



**ASSAÍ**

ATACADISTA

**Apresentação Institucional**

---

Dezembro 2024

---



# CONTEXTO ATUAL



# O ASSAÍ HOJE:



Presente em  
**1 A CADA 4**  
lares no Brasil: marca  
mais presente  
nos domicílios<sup>3</sup>



**~500M**  
fluxo de clientes  
por ano<sup>2</sup>



Marca  
**MAIS LEMBRADA**  
do varejo físico e  
digital<sup>4</sup>



Um dos  
**MAIORES**  
empregadores  
privados do País<sup>5</sup>



**MELHOR**  
empresa de atacado e  
varejo do Brasil<sup>1</sup>



<sup>1</sup> Maiores e Melhores 2024 da Exame

<sup>2</sup> 1 ticket equivale a 1,5 cliente

<sup>3</sup> Pesquisa Nielsen HomeScan 2023

<sup>4</sup> Ranking Branding Brasil 2024 – Anacouto

<sup>5</sup> Caged

# Crescimento sustentado pela geração de caixa próprio

**R\$5bi > R\$79bi**  
**17x MAIOR EM 12 ANOS!**

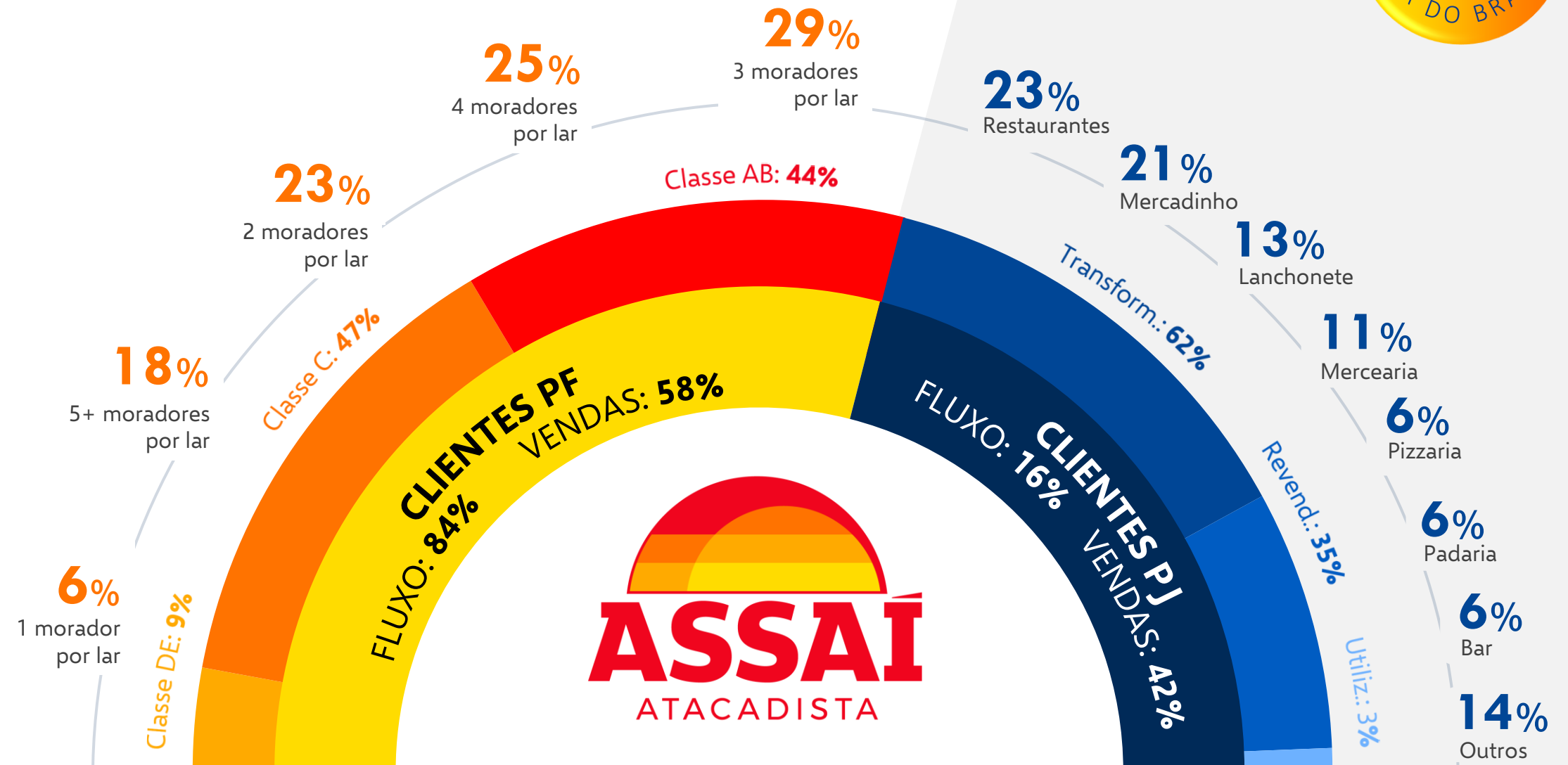
CAGR  
**25,8%**  
 2012 a 2024

**+73%**  
 Alavancado pelas 66  
 conversões de hiper

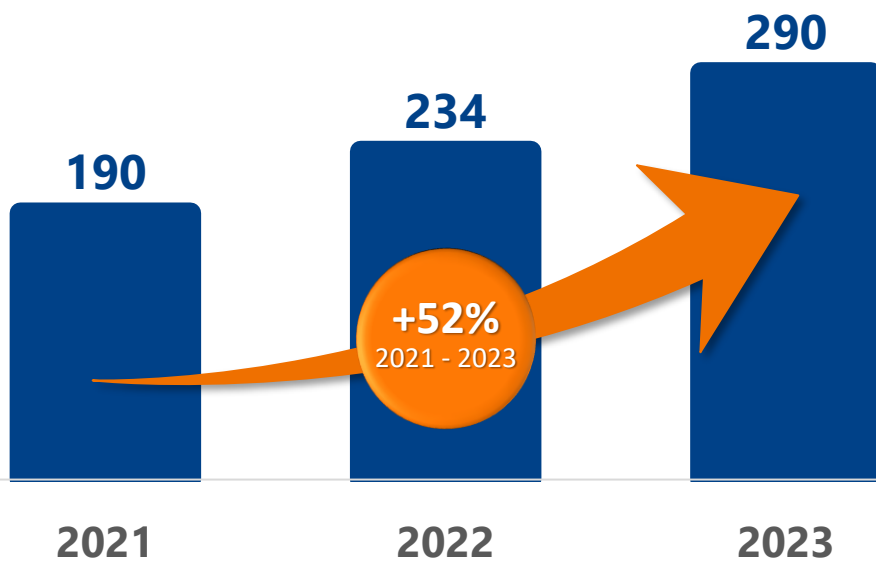




# Diversidade de clientes como fortaleza do modelo de negócio



## Tickets do Assaí (milhões)



~40mm  
Clientes distintos mensais <sup>(1)</sup>



<sup>(1)</sup> Considera clientes únicos em trânsito nas lojas



## MERCADO ALIMENTAR

**~R\$ 850 bi**

(ABIA<sup>(1)</sup> 2023)

**~R\$ 1 tri**

(ABRAS 2023)

