



# ASSAÍ

ATACADISTA

**DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS**

**4º TRIMESTRE DE 2024**

20 DE FEVEREIRO DE 2025

# AVANÇO DA MARGEM EBITDA E SUPERAÇÃO DO *GUIDANCE* DE ALAVANCAGEM

## EXPANSÃO: 15 aberturas em 2024, atingindo o *guidance*

- Fortalecimento da presença nacional com entrada em regiões estratégicas
- 6 lojas inauguradas no 4T24
- Conclusão do projeto de conversões
- 302 lojas em operação, +1,5 milhão de m<sup>2</sup> de área de vendas



*Orgânica*: São José do Rio Preto (SP)



*Conversão*: Caraguatatuba (SP)

## MARGEM EBITDA em expansão

- Maturação das novas lojas
- Controle de despesas, mesmo com implantação dos serviços

### 4T24:

- Pré: 6,4% (+0,3 p.p.)
- Pós: 8,1% (+0,3 p.p.)

### 2024:

- Pré: 5,7% (+0,4 p.p.)
- Pós: 7,5% (+0,4 p.p.)

## AVANÇO DO LAIR: resultado da alavancagem operacional

### 4T24:

- LAIR Pré: R\$ 598M (+57%)
- Lucro Líquido:
  - Pré: R\$ 474M (+38%)
  - Pós: R\$ 430M (+45%)

### 2024:

- LAIR Pré: R\$ 1,2bi (+83%)
- Lucro Líquido:
  - Pré: R\$ 930M (+20%)
  - Pós: R\$ 769M (+8%)

## VENDAS: equilíbrio entre crescimento e rentabilidade

### 4T24:

- R\$ 22,1 bi (+9,4%)
- LfL: +4,4% ex. calendário

### 2024:

- R\$ 80,6 bi (+10,7%)
- LfL: +3,4% ex. calendário

## SUPERAÇÃO DO *GUIDANCE* DE ALAVANCAGEM (<3,2x)

- 3,04x (-0,76x vs 4T23)
  - Contribuição do EBITDA: +R\$ 0,7 bi em 12 meses
  - Importante redução da dívida líquida: -R\$ 0,6 bi
- 2,1x considerando o desconto do total de recebíveis

# CONVERSÕES SEGUEM EM EVOLUÇÃO: CRESCIMENTO DE VENDAS E EXPANSÃO DE MARGEM EBITDA

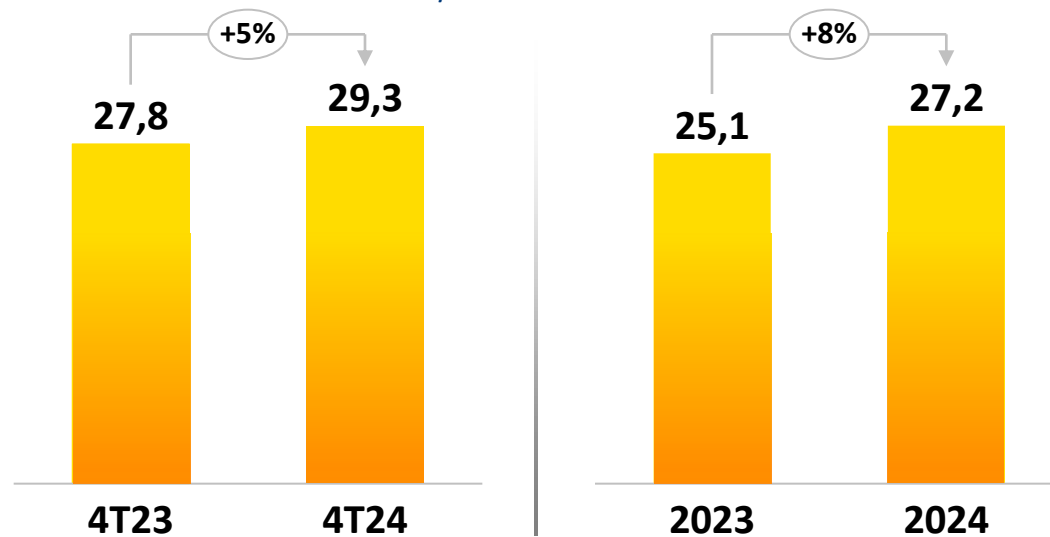
Venda média/m<sup>2</sup> das conversões de 2022 representam 93% da venda média/m<sup>2</sup> das lojas abertas até 2022

## Conversões inauguradas em 2022:

(47 lojas)

### Faturamento Médio Mensal

R\$ milhões



**+25%**  
vs lojas  
abertas  
até 2022

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

5,6%      6,4%

4,4%      5,5%

+0,8 p.p.

+1,1 p.p.

## Conversões inauguradas em 2023:

(17 lojas)

No 4T24:

**R\$ 23,4M**

Venda média/loja

Em linha com patamar das lojas orgânicas abertas até 2022

**3,0%**

Margem EBITDA Pré-IFRS16

Mesmo em estágio inicial de maturação

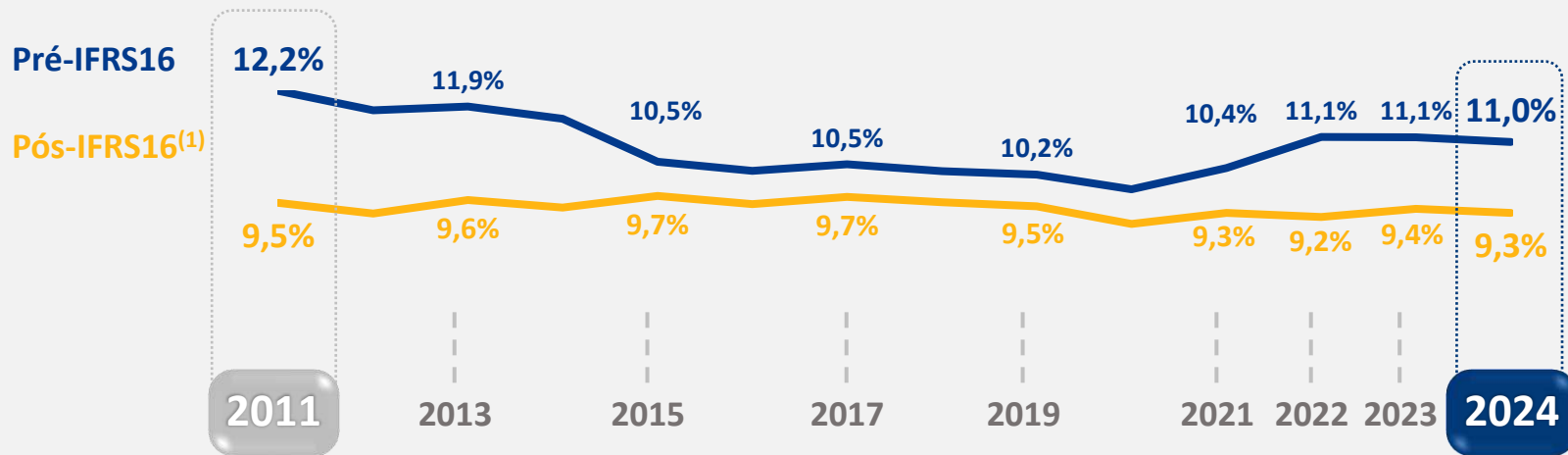
# REDUÇÃO DO PATAMAR DE DESPESAS: MATURAÇÃO DAS LOJAS E EFICIÊNCIA NO CONTROLE DE CUSTOS

## Diluição de despesas mesmo com implantação de 618 unidades de serviços e pressão inflacionária



### Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas

(% Receita Líquida)



