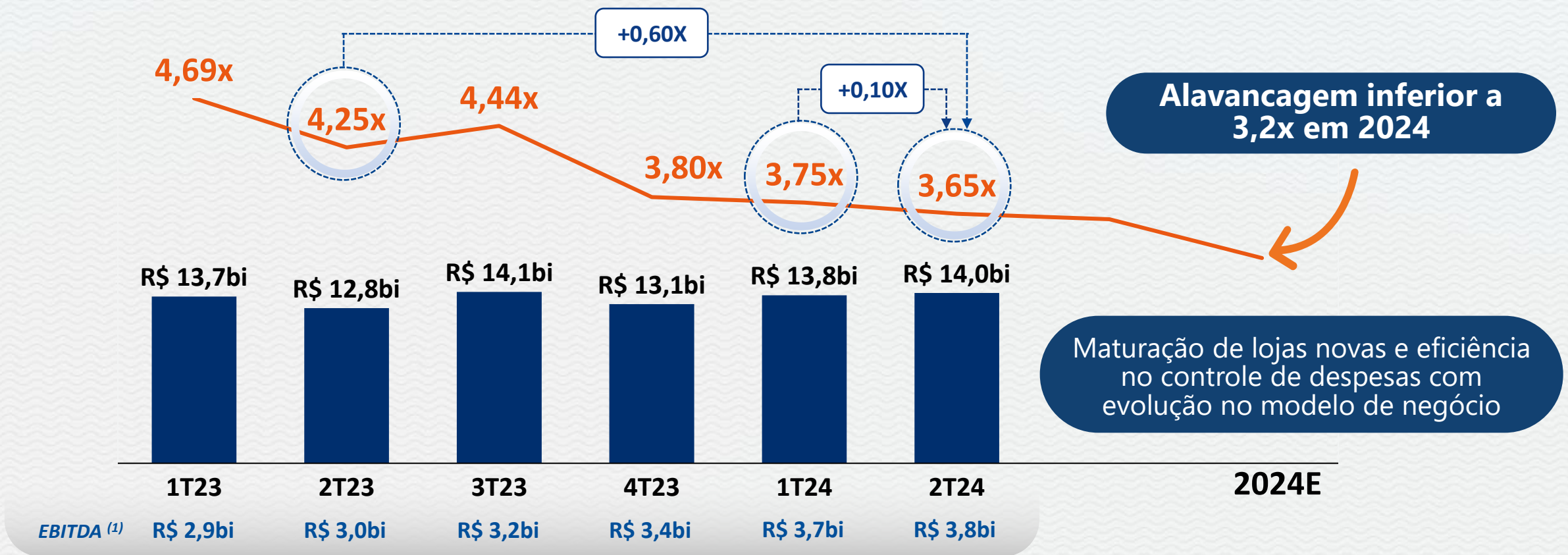
**Ciclo marcado pela aquisição e conversão de hipermercados**