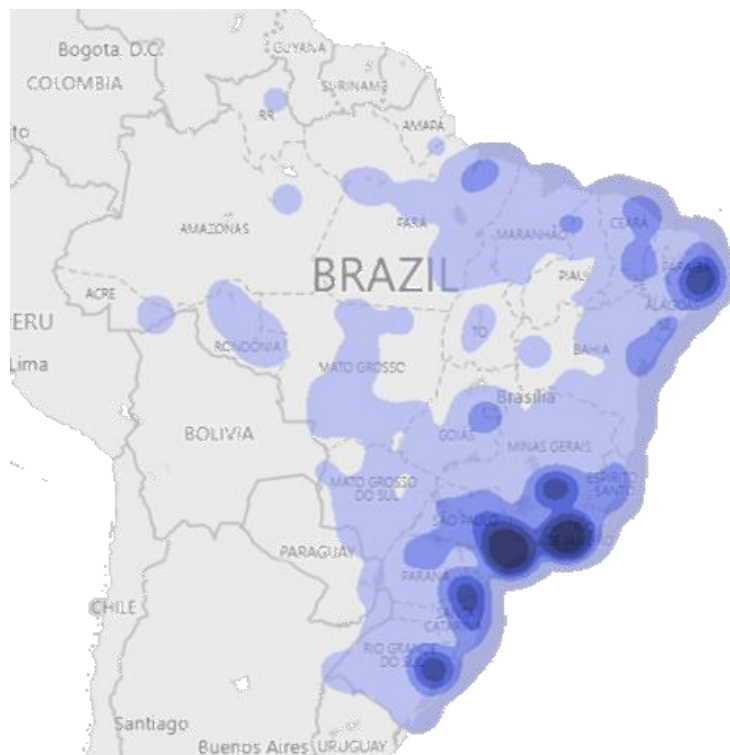
**~R\$ 235 bi**

(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

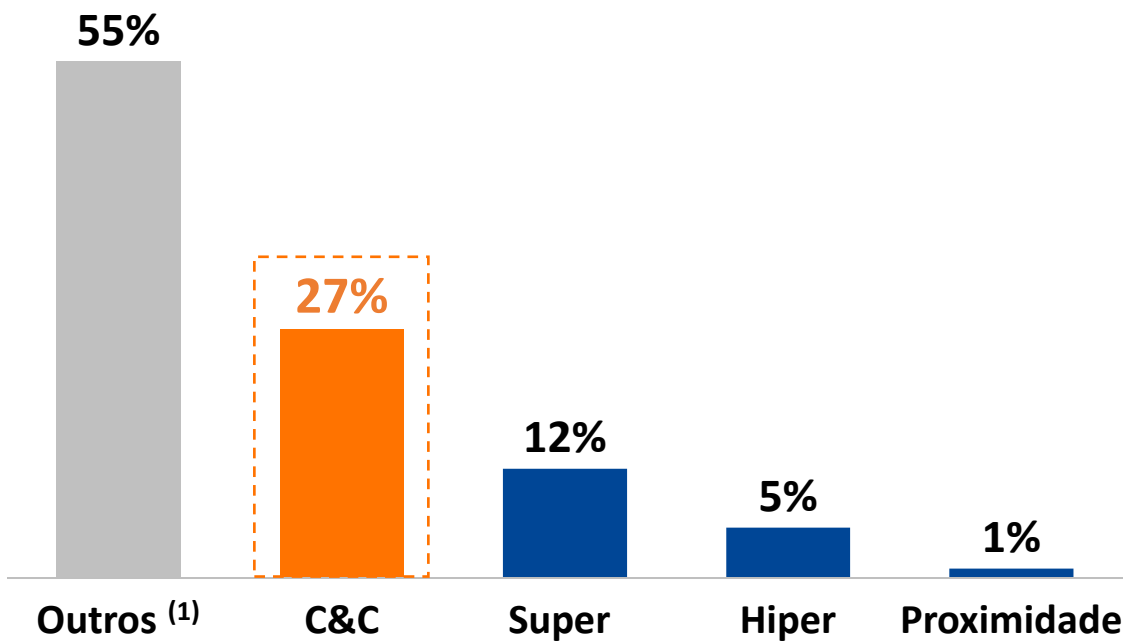
## OPORTUNIDADE

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

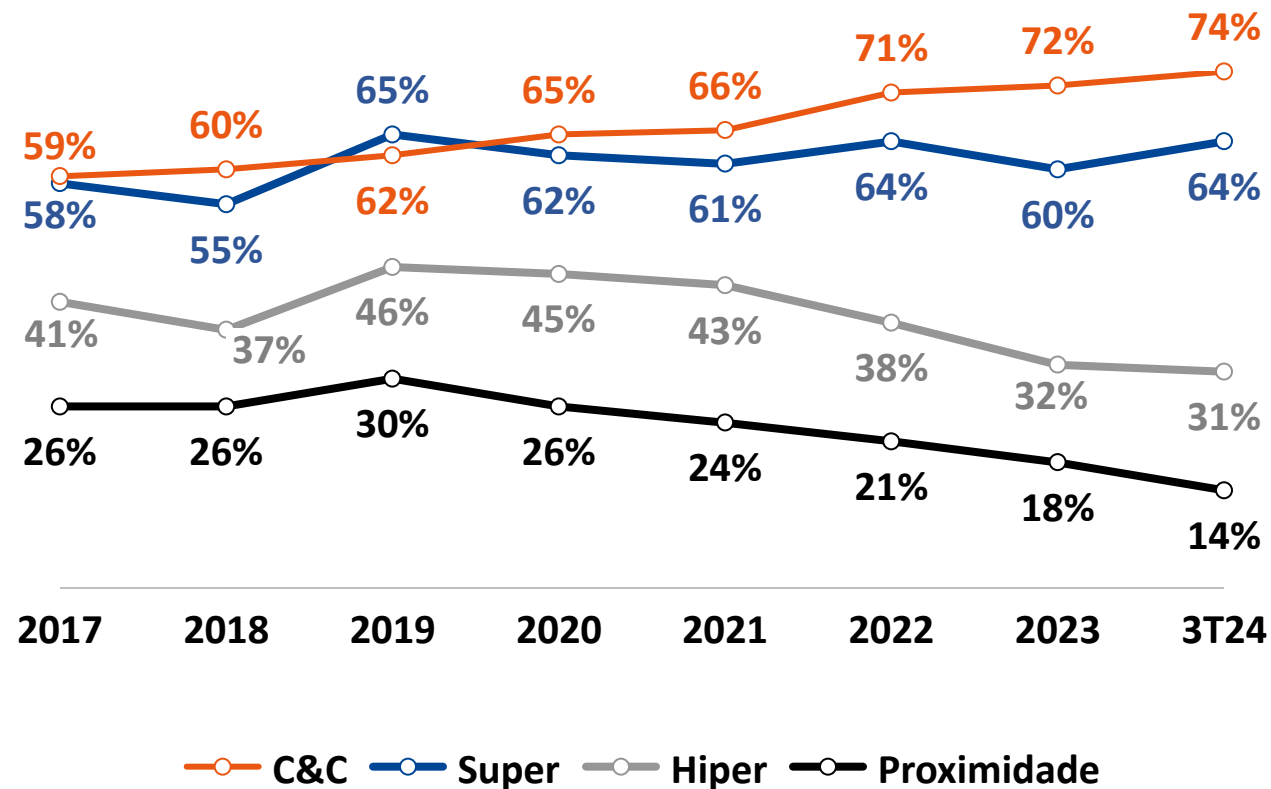
**~90 cidades ainda não possuem loja Assaí**

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

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



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

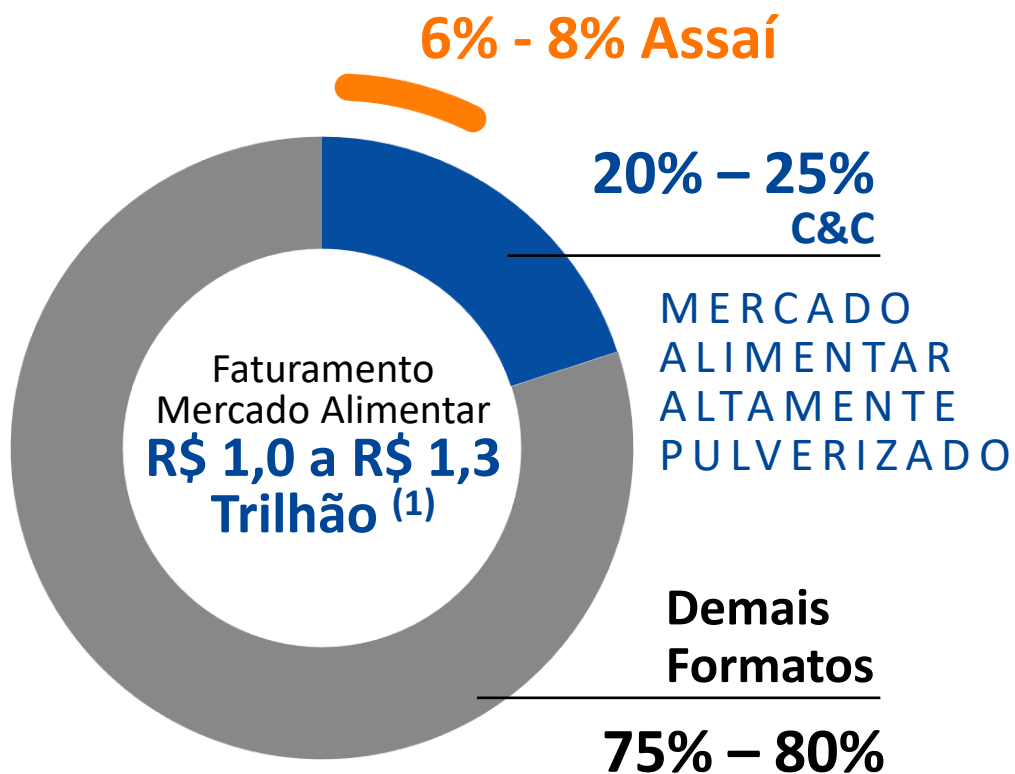


<sup>(1)</sup> Distribuidores de bebidas, pequenos mercados, supermercados e hipermercados que não pertencem a grandes grupos e podem não reportar à Nielsen



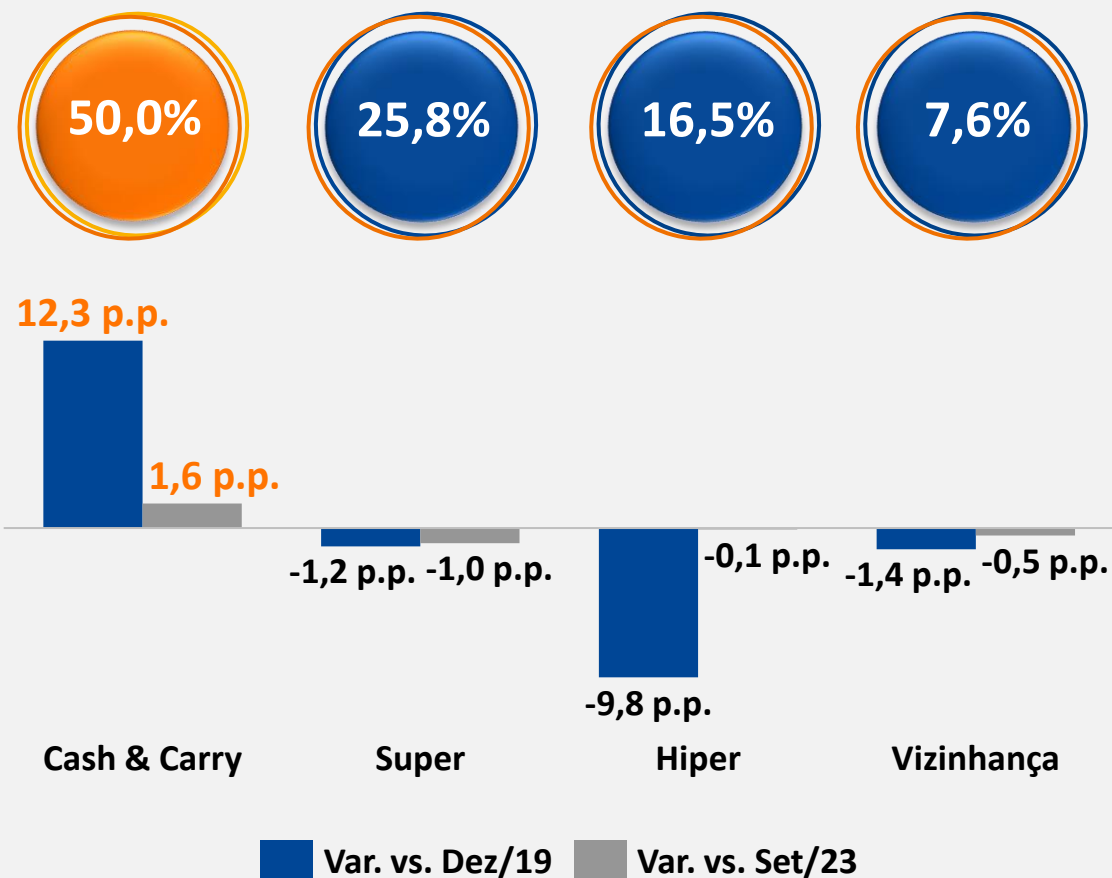
## Market Share

Universo Mercado Alimentar



## Market Share – Varejo Alimentar

Perímetro Nielsen <sup>(2)</sup> (Set/24)



<sup>1</sup>Dados ABRAS

<sup>2</sup>Nielsen: Considera apenas os dados das empresas colaboradoras da Nielsen.