<sup>(1)</sup> Excluindo Despesas Pré-Operacionais

**Classe AB ganha relevância na base de clientes**

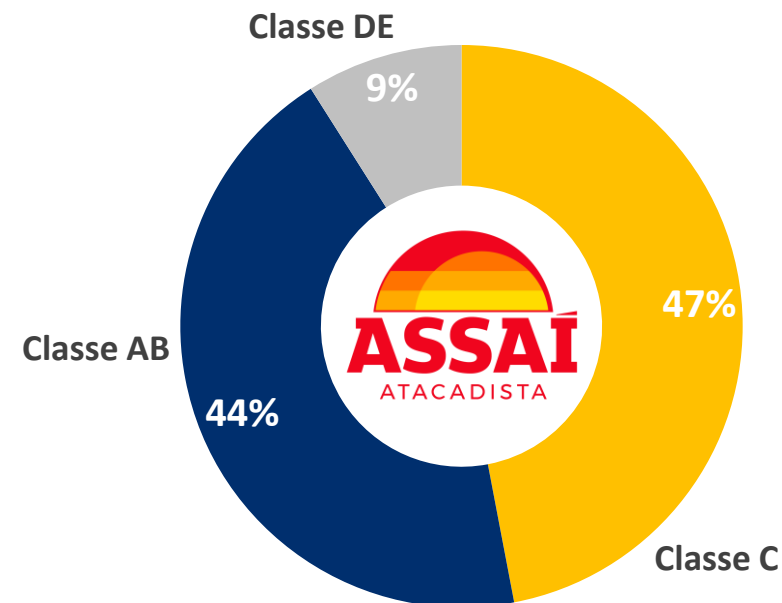
**Clientes PF:**

**Clientes PJ:**

**Vendas: 58%**

**Vendas: 42%**

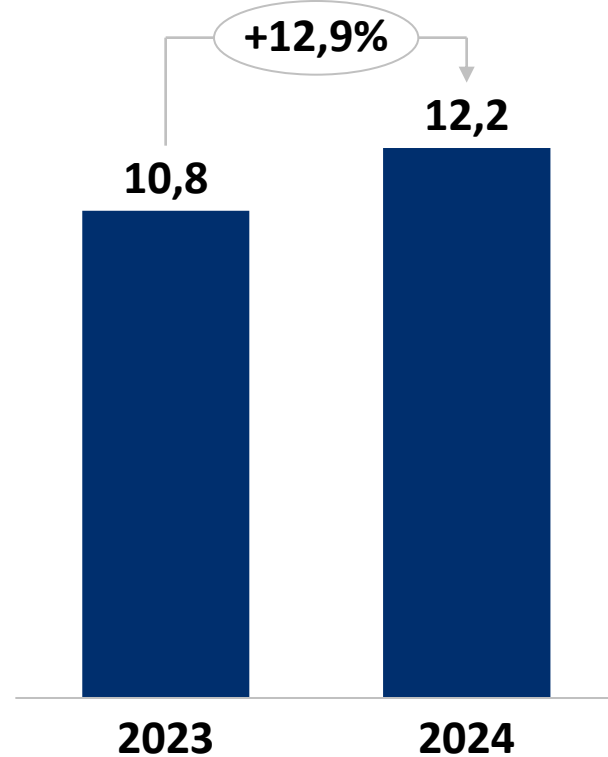
*Breakdown dos clientes PF:  
(por classe social)*



Guarujá - SP

## Lucro Bruto

(R\$ Bilhões; Pré-IFRS 16)



Maturação de novas lojas

Estratégia Eficaz

Ampliação de Serviços

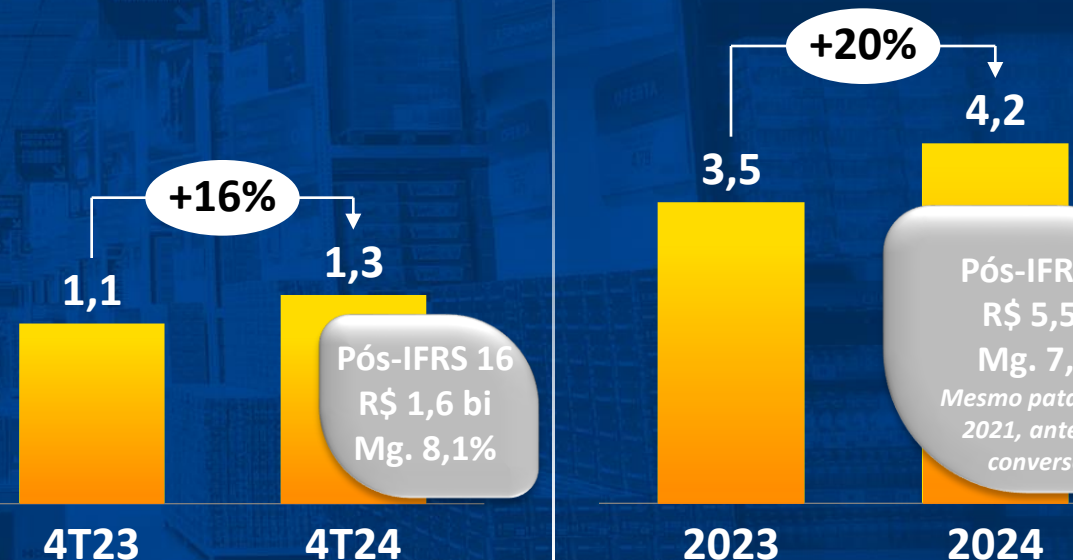
Mg. Bruta <sup>(1)</sup>

16,2%

16,5%

## EBITDA

(R\$ Bilhões; Pré-IFRS 16)



Mg. Pré-IFRS 16 <sup>(1)</sup>

6,1%

6,4%

5,3%

5,7%

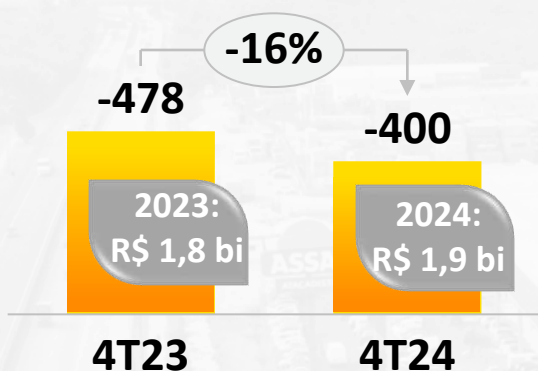
+0,3 p.p.

+0,4 p.p.

<sup>(1)</sup> % Receita Líquida

## Resultado Financeiro

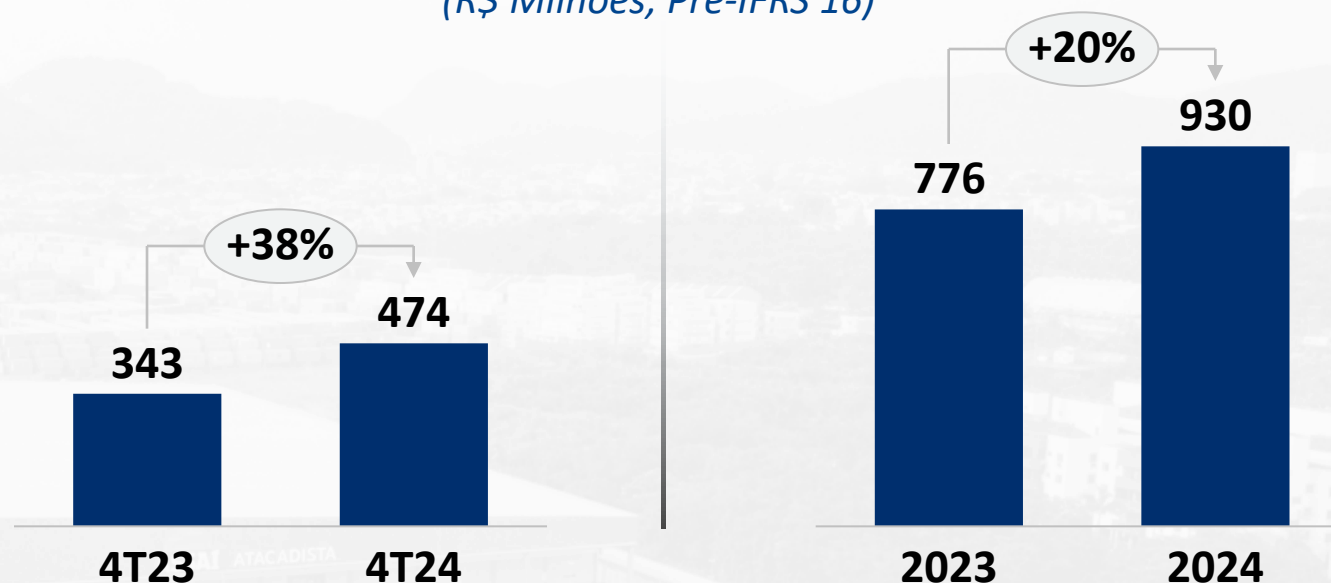
(R\$ Milhões; Pré-IFRS 16)