<sup>(1)</sup> LTM

<sup>(2)</sup> Excluindo fechamento no período

# Foco na redução da alavancagem: avanço de 28% no EBITDA acumulado de 12 meses



— 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

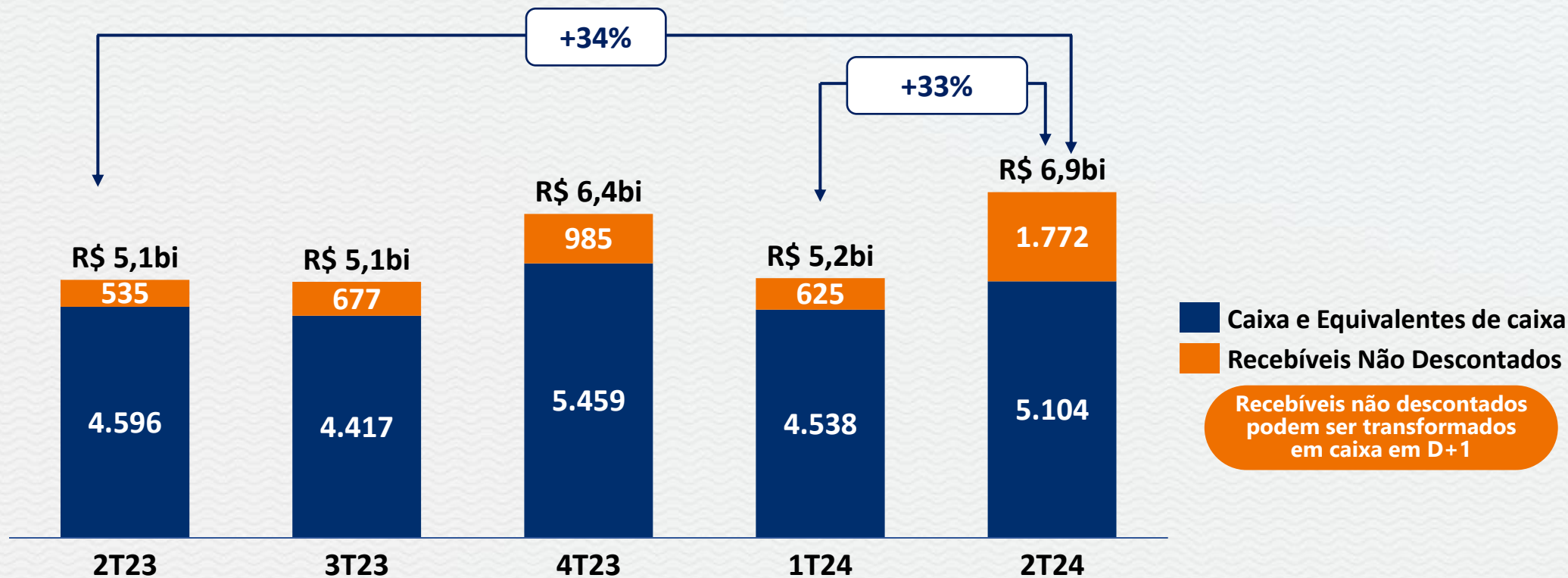
**Alavancagem inferior a 3,2x em 2024**

Maturação de lojas novas e eficiência no controle de despesas com evolução no modelo de negócio

**2T24**  
**Dívida Bruta:** R\$ 17.5 billion  
**Prazo Médio:** 2.6 years  
**Custo:** CDI+1.46%  
**Fitch Rating: AAA-**

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

# Disponibilidades de caixa de ~R\$ 7bi, com maior caixa médio e recebíveis não descontados



**SUCESSO NA EMISSÃO DE DEBÊNTURES**  
 R\$ 1,8 bi a CDI+1,25%, abaixo do custo médio da dívida (CDI+1,49% no 1T24)

A maior campanha comercial já realizada na história da companhia, com recorde de premiação

UM SHOW DE PRÊMIOS  
E PREÇO BAIXO!

UM GRANDE PRÊMIO DE **5 MILHÕES\***  
LIVRE DE IMPOSTOS








50 MIL PRÊMIOS DE  
R\$ **100** NA HORA,  
DIRETO NO CAIXA

**1.500** VIAGENS PARA O  
**NAVIO ASSAÍ\*\***  
— VOCÊ + 1 ACOMPANHANTE —

Aniversário Assaí  
**50 ANOS**



-  **4 MESES DE DURAÇÃO**  
*de agosto a novembro*
-  **PARTICIPAÇÃO DA INDÚSTRIA**  
*+ 50 fornecedores patrocinadores*
-  **FORTE DIVULGAÇÃO E REFORÇO DE MARCA**  
*TV aberta e fechada, mídias digitais e rádio*
-  **CADASTRO FACILITADO**  
*Ampliação da base de clientes no App 'MeuAssaí', enriquecendo CRM e estratégia phygital*
-  **FIDELIZAÇÃO**  
*Recorrência de compras aumentam chances de ganhar*



*Para todos, de Sol a Sol.*

## SUSTENTABILIDADE E GOVERNANÇA





## Operações Eficientes



## Desenvolvimento de Pessoas e Comunidades



## Gestão Ética e Transparente

## 2T24 Destaques



### Operações eficientes:

Reaproveitamento de **42% de resíduos** com destaque para o Programa Destino Certo

### Desenvolvimento de pessoas e comunidades:

- **Liderança: 42,9% de negros e 25,1% mulheres**
- Assaí entre as empresas do Ibovespa com **maior número de negros na liderança**
- Certificação “Melhores empresas para pessoas LGBTQIA+ trabalharem”