**Marca**



**Regionalização**



**Nossa  
Cultura**



**Produtividade**

**D I F E R E N C I A I S   A S S A Í**



**Marca mais lembrada**  
do varejo físico e digital <sup>(2)</sup>

<sup>(2)</sup> Ranking Branding Brasil  
2024 – Anacouto

**NPS Comparativo**

2017 → 2024  
**51** → **72**

**3,8** milhões de clientes no Whatsapp

**Maior conta de Instagram** do varejo no Brasil

**3,7** milhões seguidores

**Destino dos clientes**

**Uber:** destino mais solicitado no Brasil<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Exceto aeroportos



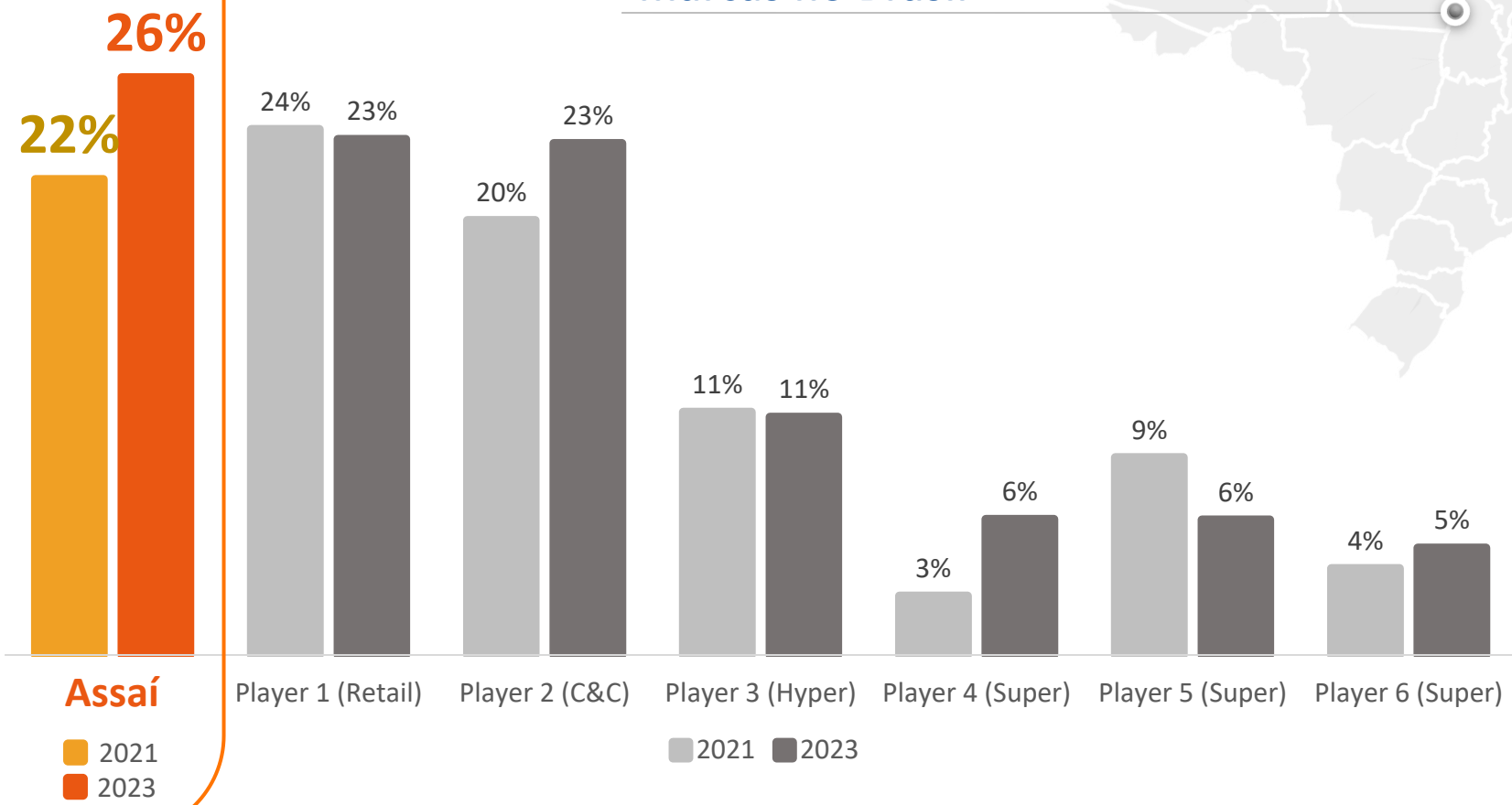
**+25%**  
Presença domicílios

---

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

---

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



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



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



## ESTRUTURA

12

Escritórios  
**Regionais**

12

Centros de  
**Distribuição**

28

Células  
de **Compra**

4

Centrais de  
**Marketing**

## DIRECIONADORES



**Sortimento, Precificação  
e Comunicação Regional**



**+3 mil fornecedores,**  
sendo 60% regionais



**+50 patrocínios regionais**



## Nossos valores



Simplicidade



Foco no(a)  
cliente



Paixão pelo que  
fazemos



Compromisso  
com resultado



Cuidado com  
Nossa Gente



Ética

## Engajamento <sup>(1)</sup>

2024



82%



Entramos no  
**Ranking  
Nacional** de  
empresas com  
**mais de 10 mil  
colaboradores**





Venda média anual/loja madura:

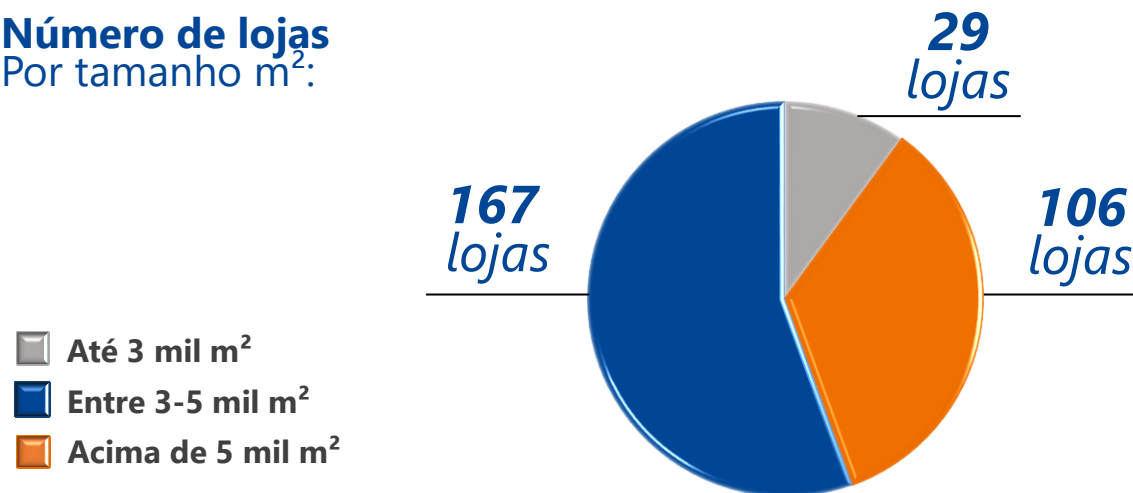
**Produtividade Assaí 80%**  
Acima da média do setor

~R\$ 140M<sup>(1)</sup> vs. ~R\$ 260M

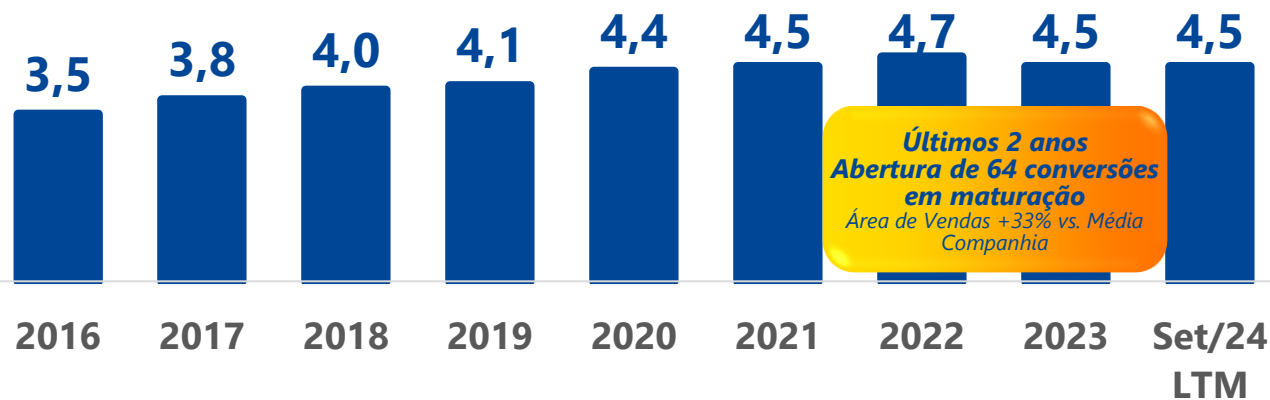


## Sucesso comprovado pela produtividade: Maior venda por m<sup>2</sup> do setor

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



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



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

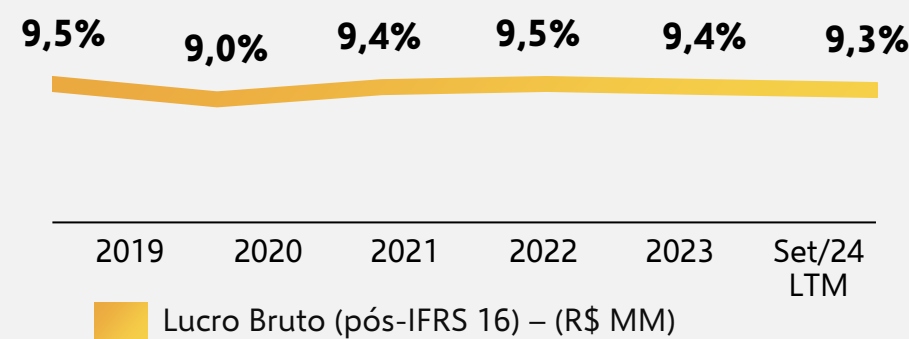
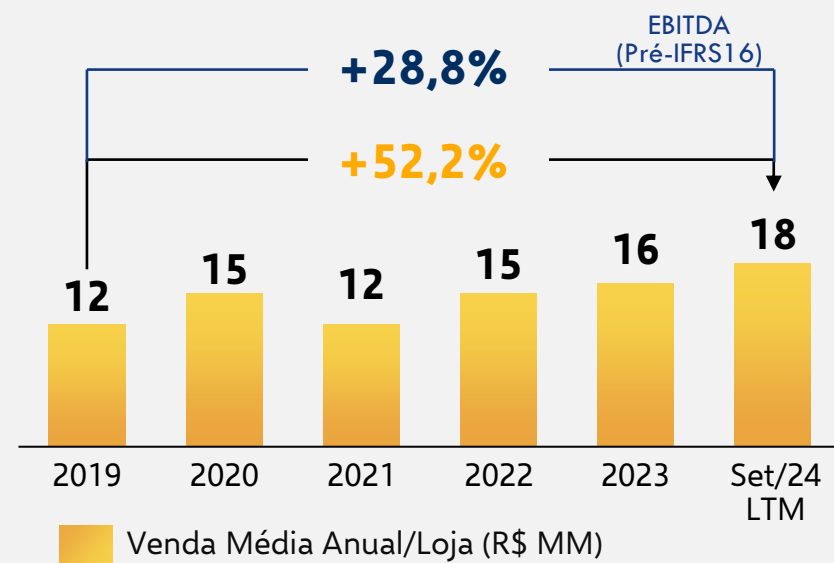
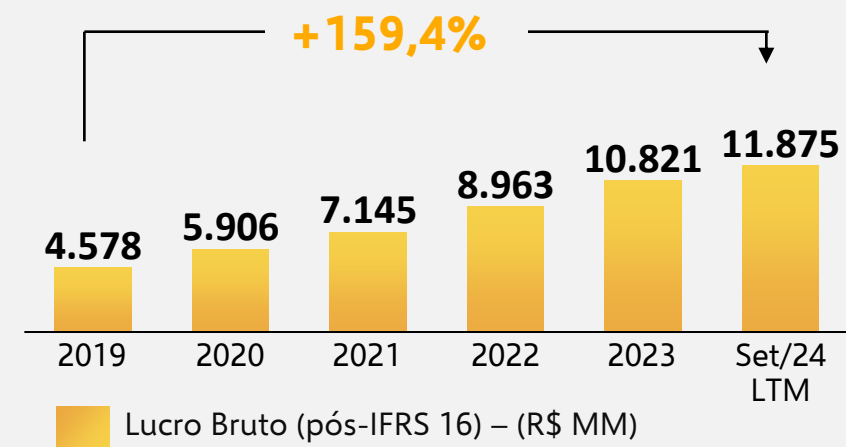
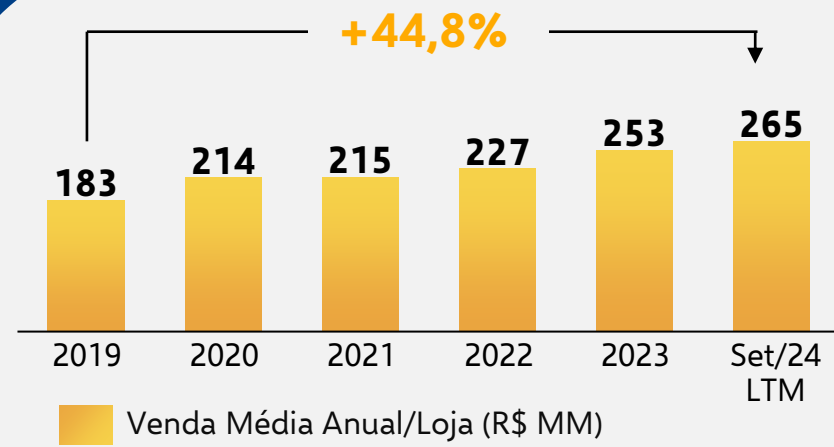