Resultado Financeiro <sup>(1)</sup>	4T23	4T24
	-2,6%	-2,0%

## Lucro Líquido

(R\$ Milhões; Pré-IFRS 16)



Período	Pós-IFRS 16 (R\$ Milhões)	Mg. Líquida <sup>(1)</sup>
4T23	R\$ 306M	1,6%
4T24	R\$ 528M	2,1%

Período	Pós-IFRS 16 (R\$ Milhões)	Mg. Líquida <sup>(1)</sup>
2023	R\$ 710M	1,1%
2024	R\$ 769M	1,0%

- Maior caixa médio aplicado
- Outras Receitas/Despesas e Atualizações Monetárias

- Maturação de novas lojas
- Aprimoramento da experiência de compra
- Ampliação de serviços e sortimentos
- Expansão da margem bruta
- Rigoroso controle de despesas
- Evolução do resultado financeiro como % da receita líquida

<sup>(1)</sup> % Receita Líquida

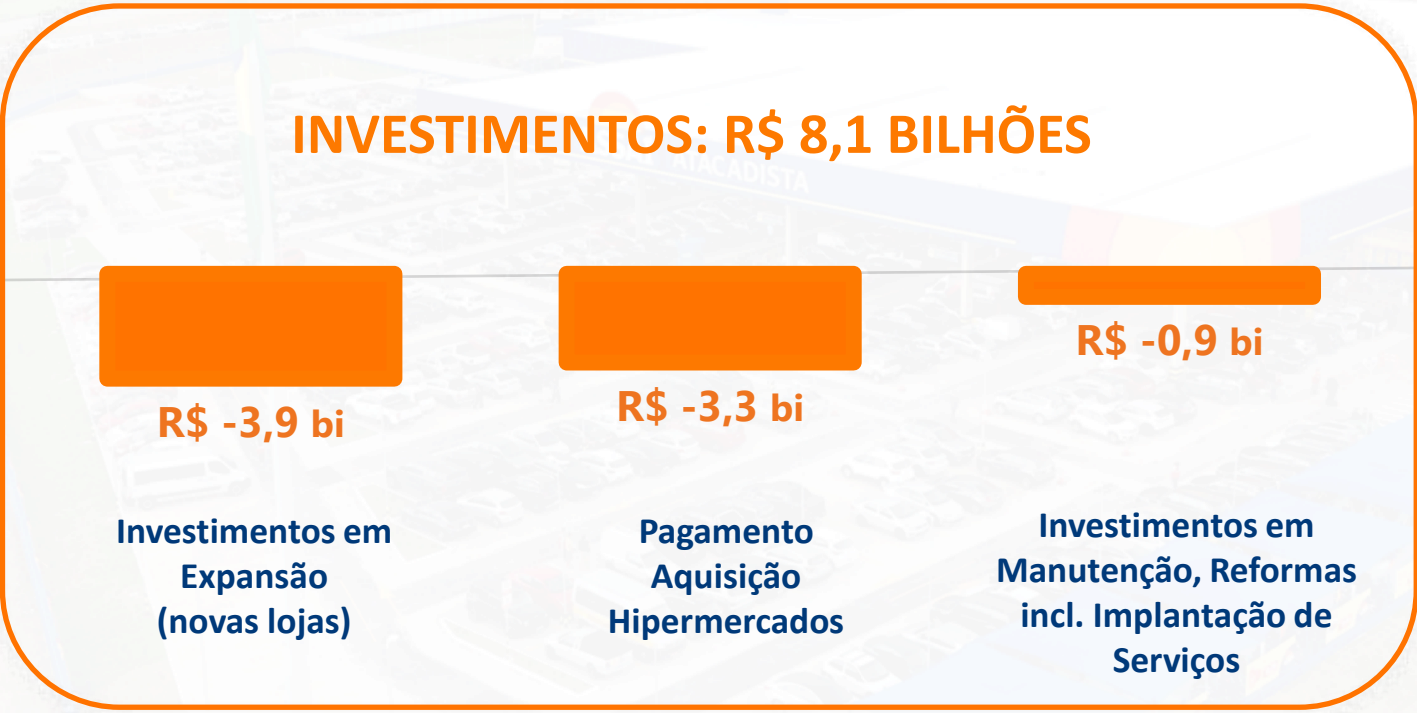
# GERAÇÃO DE CAIXA OPERACIONAL DOS ÚLTIMOS 2 ANOS FINANCIOU 95% DA EXPANSÃO

**Dez/22**  
Faturamento <sup>(1)</sup>:  
**R\$ 60 bi**



**Dez/24**  
Faturamento <sup>(1)</sup>:  
**R\$ 81 bi**

**R\$ 7,7 bi**



**Geração de Caixa Operacional**

**R\$ -3,9 bi**

**Investimentos em Expansão (novas lojas)**

**R\$ -3,3 bi**

**Pagamento Aquisição Hipermercados**

**R\$ -0,9 bi**

**Investimentos em Manutenção, Reformas incl. Implantação de Serviços**

**R\$ -3,6 bi**

**Pagamento de Juros**

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

# ACELERAÇÃO DA DESALAVANCAGEM SUPERANDO MAIS UMA VEZ O *GUIDANCE*

Redução de R\$ 0,6 bi da dívida líquida e aumento do EBITDA Pré-IFRS 16



(R\$ Bilhões)

**Guidance**

**Realizado**

~4,1x<sup>(3)</sup>

3,80x

3,75x

3,65x

3,52x

< 3,2x

3,04x

13,1

13,8

14,0

13,9

12,5

-0,6bi

~2,6x

4T23

1T24

2T24

3T24

4T24

Gráfico sem escala

4T25E

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

3,4

3,7

3,8

3,9

4,1

+0,7bi

**Covenants contratual : 3.0x**

**Ratio Covenants contratual**

**no 4T24 <sup>(2)</sup> : 1,56x**

(vs. 1,97x 3T24)

■ Dívida Líquida + Recebíveis descontados + Saldo a pagar das aquisições de Hipermercados

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

<sup>(1)</sup> EBITDA Pré-IFRS 16 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]

<sup>(3)</sup> "Encerrar 2023 com uma redução de alavancagem de similar magnitude àquela observada em 2022 (4T22 vs 3T22)"



# CAPTAÇÕES AO LONGO DE 2024 MUDARAM O PERFIL DA DÍVIDA

Alongamento de prazo e redução de custo, além de equacionar o refinanciamento para 2025