### Por meio do Instituto Assaí:

- **Doação de 1.365t de alimentos e itens de higiene e limpeza**, incluindo a ação emergencial em apoio ao RS
- **Campanha Agasalho a Gente Compartilha:** Doação de 54t de roupas, agasalhos e cobertores

## Premiações



### Ranking Ibevar-FIA 2024

Atacadista mais admirado pelos(as) consumidores(as)

### Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente

1º lugar na categoria Varejo

### O Melhor de São Paulo

Melhor Atacadista da capital

### Rankings ABRAS e ABAAS

2º lugar dentre os maiores varejistas de alimentos do Brasil em 2023

### Melhor Investor Day pela Institutional Investor

3º lugar na categoria varejo pela avaliação do Buy Side

### Ranking Interbrand de Marcas Brasileiras Mais Valiosas (R\$ 724,7 milhões)

22ª marca brasileira mais valiosa

1ª do segmento de varejo alimentar

# Rápida transição acionária transformou o Assaí em Companhia de capital 100% pulverizado

## Spin-off GPA 31/dez/20

Participação Casino  
40,9% em Assaí  
40,9% em GPA

## 1º follow-on Casino 07/dez/22

Participação Casino  
30,5% em Assaí

## 2º follow-on Casino 21/mar/23

Participação Casino  
11,7% em Assaí

## Venda final Block trade Casino 23/jun/23

Participação Casino  
em Assaí: 0,0%

## Eleição de novo membro independente do Conselho 01/set/23

Substituição do último membro  
Casino

8 membros  
independentes

## Aprovação de novo modelo de remuneração 26/abr/24

- Incentivos de Longo Prazo
- Programa Sócio Executivo
- *Stock Ownership Guideline*

## Listagem B3

01/mar/21

## Listagem NYSE

08/mar/21

## Eleição de novo Conselho de Administração 27/abr/23

- Renovação de 66% das posições
- Recomposição dos Comitês de Assessoramento

## Aprovação da Proposta Transitória da Remuneração 26/jul/2023

Conselho assumiu o compromisso de  
rever o modelo de remuneração

## Eleição de novo membro independente do Conselho 02/set/24

Aprovação de José Roberto  
Müssnich como membro

9 membros  
independentes

## Programa Sócio Executivo

### Executivos participantes



● Anos de Experiência ● Anos no Assaí

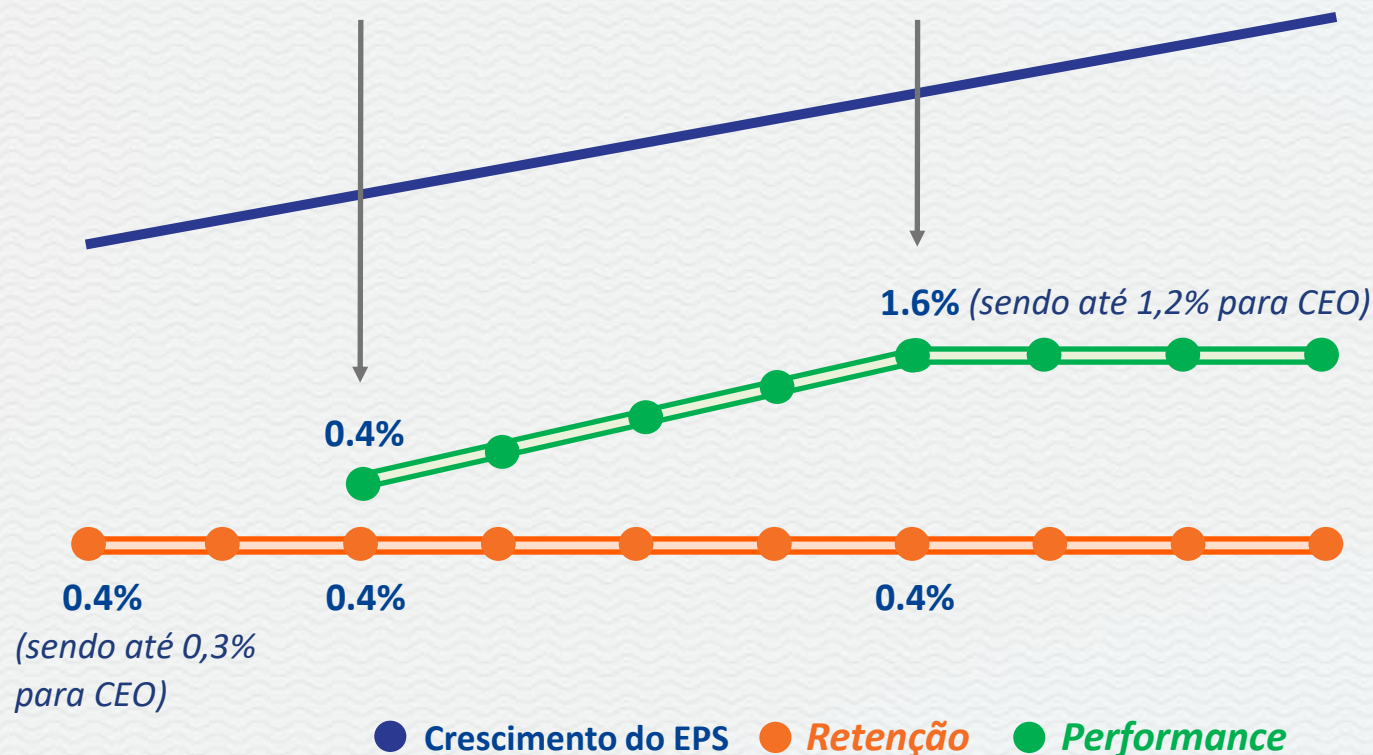
### Principais características do programa