# Consistente evolução dos indicadores com rentabilidade

Ganhos de produtividade por loja

Rentabilidade Crescente

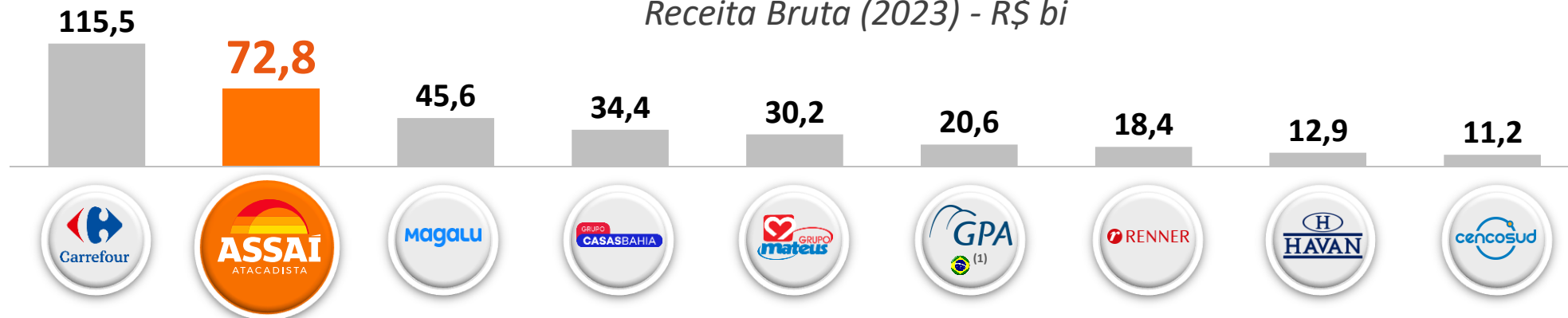
Controle de despesas



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

### Ranking do Varejo

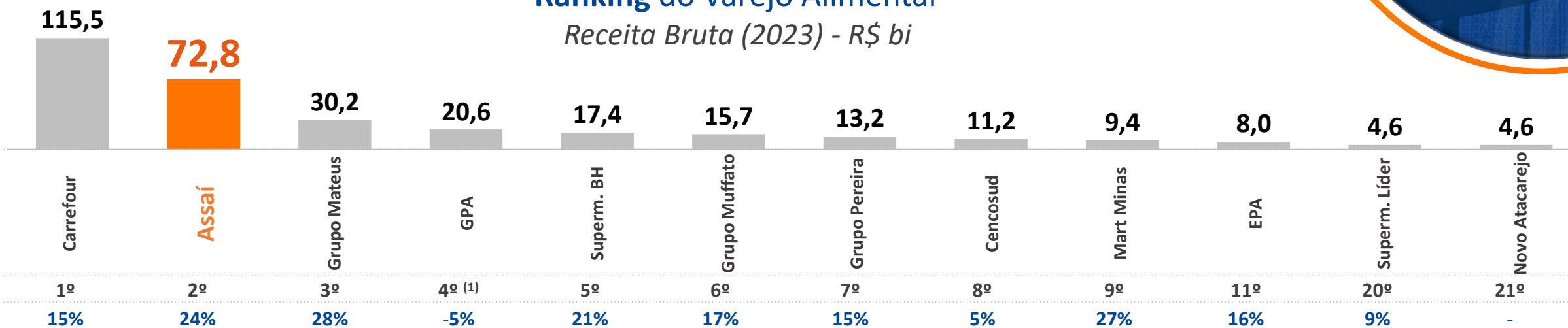
Receita Bruta (2023) - R\$ bi



**Maior player**  
Cash & Carry puro  
e que mais cresce

### Ranking do Varejo Alimentar

Receita Bruta (2023) - R\$ bi



CAGR (2017 – 2023)

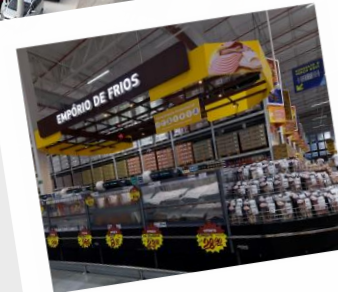
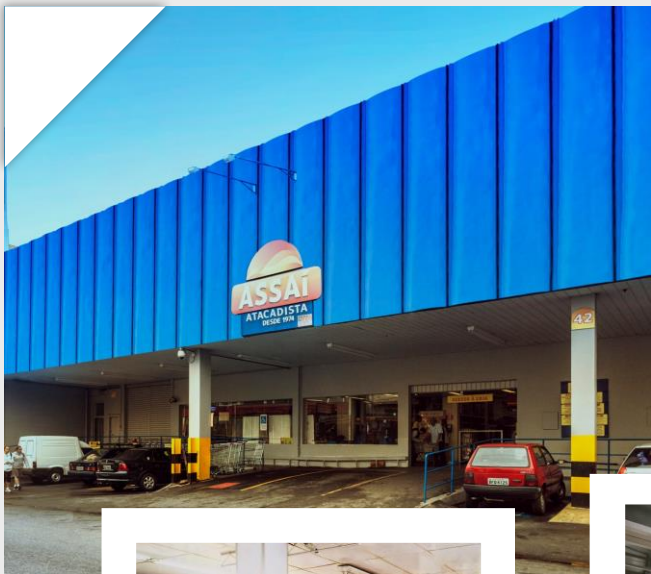
Fonte: Informações das companhias e ABRAS.

(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**







# MODELO DE NEGÓCIO

# 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



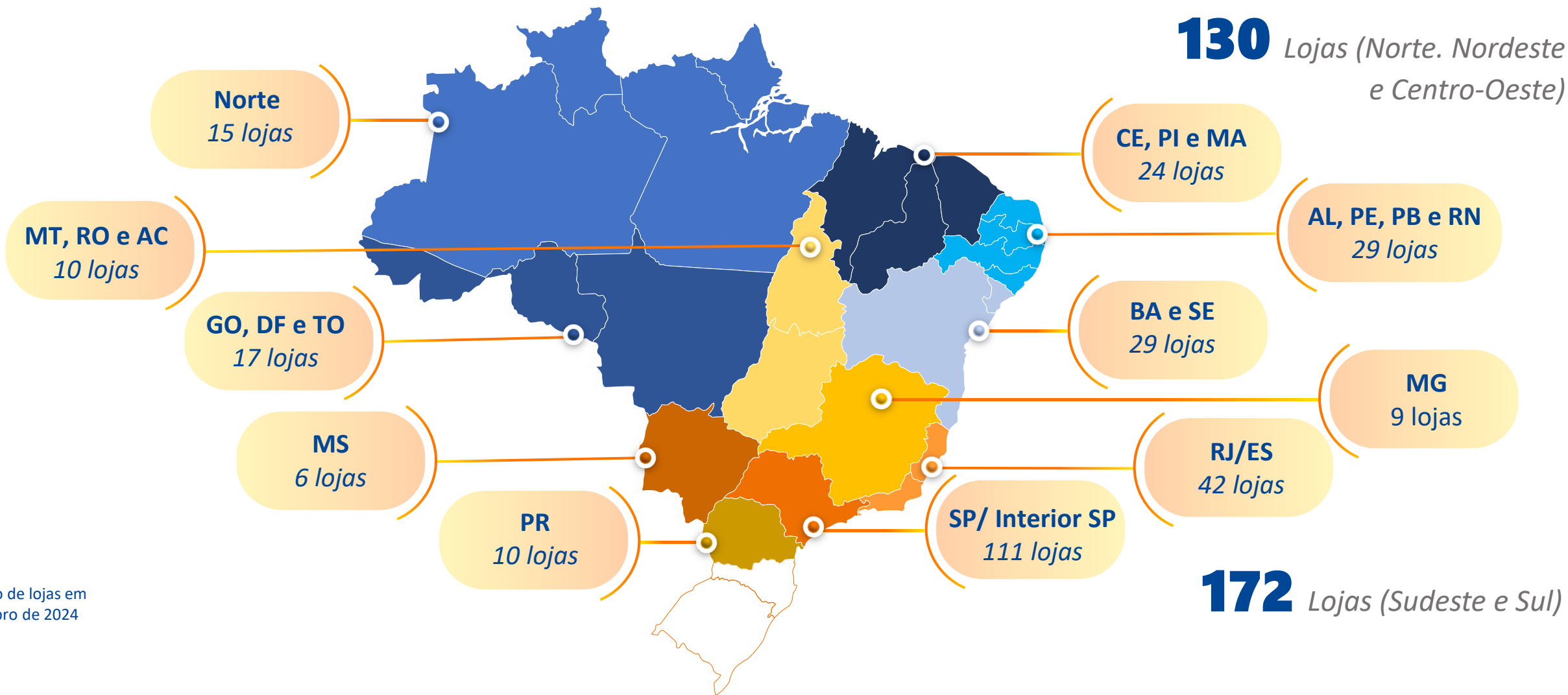
**302** lojas   
**+1,5M** m<sup>2</sup> área de vendas  
**+85mil** colaboradores  
**24** Estados  
**12** centros de distribuição   
**12** escritórios regionais com autonomia