## Liability Management

**R\$ 6,6 bi**  
Novas captações em 2024

**Alongamento da dívida**  
32 meses >> 41 meses

**Redução do spread**  
CDI+1,49% >> CDI+1,36%

**Pré-pagamento de R\$ 3,6 bi**  
dívidas com vencimentos  
em 2025 e 2026

Mar

Jun

Ago

Out

Dez

### Captações:

**9ª Debêntures**  
R\$ 0,5 bi  
CDI+1,25%

**10ª Debêntures**  
R\$ 1,8 bi  
CDI+1,25%

**Empréstimos**  
R\$ 0,7 bi  
CDI+1,34%

**11ª Debêntures**  
R\$ 2,8 bi  
CDI+1,25%

**12ª Debêntures**  
R\$ 0,8 bi  
CDI+1,25%

**Empréstimos <sup>(1)</sup>**  
R\$ 0,6 bi  
CDI+1,22%

## Cronograma de Vencimentos

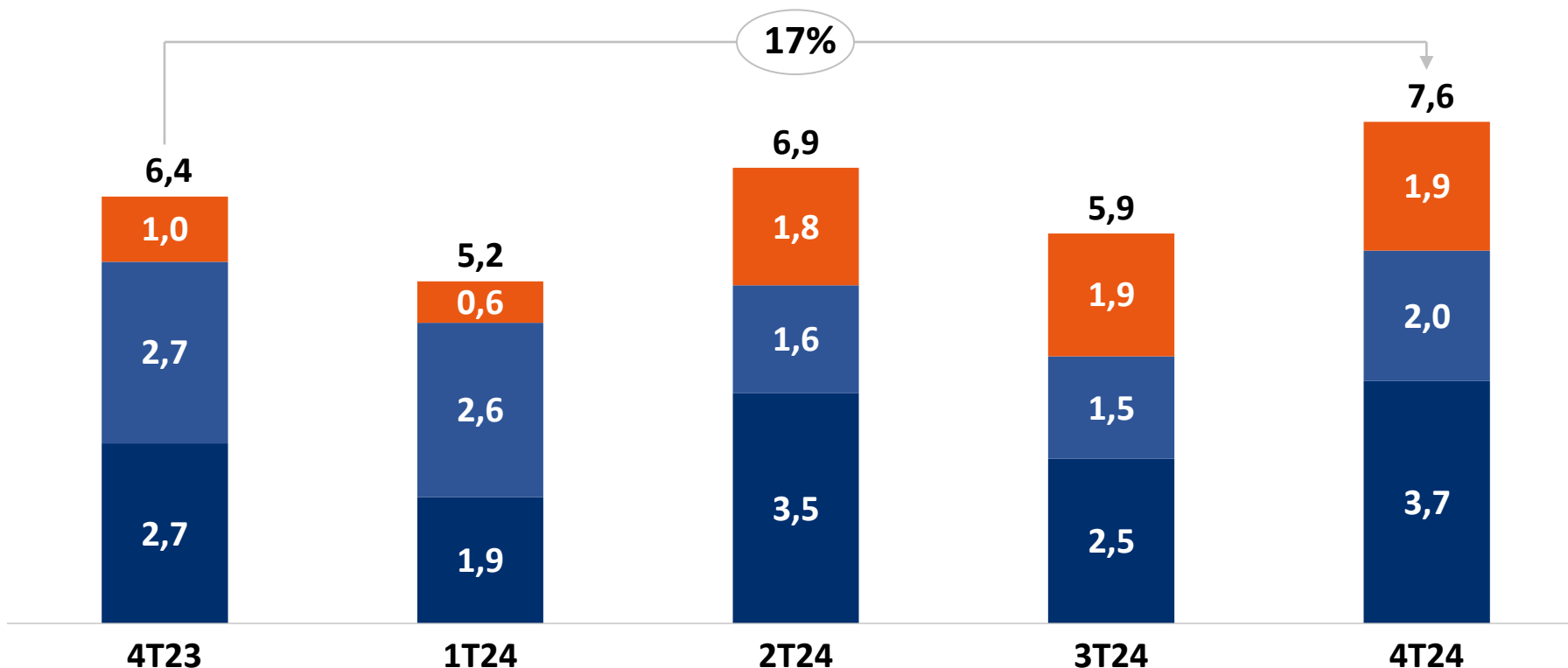
(R\$ Bilhões; Principal)

Ano	Posição 31/dez/24	Posição 31/dez/23	Δ R\$
2025	1,6	3,9	-2,3
2026	2,2	2,6	-0,4
2027	3,3	2,7	0,6
2028	3,8	1,9	1,9
2029	3,8	0,4	3,4
2030+	0,3	0,3	0,0

<sup>(1)</sup> Recursos recebidos em Janeiro/25

## Disponibilidades de Caixa

(R\$ Bilhões)



■ Caixa (Exc. Recebíveis Descontados) 
 ■ Recebíveis Descontados 
 ■ Recebíveis Não Descontados

## Dividendos & JSCP



**Pagamento de JSCP**  
R\$ 109M



**Dividendos Propostos**  
R\$ 20M

# AVANÇOS CONTÍNUOS EM INICIATIVAS SUSTENTÁVEIS IMPULSIONANDO PROSPERIDADE PARA TODOS(AS)



## Operações *eficientes*

- **Redução de 10% das emissões** do escopo 1<sup>(1)</sup> e 2<sup>(2)</sup> vs. 4T23
- **Programa Destino Certo:** Implementado em +94% das lojas **desviando 1.975 toneladas de resíduos de aterros**



## Gestão ética E transparente

- **Índice Carbono Eficiente (ICO2)**  
Integrando o índice pelo 3º ano consecutivo
- **CDP – Disclosure Insight Action**  
Transparência em gestão climática: nota B



## Desenvolvimento de Pessoas e comunidades

### +87 mil colaboradores em 2024:

- **45,8% de líderes negros, +2,3 p.p.** vs. 4T23
- **25,7% de líderes mulheres, +0,7 p.p.** vs. 4T23
- **Combate à Fome 2024:** doação de 5,4 milhões de refeições
- **Lançamento do Programa e da Política de Voluntariado:** 4 ações que beneficiaram mais de 1.000 pessoas

### Great Place to Work (GPTW)

a melhor empresa do varejo alimentar para se trabalhar no país (empresas com mais de 10 mil colaboradores);  
5ª posição no ranking de varejo



<sup>(1)</sup> Emissões próprias provenientes da empresa;

<sup>(2)</sup> Emissões provenientes do consumo de energia elétrica.

# PREMIAÇÕES E RECONHECIMENTOS

## **Melhores e maiores 2024 (Exame)** **Melhor Empresa de Atacado e Varejo**



### **Branding Brasil**

Marca mais lembrada do varejo físico e digital

### **Ranking Interbrand de Marcas Brasileiras Mais Valiosas**

Marca mais valiosa do varejo alimentar

### **Folha Top Of Mind**

3º ano a marca mais lembrada dos setores de supermercado e atacado

### **Thought Leaders 100 Brasil 2025**

Assaí na 29ª posição e Belmiro Gomes, Diretor-Presidente, na 27ª posição

### **14ª Pesquisa Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas**

Melhor no Varejo e Atacado (2º ano seguido)

### **Popai Brasil**

3 pratas e 1 bronze pelas ações de retail media e Campanha de 50 anos



## FOCO NA GERAÇÃO DE CAIXA



### CONTINUIDADE DA REDUÇÃO DA DÍVIDA LÍQUIDA

R\$ 12,5 bi no 4T24:

-R\$ 0,6 bi vs 4T23

-R\$ 1,4 bi vs 3T24



### EXPANSÃO

**Cerca de 10 lojas novas em 2025**

*Antecipação da revisão do guidance de abertura de lojas para 2026*



### MAIOR GERAÇÃO DE CAIXA

*Avanço na maturação das novas lojas*

*Redução dos investimentos: **Previsão de R\$ 1,0 a 1,2 bilhão em 2025***



### REDUÇÃO DA ALAVANCAGEM

**~2,6x ao final de 2025**



### POTENCIALIZAR O VALOR DOS ATIVOS

*Projeto de Retail Media suportado por fluxo de 500 milhões de clientes ano*

*Novas categorias; In & Out*

*Roll-out dos serviços;*

*Continuidade da estratégia phygital com evolução do App Meu Assaí*

*Galerias comerciais contribuem para aumento do fluxo de clientes e fidelização*

*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**

# Q&A



# OBRIGADO

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)



# ASSAI

ATACADISTA

**EARNINGS RELEASE**

4<sup>th</sup> QUARTER 2024

FEBRUARY 20<sup>TH</sup>, 2025



# EBITDA MARGIN IMPROVEMENT AND OUTPERFORMANCE OF GUIDANCE OF LEVERAGE

## EXPANSION: 15 new stores in 2024, reaching the *guidance*

- Strengthening national presence in strategic regions
- 6 new stores in 4Q24
- Conclusion of conversions project
- 302 stores in operation, +1,5M de sqm of sales area



**Organic:** São José do Rio Preto (SP)



**Conversion:** Caraguatatuba (SP)

## SALES: Balance between growth and profitability

### 4Q24:

- R\$ 22.1 bn (+9.4%)
- LfL: +4.4% ex. calendar

### 2024:

- R\$ 80.6 bn (+10.7%)
- LfL: +3.4% ex. calendar

## EBITDA MARGIN expansion

- New stores maturation
- Expenses control, even with services implementation

### 4Q24:

- Pre: 6.4% (+0.3 p.p.)
- Post: 8.1% (+0.3 p.p.)

### 2024:

- Pre: 5.7% (+0.4 p.p.)
- Post: 7.5% (+0.4 p.p.)