- Forte alinhamento com os objetivos dos acionistas
- Não se confunde com ILP Padrão
- Concessão ÚNICA de direito a ações vinculada à criação de valor (wealth sharing)
- 7 anos + 3 anos de lock-up
- Limitado a 2% do total de ações emitidas pela Companhia
- Parcela retenção: a partir do 5º ano
- Parcela Performance: atingimento de metas agressivas (EPS<sup>(1)</sup>: IPCA + 20% a.a., com base em 31/dez/2023)

### Evolução do EPS vs. Distribuição do % de ações de emissão da Companhia

Trigger mínimo para Performance  
EPS: IPCA + 20% a.a.

Máximo



## Membros do Conselho Independente



**Oscar Bernardes**  
Presidente



**José Guimarães Monforte**  
Vice-Presidente



**Andiará Pedrosa Petterle**



**Belmiro de Figueiredo Gomes**



**Enéas Pestana**



**Julio Cesar de Queiroz Campos**



**Leila Abraham Loria**



**Leonardo Gomes Pereira**



**José Roberto Müssnich**

## Comitês Consultivos



**Governança Corporativa, Sustentabilidade e Nomeação**  
Coord.: José Guimarães Monforte



**Recursos Humanos, Cultura e Remuneração**  
Coord.: Leila Abraham Loria



**Finanças e Investimentos**  
Coord.: Leonardo Gomes Pereira



**Auditoria**  
Coord.: Heraldo Gilberto de Oliveira

## Management com vasta experiência dentro do setor



33

12

**Anderson Castilho**  
Vice-Presidente de  
Operações



37

13

**Wlamir dos Anjos**  
Vice-Presidente  
Comercial & Logística



37

14

**Belmiro Gomes**  
CEO



14

5m

**Vitor Fagá de Almeida**  
Vice-Presidente de  
Finanças & Relações  
com Investidores



37

12

**Sandra Vicari**  
Vice-Presidente de Gestão de  
Pessoas & Sustentabilidade



31

4

**José Antonio León**  
Diretor Executivo de  
Expansão & Construção



29

10

**Julio Gentilim**  
Diretor Executivo de  
Planejamento  
Estratégico & M&A



28

14

**Marly Yamamoto**  
Diretora Executiva de  
Marketing & Gestão de  
Clientes



25

5

**Rodrigo Callisperis**  
Diretor executivo  
de TI



24

11

**Paulo Pompílio**  
Diretor Executivo de  
Relações Institucionais



19

1

**Marcelo Simões**  
Diretor Executivo de  
Auditoria, Gestão de Risco  
& Investigação  
Corporativa