**2024** <sup>(1)</sup>



<sup>(1)</sup> Em Dezembro de 2024

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



Número de lojas em  
Dezembro de 2024

**12** Escritórios Regionais

**28** Células de Compra

**Marketing Regional**

4 centrais de marketing para atender todo o Brasil

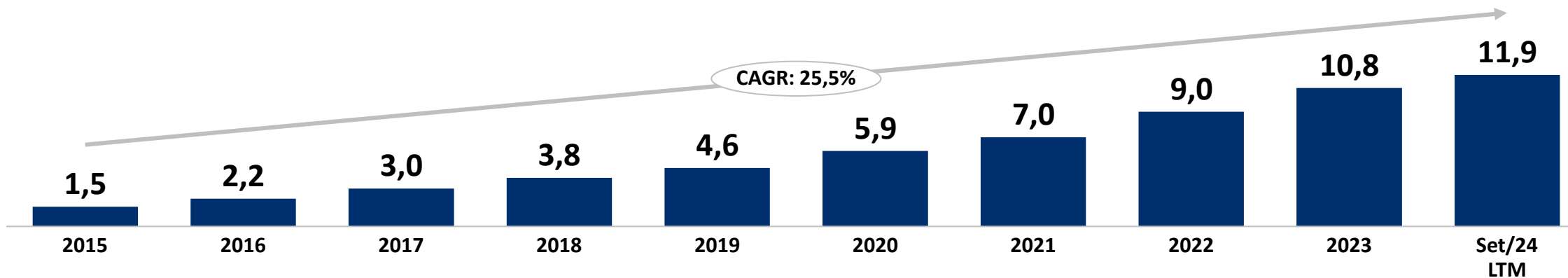
**Gestão Regionalizada**

Líderes locais possuem autonomia na tomada de decisões



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

## Lucro Bruto (R\$ Bilhão)



Mg Bruta. <sup>(1)</sup>	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Set/24 LTM
	14,7%	15,0%	16,0%	16,6%	16,5%	16,4%	16,7%	16,4%	16,3%	16,5%



**Conversão:** Taguatinga (DF)



**Conversão:** Curitiba Alto da XV (PR)



**Conversão:** São José dos Campos (SP)

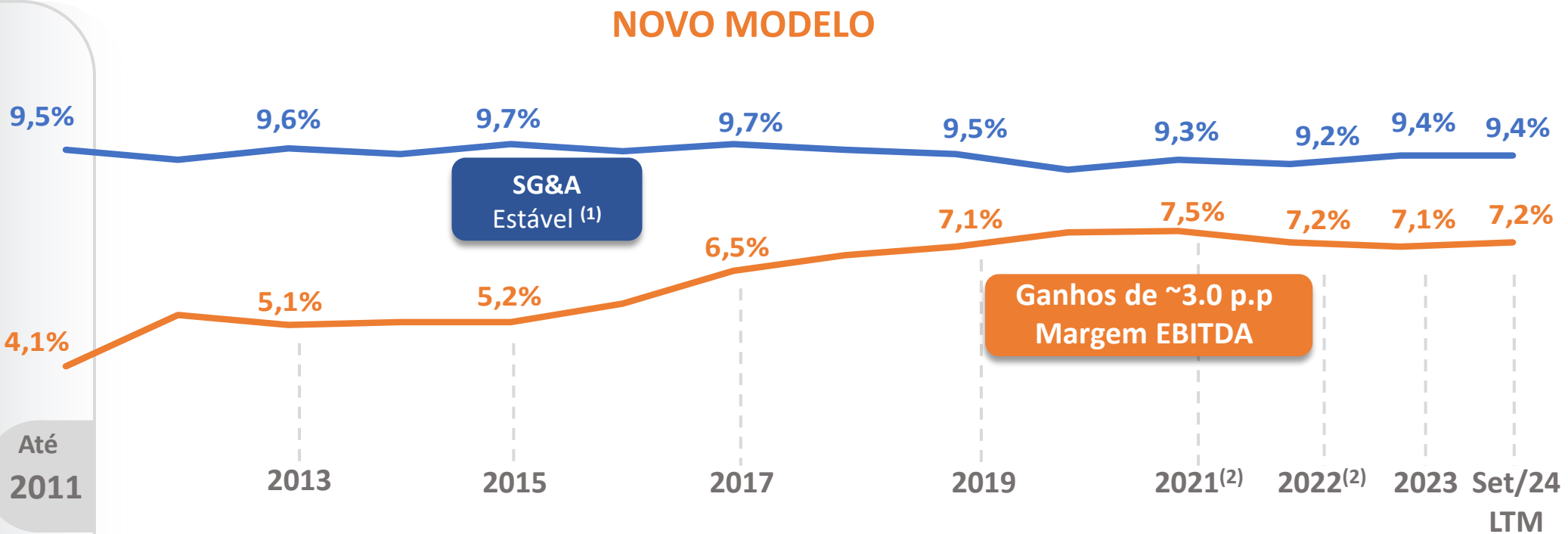


**Conversão:** Teixeira de Freitas (BA)

<sup>(1)</sup> % Receita Líquida

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

## MODELO ANTIGO



(1) Pós-IFRS16 (excluindo aluguéis)  
 (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

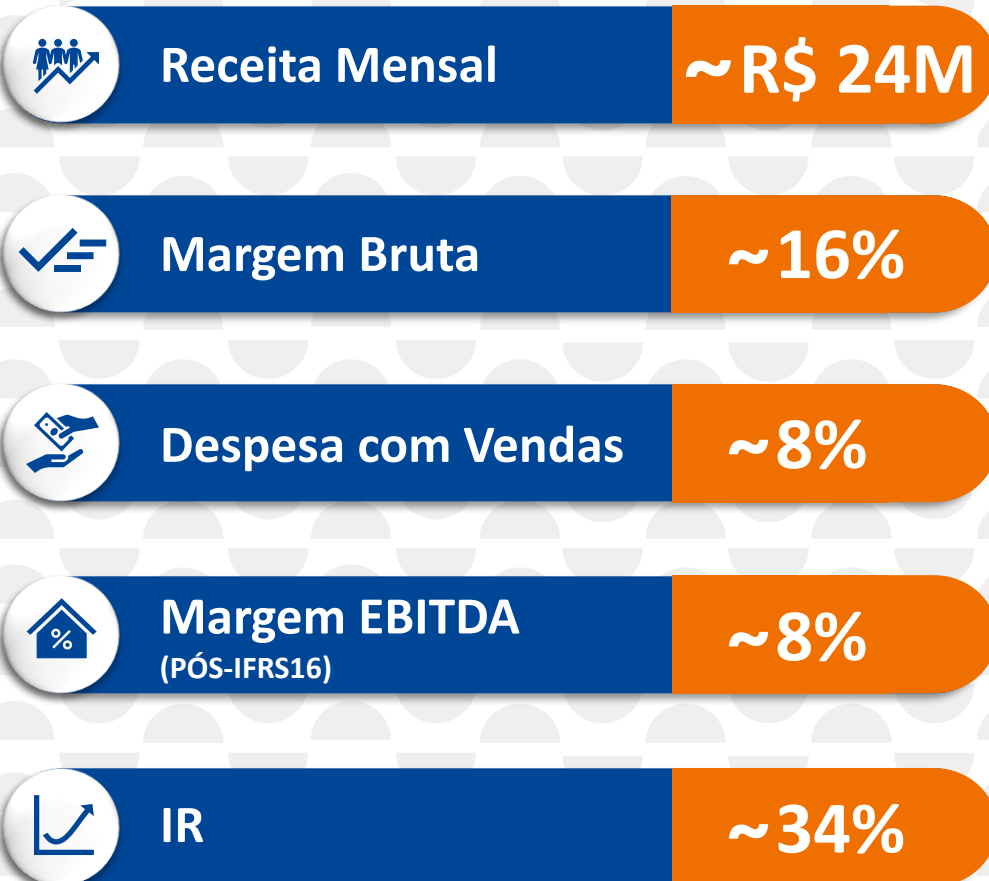
 **Margem EBITDA 150 bps** acima da média da Companhia <sup>(2)</sup>

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

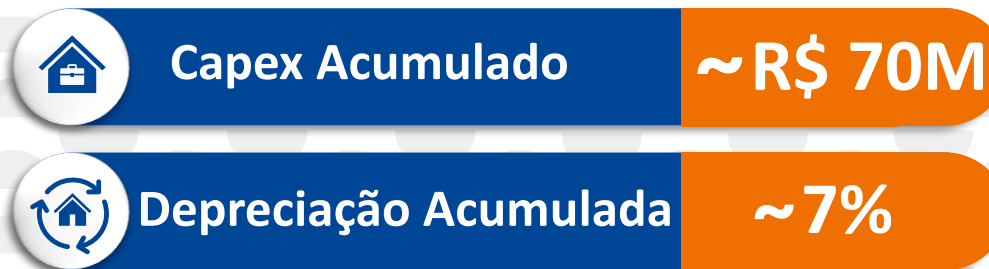




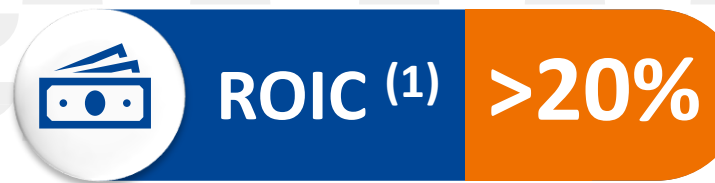
### DRE



### CAPEX

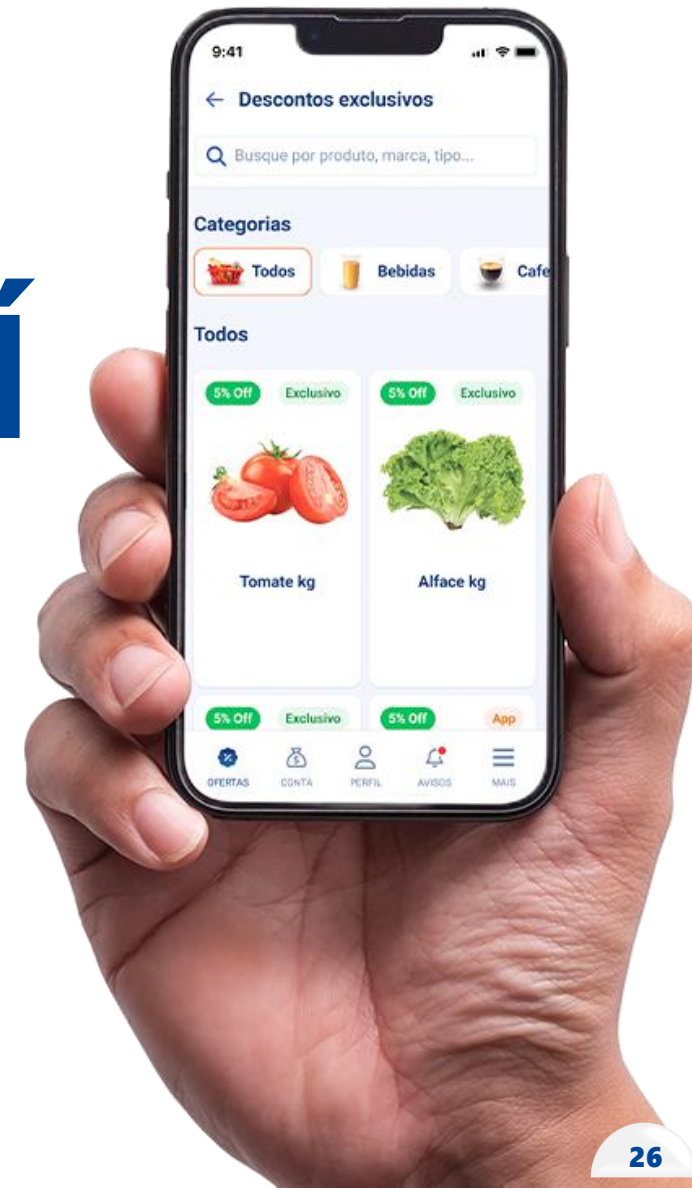


### Capital de Giro



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

# APP MEU ASSAÍ



Em set/24:



**14 MM** de clientes cadastrados,  
com uma taxa de fidelização de **76%**  
**+52%** itens por cesta



**Ticket médio** clientes **app** é **47%**  
**maior** que a média da Cia



Frequência dos **clientes cadastrados** é **70%**  
**maior** que a média dos não cadastrados



**Vendas via Last Mile** (Cornershop/Uber, Rappi)  
**+1M** de pedidos em 12 meses

# Atualização de projeções com foco na redução da dívida líquida e alavancagem



**50** **ASSAI**  
ATACADISTA  
*anos*



## 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 R\$ 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





Redução do Capex para 2025 para faixa entre R\$ 1,0 e R\$ 1,2 bi, após 6 anos de forte expansão das operações

## CAPEX R\$ 1,0 – 1,2 BI

R\$ 100 – 150 mi

Infraestrutura,  
TI e projetos de  
inovação

R\$ 250 – 300 mi

Manutenção e  
novos serviços

R\$ 650 – 750 mi

Expansão

2025

## EXPANSÃO ASSAÍ



Em 6 anos,  
mais que  
**dobramos**  
o número  
de lojas



2018  
144  
lojas



2024  
~300  
lojas



# REDUÇÃO DO CAPEX

COM POSTERGAÇÃO DE LOJAS APÓS INTENSO PROCESSO DE EXPANSÃO



# RESULTADOS 3 T 24

# Resultado consistente com evolução de vendas, rentabilidade e início do ciclo da redução da dívida

## Faturamento e vendas 'mesmas lojas'

Faturamento	Tickets Totais	Vendas Mesmas-lojas
<b>R\$ 20,2bi</b>	<b>77,5M</b>	<b>Mesmas-lojas</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

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.)

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

Pré-IFRS16	Pós-IFRS16
<b>LAIR: R\$ 260M (+83%)</b>	<b>R\$ 195M (+30%)</b>
<u>Lucro Líq.:</u> <b>R\$ 198M</b>	<b>R\$ 156M</b>

## EXPANSÃO:



Orgânica: Guarulhos Pimentas (SP)

**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**

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

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

## Projeções 2025

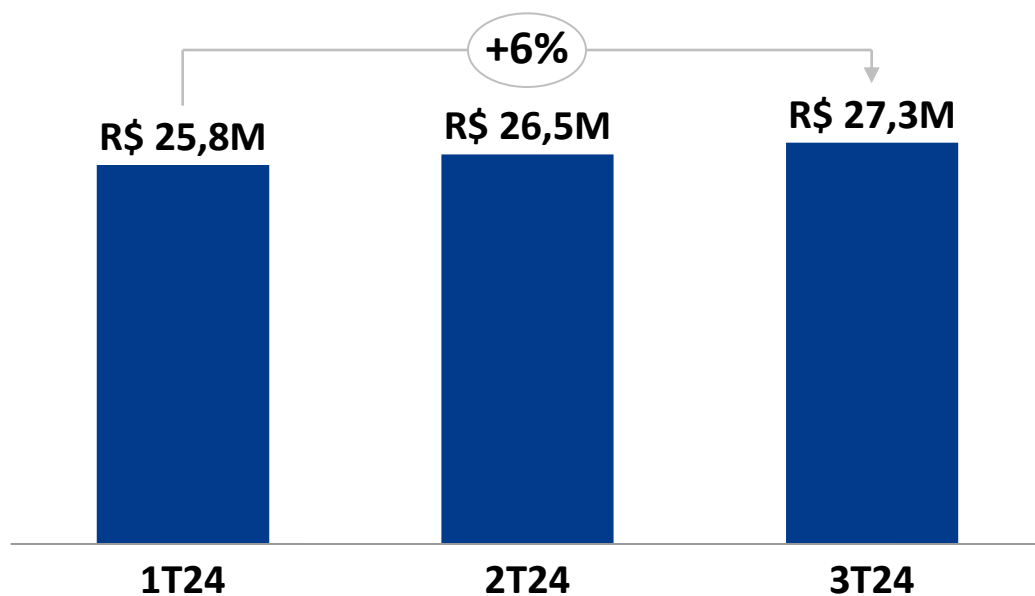
**Expansão:** ~10 novas lojas  
**CAPEX:** investimento bruto de R\$ 1,0 a R\$ 1,2 bilhão  
**Alavancagem:** cerca de 2,6x ao final do ano



Avanço na curva de maturação: 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%



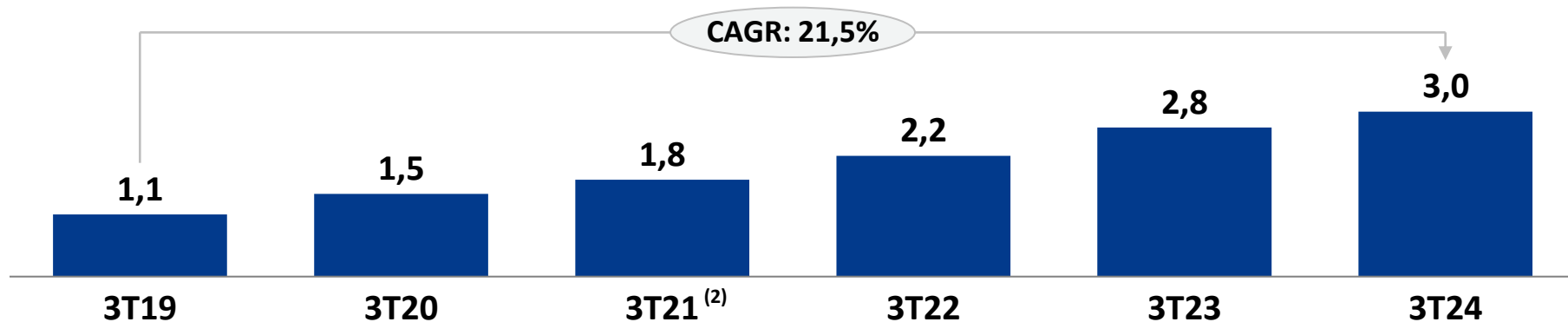
Conversão: Ponta Negra (RN)

<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-IFRS16

(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**

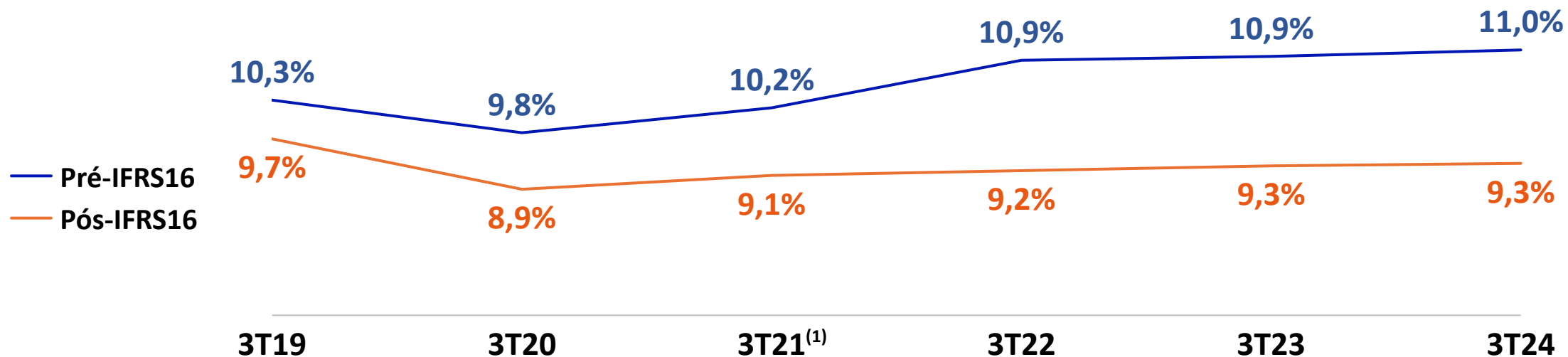
117 lojas abertas em 3 anos  
~40% do parque de lojas

<sup>(1)</sup> % Receita Líquida

<sup>(2)</sup> Excl. créditos fiscais

## Compromisso com o controle de despesas

### Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas (% Receita Líquida)



Manutenção do patamar de despesas apesar da modernização do parque de lojas e maior implementação de serviços



Conversão: Jaguaré III (SP)



Conversão: Raposo Tavares (SP)



Conversão: São Gonçalo (RJ)



Conversão: Ponta Negra (RN)

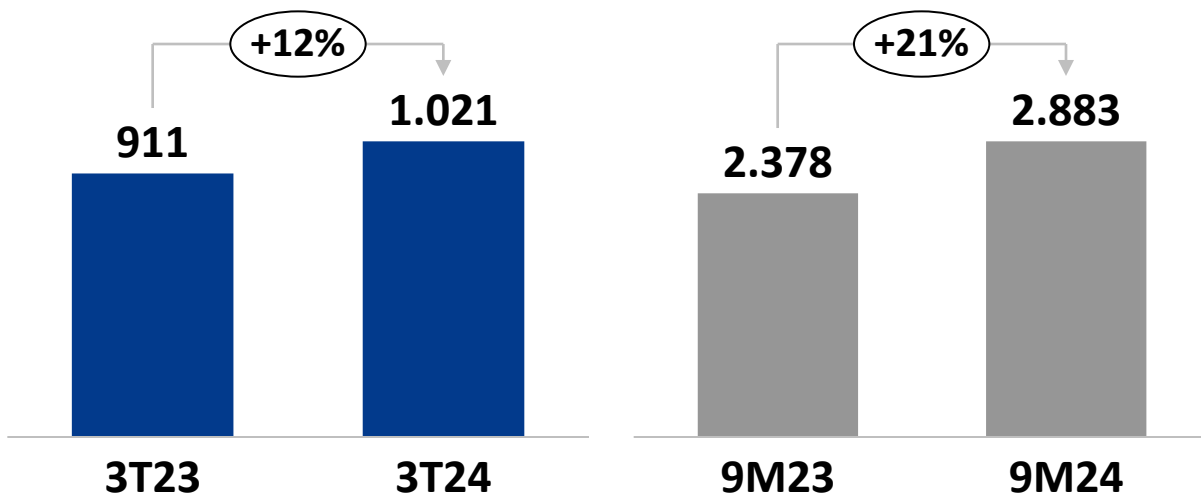
<sup>(1)</sup> Excl. créditos fiscais



# Evolução de rentabilidade com estratégia comercial efetiva e maior disponibilidade de serviços

## EBITDA

(R\$ Milhões; Pré-IFRS16)



Margem	3T23	3T24	9M23	9M24
Mg. Pré-IFRS16 <sup>(1)</sup>	5,4%	5,5%	4,9%	5,4%
Mg. Pós-IFRS16 <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%



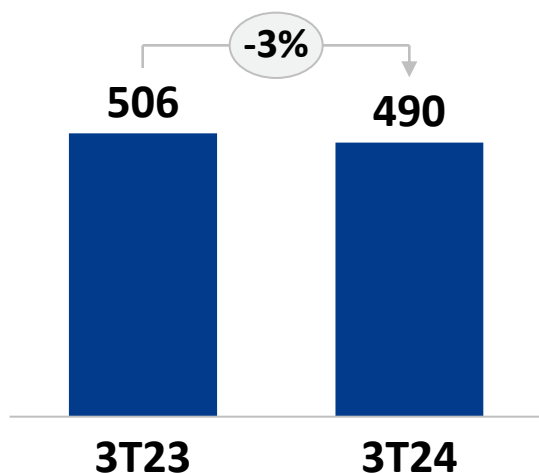
Fortalecemos nossa presença com a abertura da 4ª loja e do 1º centro de distribuição em Manaus!