## EBT INCREASE driven by operational leverage

### 4Q24:

- EBT Pre: R\$ 598M (+57%)
- Net Income:
  - Pre: R\$ 474M (+38%)
  - Post: R\$ 430M (+45%)

### 2024:

- EBT Pre: R\$ 1.2bn (+83%)
- Net Income:
  - Pre: R\$ 930M (+20%)
  - Post: R\$ 769M (+8%)

## OUTPERFORMANCE OF THE LEVERAGE GUIDANCE (<3.2X)

- 3.04x (-0.76x vs 4Q23)
  - EBITDA contribution: +R\$ 0.7 bn in 12 months
  - Important reduction of Net debt: -R\$ 0.6 bn
- 2.1x considering the discount of total receivables

# ONGOING CONVERSIONS EVOLUTION: SALES GROWTH AND EBITDA MARGIN EXPANSION

Average sales/sqm of stores converted in 2022 are 93% of the average sales/sqm of stores open until 2022

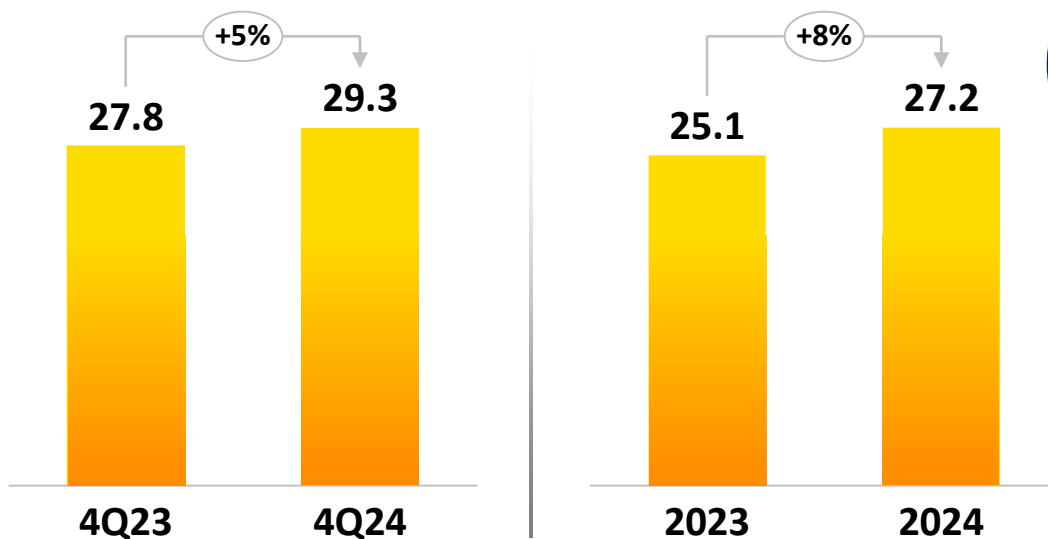


## Conversions Opened in 2022:

(47 stores)

### Average Monthly Revenue

R\$ million



**+25%**  
vs. new  
opened  
stores until  
2022

EBITDA margin  
Pre-IFRS 16 <sup>(1)</sup>

5.6%      6.4%

+0.8 p.p.

4.4%      5.5%

+1.1 p.p.

## Conversions Opened in 2023:

(17 stores)

4Q24:

**R\$ 23.4M**

Average sales per store

In line with the level of organic stores  
opened until 2022

**3.0%**

EBITDA Margin Pre-IFRS16

Despite being in the initial stage of  
maturation

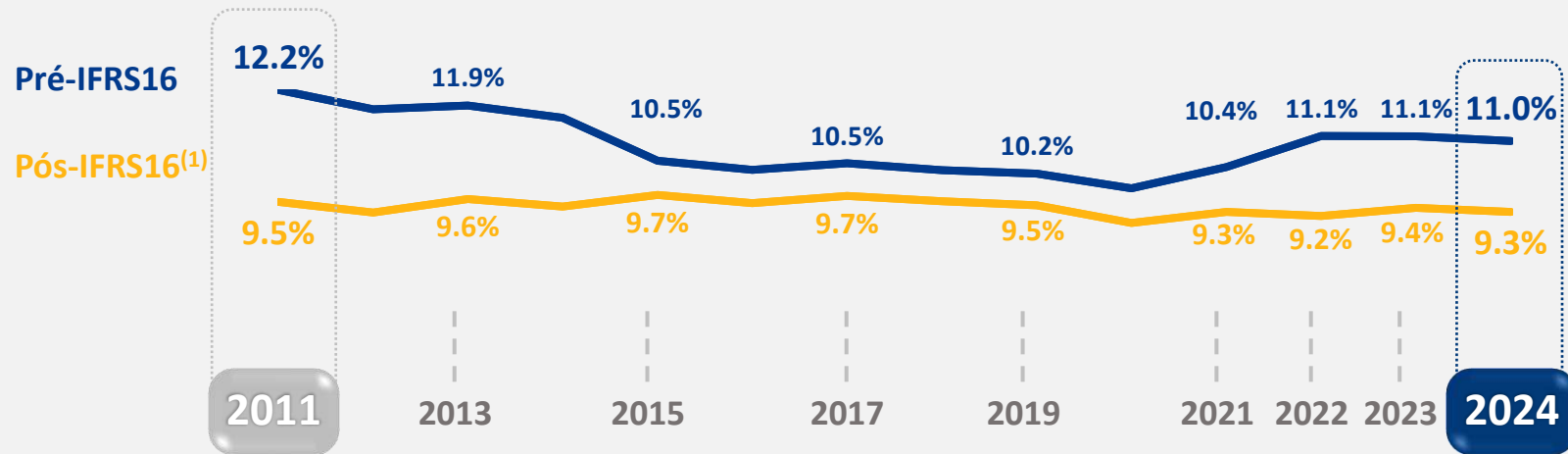
<sup>(1)</sup> % Net Revenue

# EXPENSES LEVEL REDUCTION: MATURATION OF STORES AND EFFICIENCY IN COSTS CONTROL

## Dilution of expenses even with the implementation of 618 service units and inflationary pressure



### Sales, General and Administrative Expenses (% Net Revenue)



<sup>(1)</sup> Excluding Pre Operational Expenses



**Class AB gains relevance in the customer base**

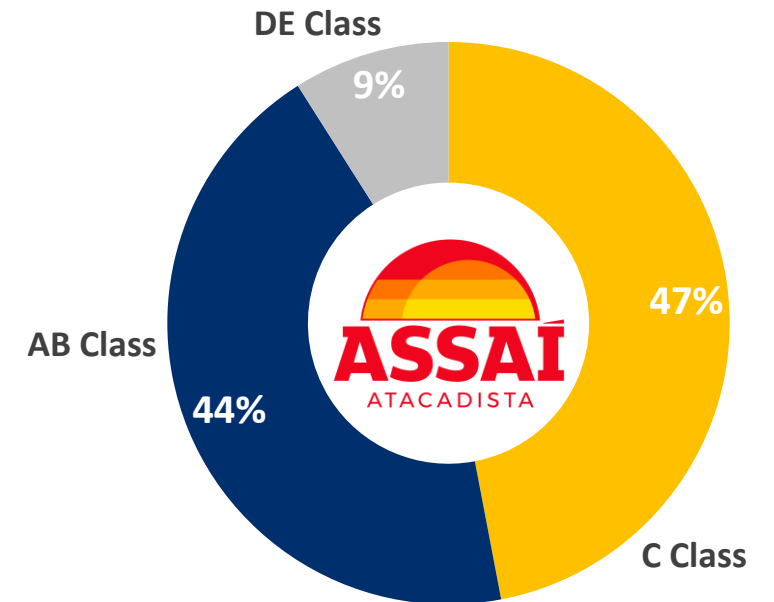
**B2C:**

**B2B:**

**Sales: 58%**

**Sales: 42%**

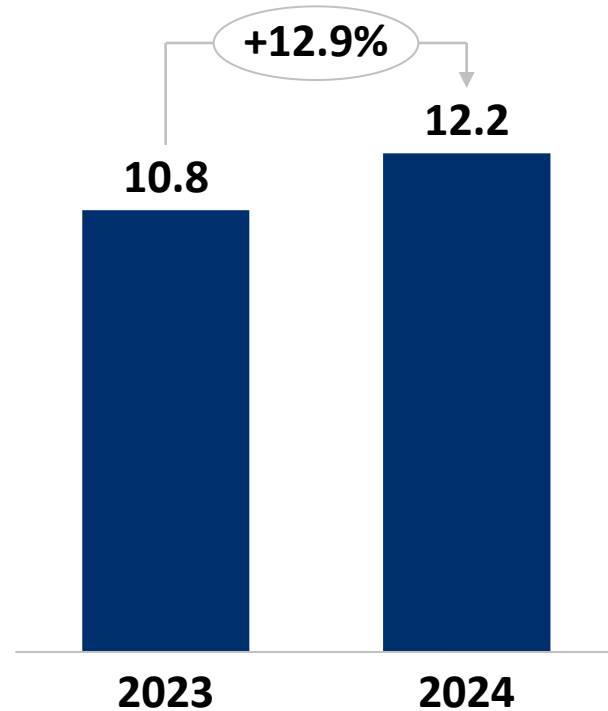
*Breakdown of B2C customers:  
(by social class)*