<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>

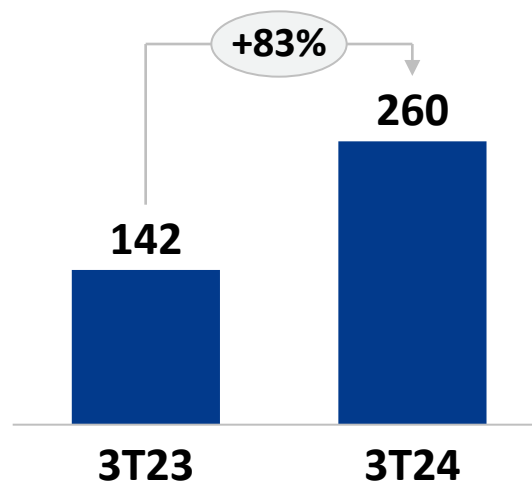
-3,0%

-2,6%

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

## Lucro antes do IR

(R\$ Milhões; Pré-IFRS16)



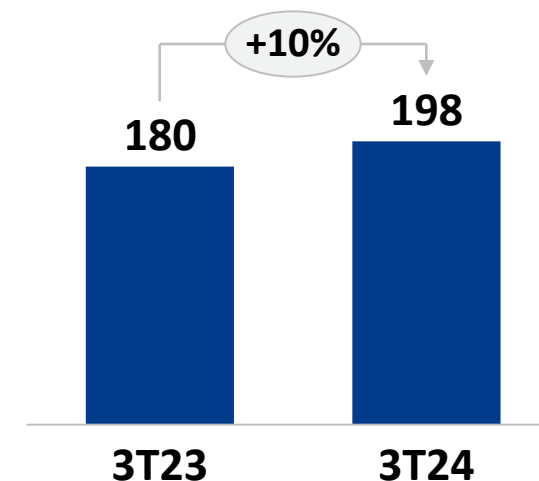
Pós-IFRS16 R\$ 150M

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-IFRS16)