# EBITDA MARGIN EXPANSION DUE TO GROSS PROFIT OPTIMIZATION AND EXPENSES CONTROL

## Gross Profit

(R\$ Billion; Pre-IFRS 16)



Maturation of new stores

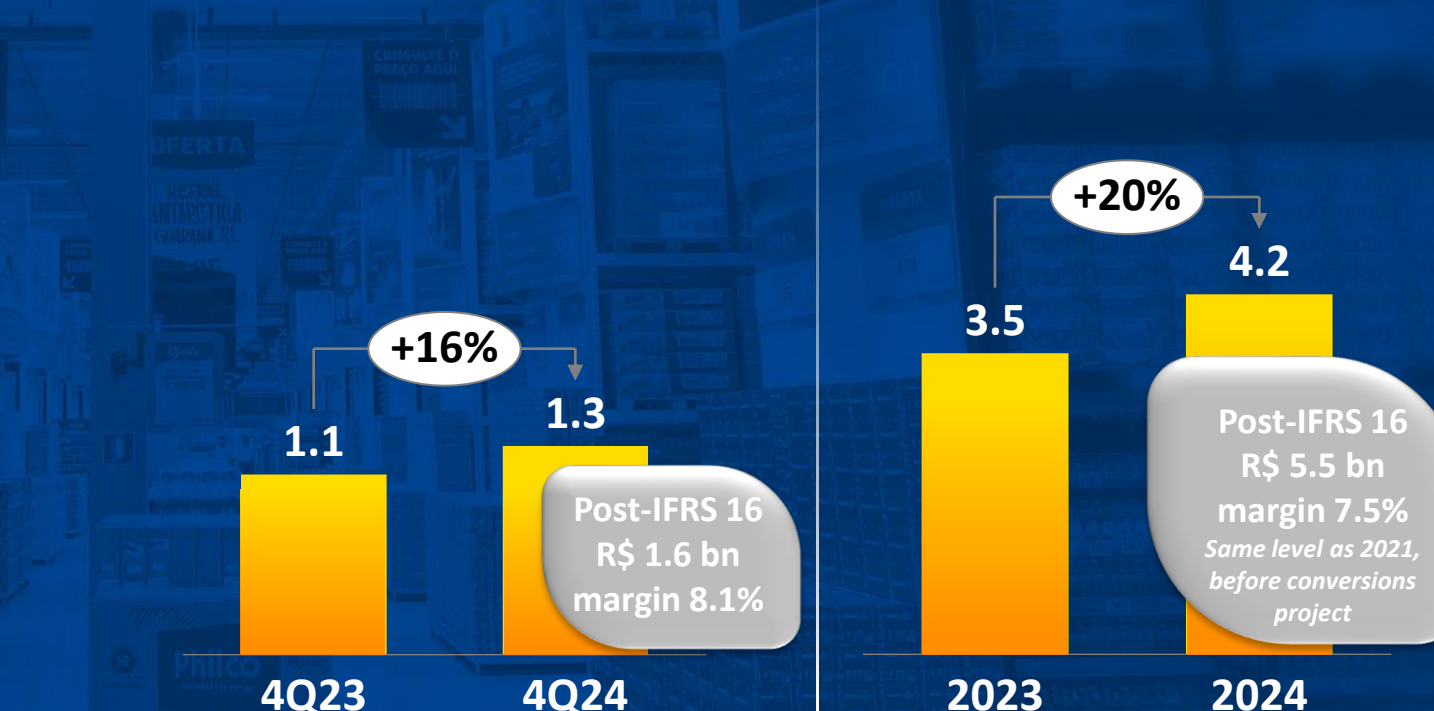
Effective Strategy

Expansion of Services

Gross margin <sup>(1)</sup> 2023: 16.2%    2024: 16.5%

## EBITDA

(R\$ Billion; Pre-IFRS 16)



Post-IFRS 16  
R\$ 1.6 bn  
margin 8.1%

Post-IFRS 16  
R\$ 5.5 bn  
margin 7.5%  
Same level as 2021,  
before conversions  
project

Pre-IFRS 16 margin <sup>(1)</sup> 4Q23: 6.1%    4Q24: 6.4%    2023: 5.3%    2024: 5.7%

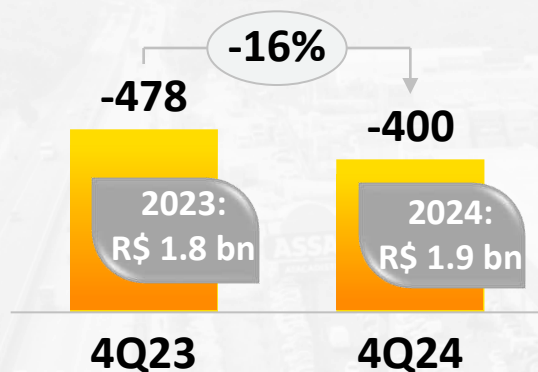
+0.3 p.p.

+0.4 p.p.

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

## Financial Result

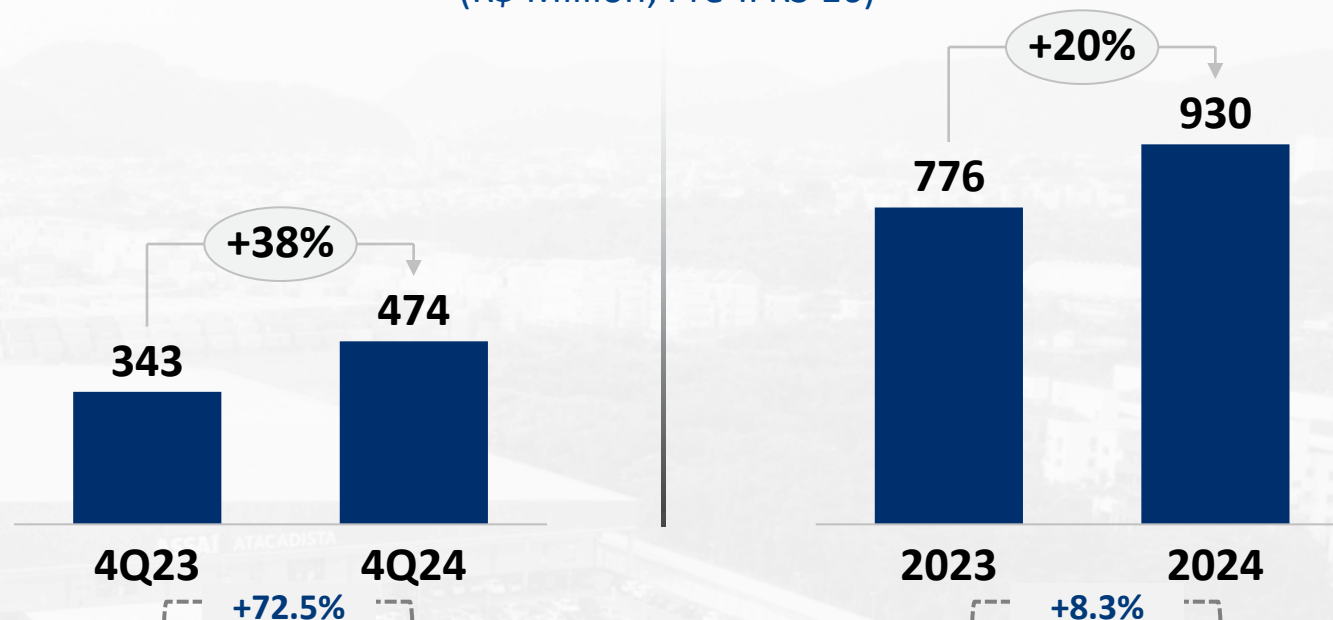
(R\$ Million; Pre-IFRS 16)



*Financial Result*<sup>(1)</sup>      -2.6%      -2.0%

## Net Income

(R\$ Million; Pre-IFRS 16)



*Post-IFRS 16*    R\$ 306M    R\$ 528M  
*Net Margin*<sup>(1)</sup>    1.6%      2.1%