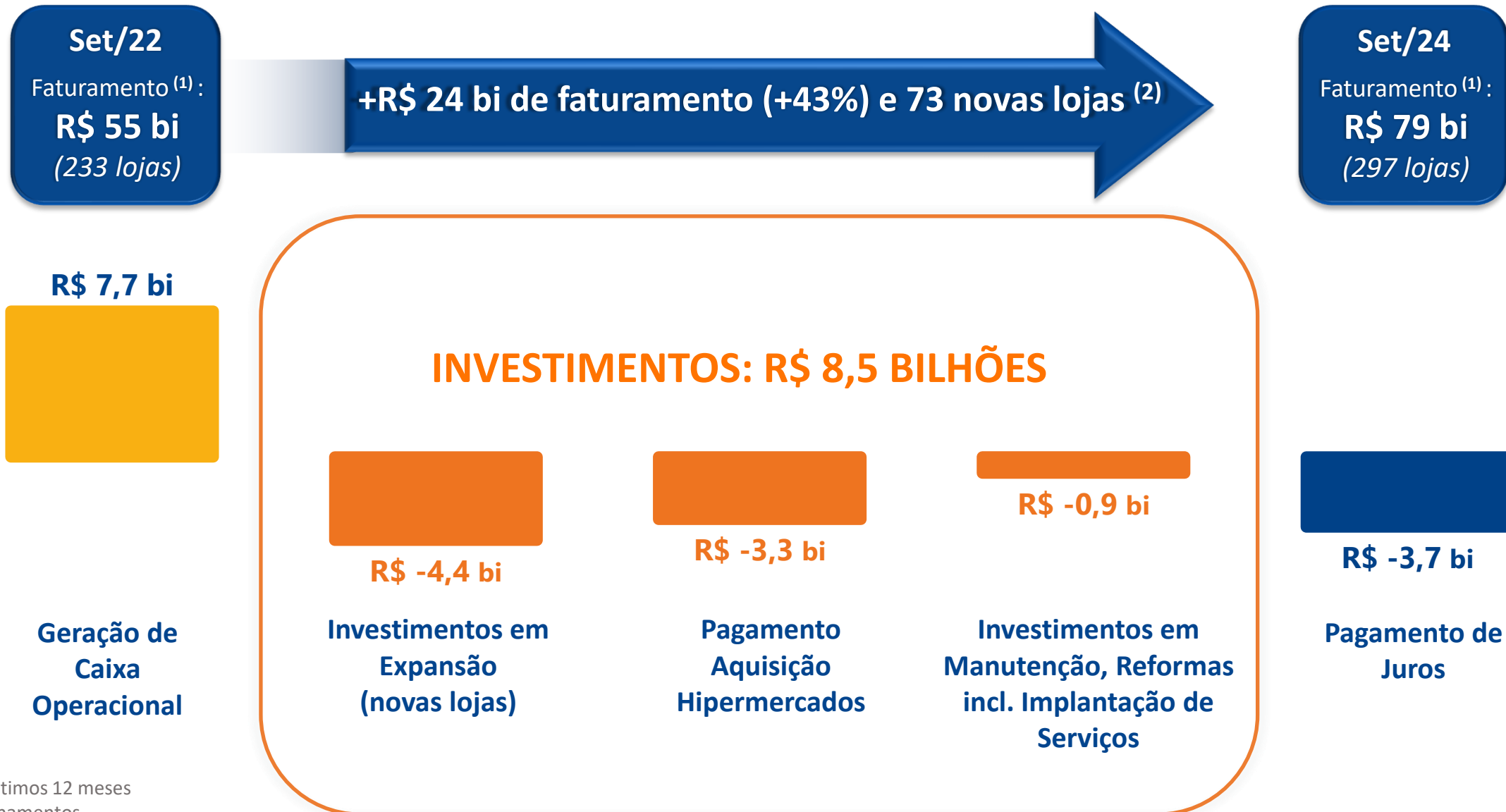


Pós-IFRS16 R\$ 185M

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

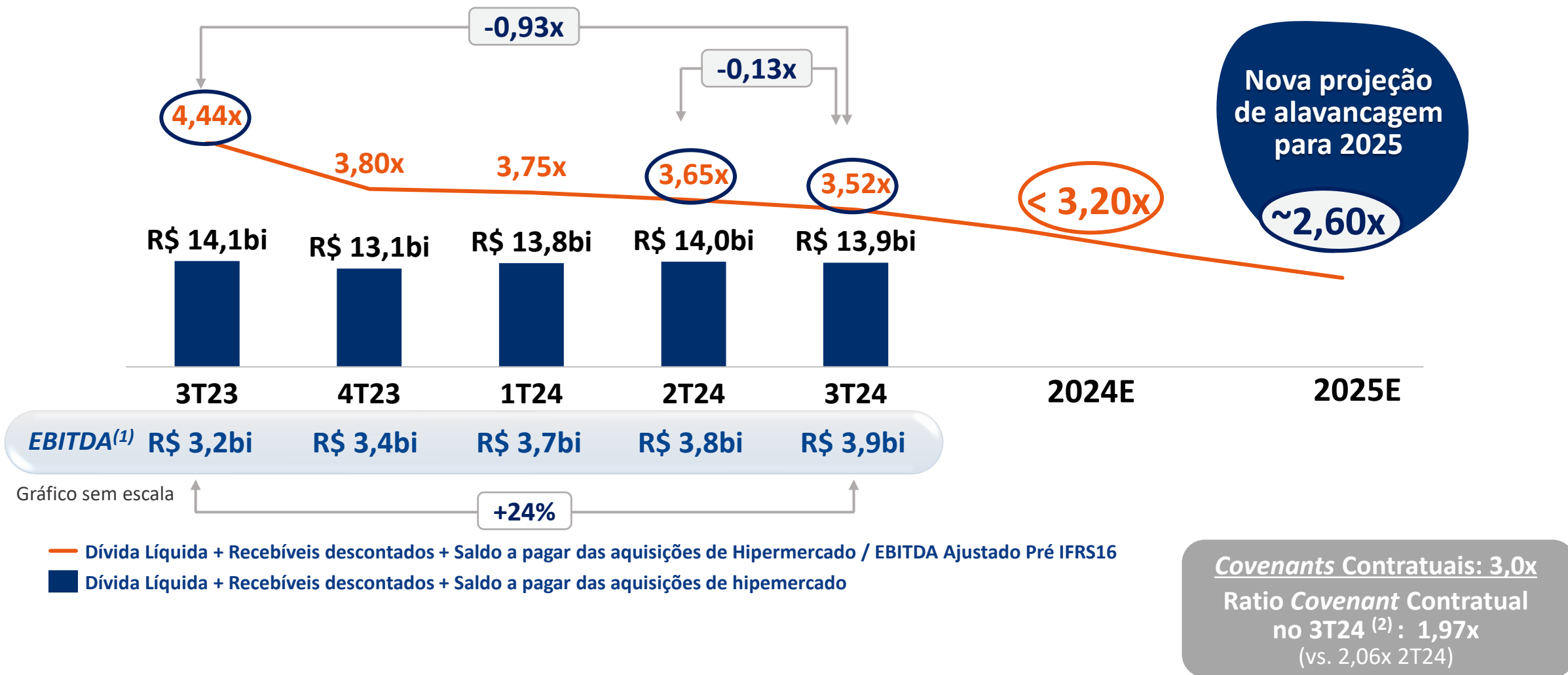


<sup>(1)</sup> Acumulado últimos 12 meses

<sup>(2)</sup> 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

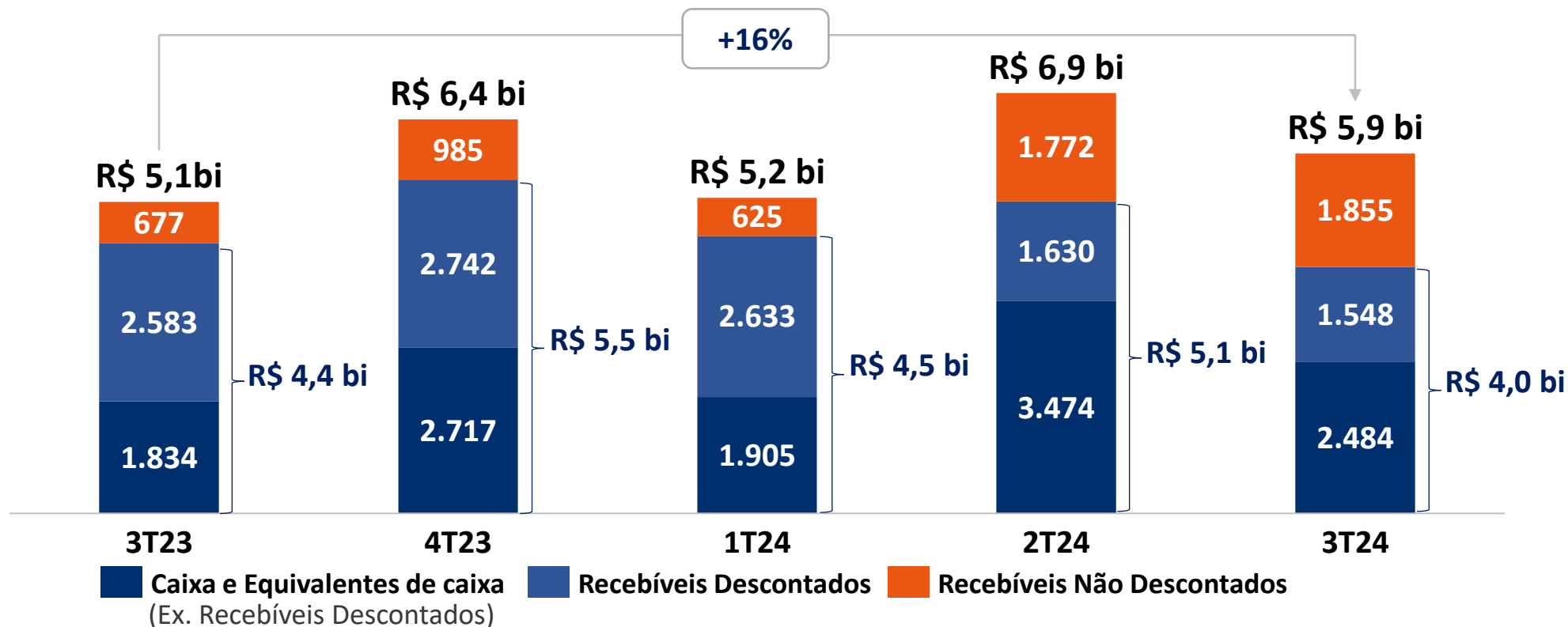


<sup>(1)</sup> EBITDA Pré-IFRS16 acumulado 12 meses (excluindo equivalência patrimonial).

<sup>(2)</sup> 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 do perfil da dívida com redução do custo médio e alongamento do prazo



## NOVAS CAPTAÇÕES (MERCADO DE CAPITAIS)

**Mar 2024** Debêntures  
R\$ 0,5 Bi  
a CDI + 1,25%

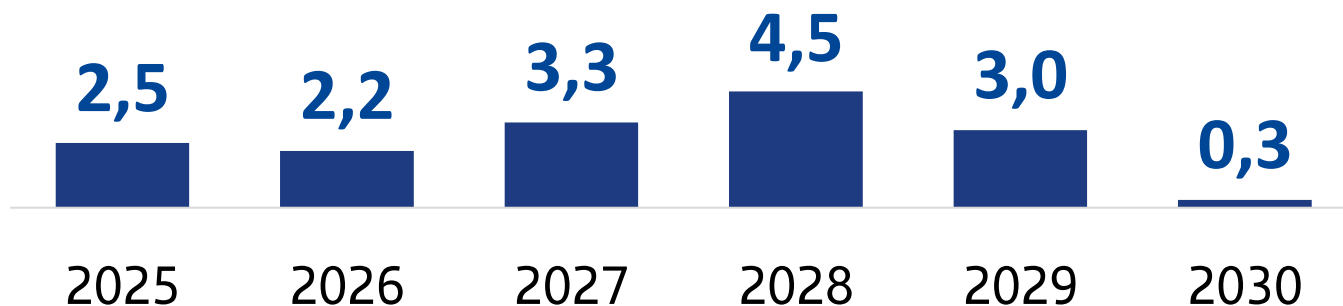
**Jun 2024** Debêntures  
R\$ 1,8 Bi  
a CDI + 1,25%

**Ago 2024** Captações bilaterais  
R\$0,7 Bi

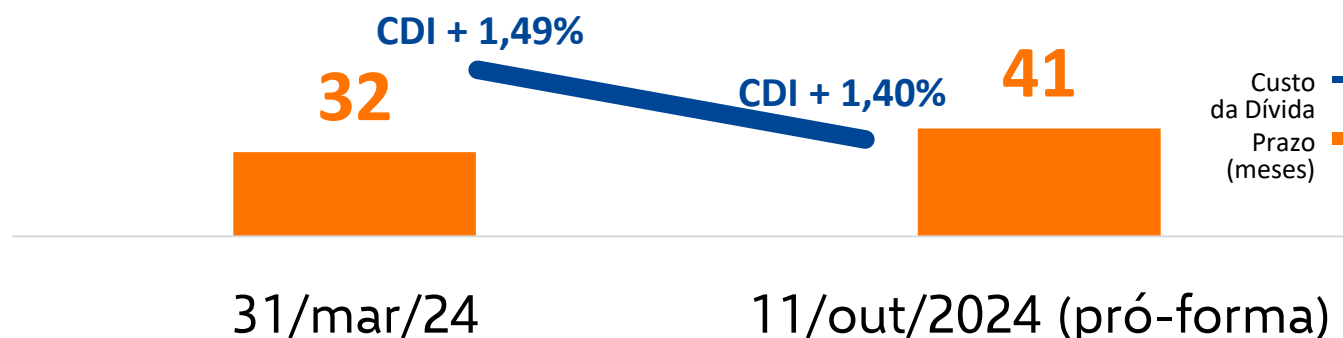
**Out 2024** Debêntures  
R\$ 2,8 Bi  
a CDI + 1,25%



## PROJEÇÃO VENCIMENTO PRINCIPAL + JUROS DA DÍVIDA (R\$ BI)<sup>1</sup>



## PERFIL DA DÍVIDA



<sup>1</sup>Considerando captação de out/24 (visão em 11/out/2024)





# SUSTENTABILIDADE E GOVERNANÇA

# OPORTUNIDADES DE CRESCIMENTO FUTURO CONSIDERANDO A ESTRATÉGIA DE SUSTENTABILIDADE

Impulsionar a **prosperidade** para **todas as pessoas** com operações **responsáveis e transparentes**, e **menor impacto ambiental**.



## Operações *eficientes*

- Mudanças Climáticas
- Gestão de Resíduos

Cadeia de Fornecimento



## Desenvolvimento de *pessoas e comunidades*

- Capacitação
- Combate a fome
- Diversidade
- Instituto Assaí



## Gestão ética *e transparente*

- Ética
- Governança



# NOSSA GENTE É DIVERSA

## RESULTADOS, CENSO ASSAÍ 2024

**67,7%**  
de pessoas negras  
(pretas e pardas)

**43,1%**  
de pessoas negras  
na liderança

**25,1%**  
de mulheres  
na liderança

**817**  
pessoas migrantes

**5,3%**  
de pessoas com  
deficiência  
(acima da cota legal)

**9%**  
de pessoas  
50+

**~7%**  
pessoas LGBTQIA+





# Sustentabilidade como pilar estratégico da Companhia, impulsionando prosperidade para todos(as), em três pilares de atuação



## 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 Assai:

Mais de 3 milhões de refeições doadas no longo do ano;

2.100 empreendedores capacitados e apoiados financeiramente



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

# 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 Assai

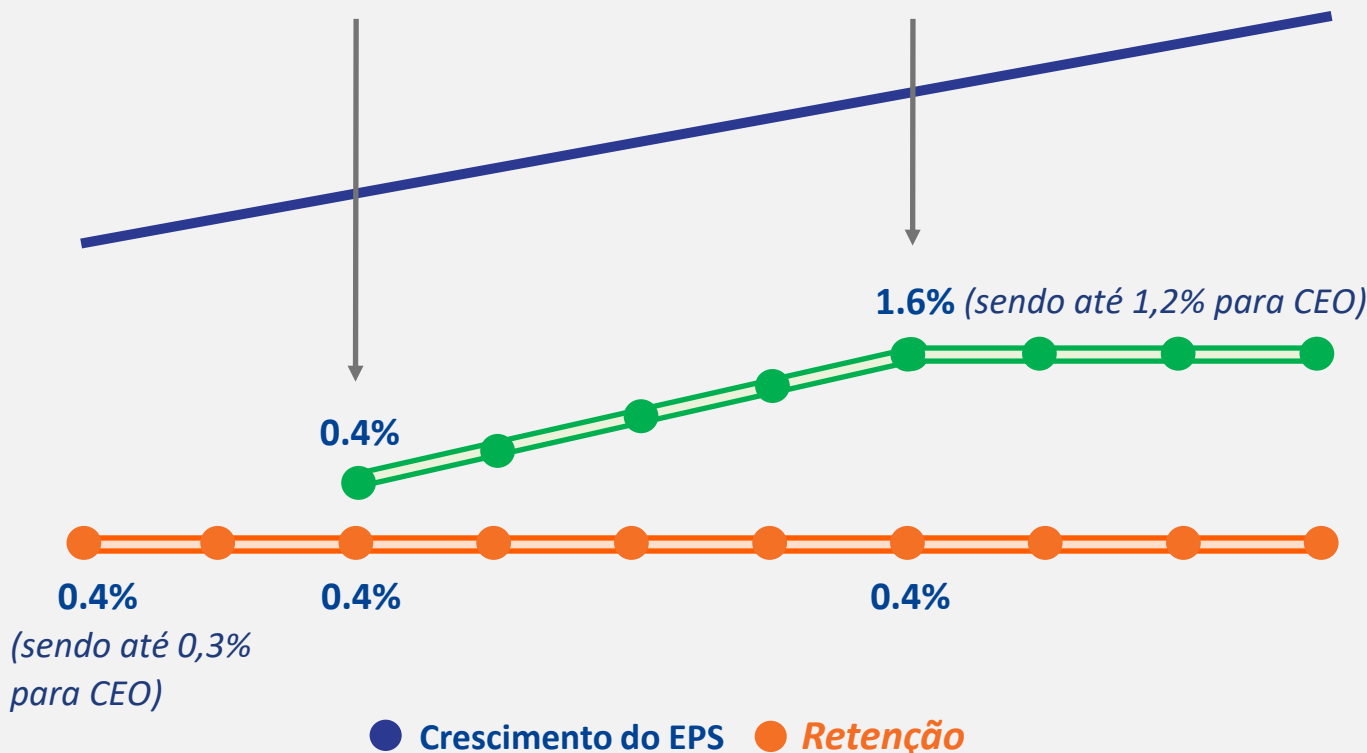
### Principais características do programa

- 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



<sup>(1)</sup> Earnings per Share (Lucro por Ação)



## Membros do Conselho Independente



**Oscar Bernardes**  
Presidente



**José Guimarães Monforte**  
Vice-Presidente



**Andíara Pedroso 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