*Post-IFRS 16*    R\$ 710M    R\$ 769M  
*Net Margin*<sup>(1)</sup>    1.1%      1.0%

- Higher average cash invested
- Other Income/Expenses and Monetary Correction

- Maturation of new stores
- Improving the shopping experience
- Expansion of services and assortments

- Gross margin expansion
- Strict expenses control
- Evolution of the financial result as a % of net revenue

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

# OPERATING CASH GENERATION IN THE LAST 2 YEARS SUPPORTED 95% OF INVESTMENTS

**Dec/22**  
Gross Sales <sup>(1)</sup>:  
**R\$ 60 bn**

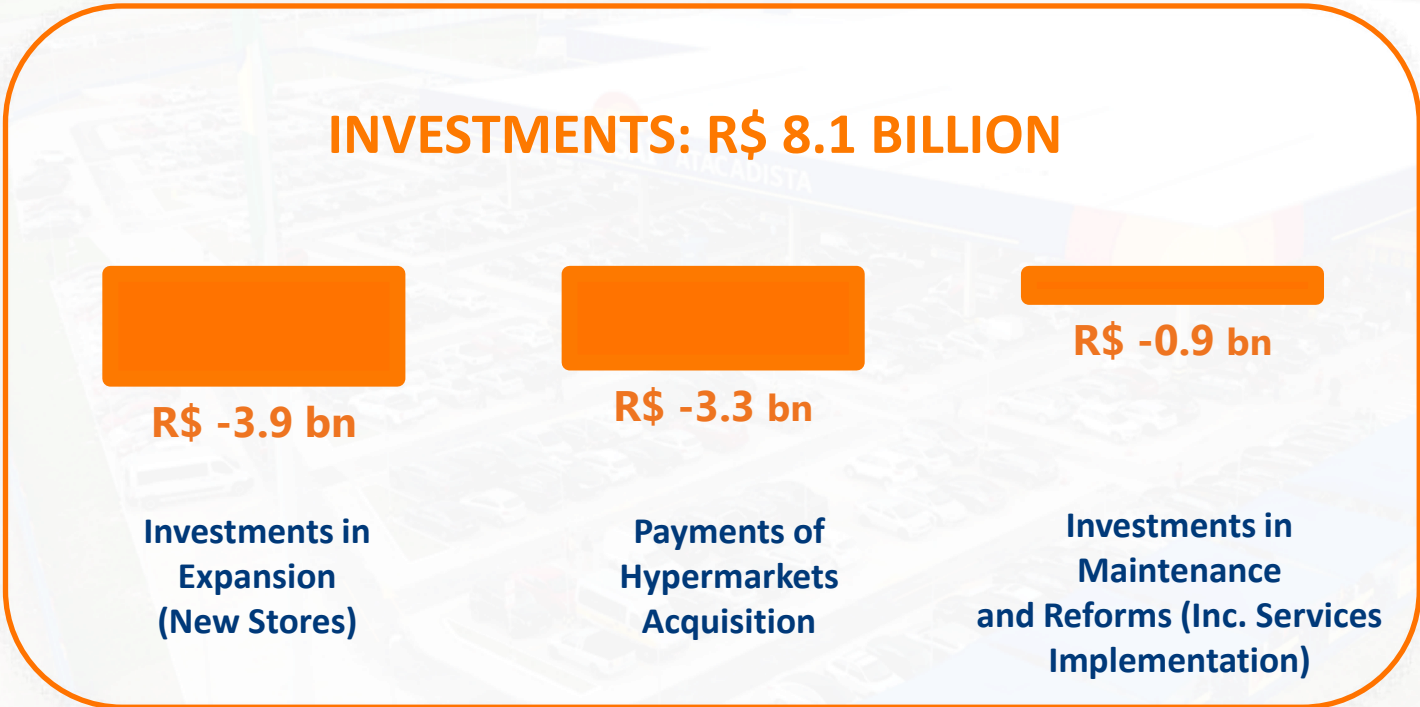


**Dec/24**  
Gross Sales <sup>(1)</sup>:  
**R\$ 81 bn**

**R\$7.7 bn**



**Operational  
Cash Generation**



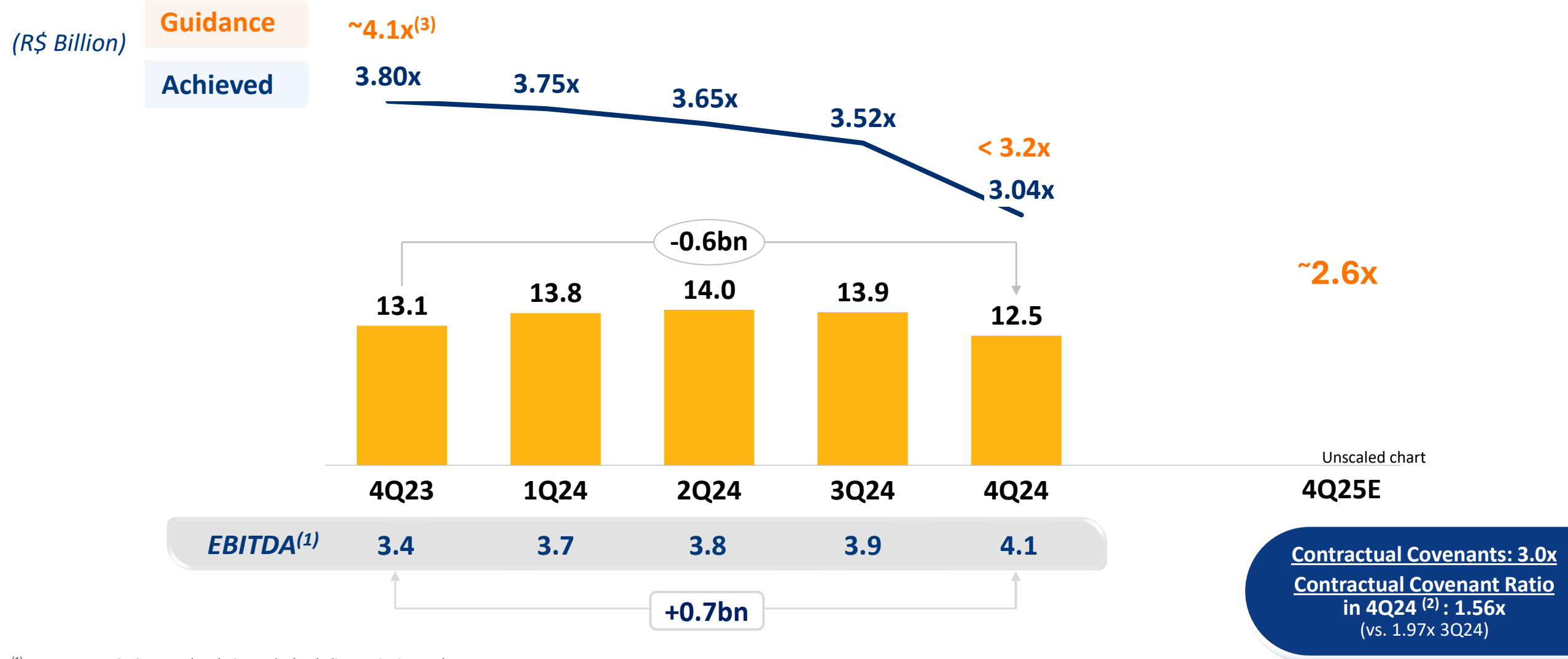
**R\$ -3.6 bn**

**Payments of  
Interests**

<sup>(1)</sup> Last 12 months

# ACCELERATION OF DELEVERAGING, EXCEEDING GUIDANCE ONCE AGAIN

## Reduction of R\$ 0.6 billion in net debt and increase in EBITDA Pre IFRS 16



<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]  
<sup>(3)</sup> "End 2023 with a leverage reduction of similar magnitude to that observed in 2022 (4Q22 vs 3Q22)"

Legend:  
■ Net Debt + Receivables discounted + Payable on the hypermarkets acquisition  
— Net Debt + Receivables discounted + Payable on the hypermarkets acquisition/ Adjusted EBITDA Pre IFRS16

# FUNDRAISINGS THROUGHOUT 2024 CHANGED THE DEBT PROFILE

Term extension and costs reduction, in addition to addressing the need of refinancing for 2025



## Liability Management

**R\$ 6.6 bn**  
new fundraisings in 2024

**Debt extension**  
32 months >> 41 months

**Spread reduction**  
CDI+1.49% >> CDI+1.36%

**Pre payment of R\$ 3.6 bn**  
debts due in 2025 and 2026



### Fundraising:

**9<sup>th</sup> Debenture**  
R\$ 0.5 bn  
CDI+1.25%

**10<sup>th</sup> Debenture**  
R\$ 1.8 bn  
CDI+1.25%

**Borrowing**  
R\$ 0.7 bn  
CDI+1.34%

**11<sup>th</sup> Debenture**  
R\$ 2.8 bn  
CDI+1.25%

**12<sup>th</sup> Debenture**  
R\$ 0.8 bn  
CDI+1.25%

**Borrowing <sup>(1)</sup>**  
R\$ 0.6 bn  
CDI+1.22%

## Debt Maturity Schedule

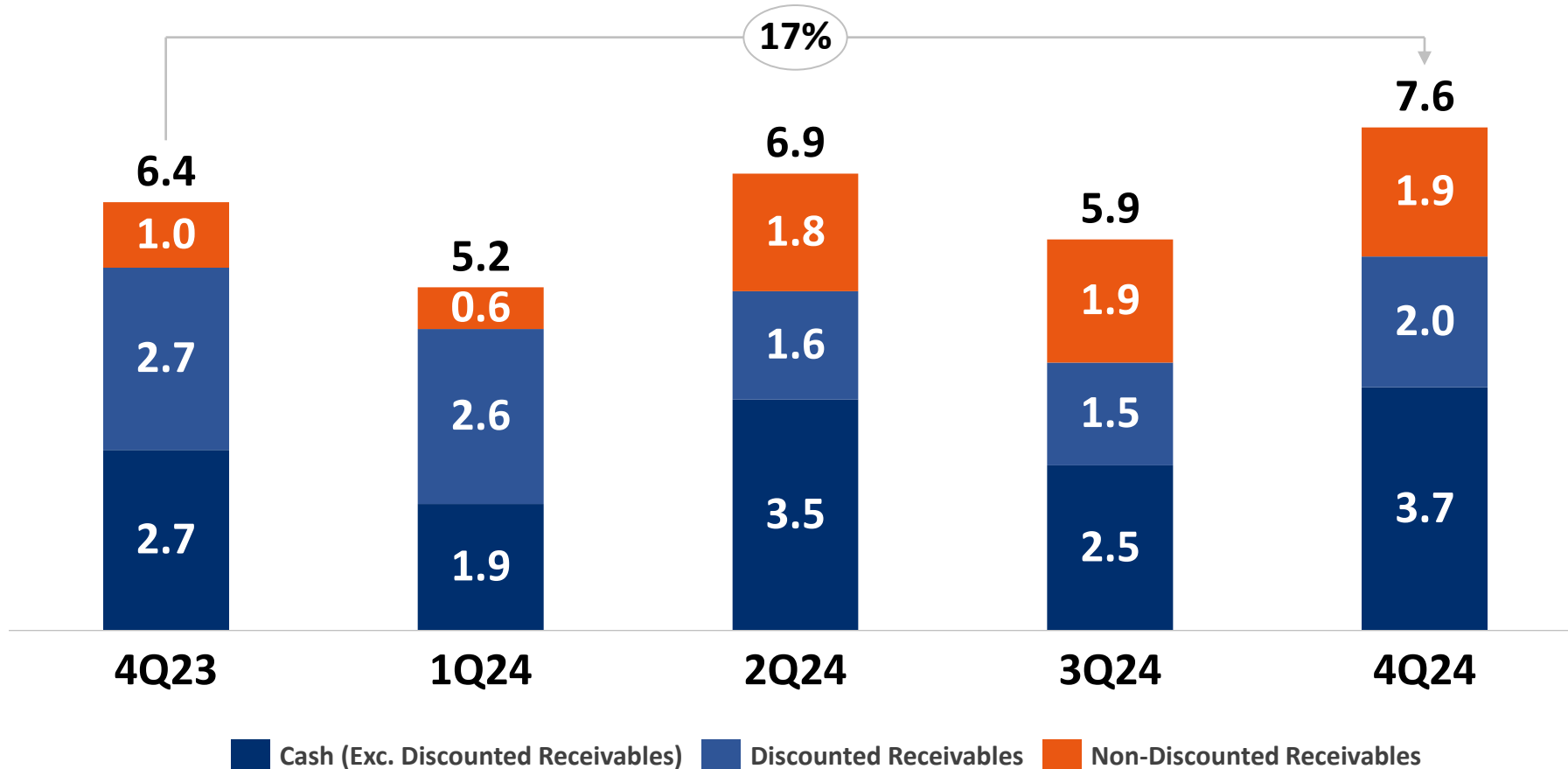
(R\$ Billion; Principal)

Year	Position dec/31/24	Position dec/31/23	Δ R\$
2025	1.6	3.9	-2.3
2026	2.2	2.6	-0.4
2027	3.3	2.7	0.6
2028	3.8	1.9	1.9
2029	3.8	0.4	3.4
2030+	0.3	0.3	0.0

<sup>(1)</sup> Resources received in January/25



## Cash Availability (R\$ Billion)



## Dividends & IOE



**IO Payment**  
R\$ 109 million



**Proposed Dividends**  
R\$ 20 million

# CONTINUOUS ADVANCES IN SUSTAINABLE INITIATIVES DRIVING PROSPERITY FOR ALL



## Efficient Operations

- **10% reduction in emissions** of scope 1<sup>(1)</sup> and 2<sup>(2)</sup> vs. 4Q23
- **Destino Certo Program:** Implemented in +94% of stores diverting 1,975 tons of waste from landfills



## Ethical and Transparent Management

- **Carbon Efficient Index (ICO2)**  
Integrating the index for the 3<sup>rd</sup> consecutive year
- **CDP – Disclosure Insight Action**  
Transparency in climate management: grade B



## People and Community Development

### +87 thousand employees in 2024:

- **45.8% of black leaders, +2.3 p.p.** vs. 4Q23
- **25.7% of female leaders, +0.7 p.p.** vs. 4Q23
- **Fight Hunger 2024:** donation of 5.4 million meals
- **Launch of the Program and Volunteer Policy:** 4 actions that benefited more than 1,000 people

### Great Place to Work (GPTW)

The best food retail company to work for in the country (companies with more than 10 thousand employees); 5<sup>th</sup> position in the retail ranking



<sup>(1)</sup> Own emissions from the company;

<sup>(2)</sup> Emissions from electricity consumption.

# AWARDS AND RECOGNITIONS

## **Melhores e maiores 2024 (Exame)** **Best Wholesale and Retail Company**



### **Branding Brasil**

Most remembered brand in physical and digital retail

### **Interbrand Ranking of Most Valuable Brazilian Brands**

Most valuable brand in food retail

### **Folha Top Of Mind**

3rd year the most remembered brand in the supermarket and wholesale sectors

### **Thought Leaders 100 Brasil 2025**

29<sup>th</sup> position; Belmiro Gomes, the Company's CEO, listed in 27<sup>th</sup> position

### **14<sup>a</sup> Pesquisa Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas**

Best the Wholesale and Retail sector (for the 2<sup>nd</sup> consecutive year)

### **Popai Brasil**

3 silver trophies and 1 bronze for retail media actions and the 50<sup>th</sup> anniversary campaign



## FOCUS ON CASH GENERATION



### ONGOING PROCESS OF NET DEBT REDUCTION

R\$ 12.5 bn no 4Q24:  
-R\$ 0.6 bn vs 4Q23  
-R\$ 1.4 bn vs 3Q24



### EXPANSION

**Around 10 new stores in 2025**

Anticipation of the revision of the store opening guidance for 2026



### GREATER CASH GENERATION

Progress in expansion maturation

Reduction in investments: **Forecast of R\$1.0 to 1.2 billion in 2025**



### LEVERAGE REDUCTION

**~2.6x by the end of 2025**



### MONETIZATION OF ASSETS

Retail Media project supported by a flow of 500 million customers per year

New categories; In & Out

Services roll-out

Phygital strategy continuity with the evolution of the Meu Assaí app

Commercial galleries contribute to increased customer traffic and loyalty



*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**

# Q&A

A group of people, likely the Investor Relations Team, are shown in a hallway. The image is overlaid with a blue filter. The text "THANK YOU" is prominently displayed in the center.

# 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)