



RELEASE DE
RESULTADOS
2T24

6 de agosto de 2024

PCAR
B3 LISTED NM



**Teleconferência sobre
os Resultados do 2T24**

Quarta-feira

7 de agosto de 2024

9h00 (horário de Brasília)

8h00 (NY)

13h00 (Londres)

Português (idioma original)

Videoconferência: www.gpari.com.br

Inglês (tradução simultânea)

Videoconferência: www.gpari.com.br

Replay: www.gpari.com.br



Divulgação de resultados 2T24

São Paulo, 6 de agosto de 2024. O GPA [B3: PCAR3] anuncia o resultado do 2º trimestre de 2024.

Em consequência do processo de descontinuidade das atividades dos hipermercados Extra, em 2021, e do Almacenes Éxito S.A. (“Éxito”), em 2022, conforme divulgado em fatos relevantes e comunicados ao mercado, as atividades destes formatos passaram a ser tratadas contabilmente como operação descontinuada (IFRS 5/CPC 31). Dessa forma, os efeitos das Demonstrações de Resultado foram ajustados retroativamente, conforme definido pela Deliberação CVM nº 598/09 – Ativo não circulante mantido para venda e operações descontinuadas.

A partir do 1T24, as atividades dos postos de combustível (“Postos”) passaram a ser tratadas contabilmente como operação descontinuada (IFRS 5/CPC 31). Dessa forma, a demonstração do resultado do exercício e as notas explicativas relacionadas foram ajustadas retroativamente, conforme definido pela Deliberação CVM nº 598/09 – Ativo não circulante mantido para venda e operações descontinuadas.

Os comentários a seguir referem-se ao resultado das operações em continuidade, com a adoção do IFRS 16/CPC 06 (R2), e comparações relativas ao mesmo período de 2023, exceto onde indicado de outra forma.

Sólido avanço operacional com Margem Bruta recorde de 28,2%. Margem EBITDA Ajustado cresce 2,1 p.p. e alavancagem financeira com redução sequencial.

- Margem Bruta recorde atinge 28,2%, evolução de 1,9 p.p. vs. 2T23, com aceleração das capturas comerciais;
- Margem EBITDA Ajustado⁽¹⁾⁽²⁾ de 8,8%, aumento de 2,1 p.p. vs. 2T23, e crescimento do EBITDA Ajustado⁽¹⁾⁽²⁾ de 34,8% vs. 2T23;
- Redução sequencial da alavancagem financeira pré-IFRS 16⁽³⁾ que atinge 2,8x, com queda de R\$ 1,2 bilhão da dívida líquida vs. 2T23;
- R\$ 272 milhões de geração de Caixa Livre Operacional⁽⁴⁾ nos últimos 12 meses, sólida melhora de R\$ 498 milhões vs. os últimos 12 meses findos em 2T23 lastreada pelo avanço da rentabilidade;
- Crescimento de 2,1% da receita bruta vs. 2T23;
 - Aumento de 22,5% do formato Proximidade⁽⁵⁾ com a abertura e rápida maturação das novas lojas;
 - Crescimento robusto de 15,6% na operação de e-commerce;
 - Market share⁽⁶⁾: aumento de 0,7 p.p. no estado de São Paulo e estabilidade a nível nacional;
 - Aceleração do crescimento em maio e junho, após forte impacto sazonal em abril;
- Aumento de 3,4% nas vendas mesmas lojas ex. efeito calendário vs. 2T23;
 - Formato Proximidade cresce 6,9% com aceleração vs. trimestres anteriores.

DRE (R\$ milhões, exceto quando indicado)	GPA Consolidado					
	2T24	2T23	Δ	6M24	6M23	Δ
Receita Bruta	4.787	4.688	2,1%	9.654	9.184	5,1%
Receita Líquida	4.489	4.381	2,5%	9.075	8.538	6,3%
Lucro Bruto	1.265	1.151	9,9%	2.510	2.219	13,1%
Margem Bruta	28,2%	26,3%	1,9 p.p.	27,7%	26,0%	1,7 p.p.
Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas	(915)	(902)	1,5%	(1.835)	(1.744)	5,2%
% da Receita Líquida	20,4%	20,6%	-0,2 p.p.	20,2%	20,4%	-0,2 p.p.
Equivalência Patrimonial Operações Nacionais	16	15	4,2%	32	24	37,4%
EBITDA Ajustado GPA Brasil ⁽¹⁾⁽²⁾	396	294	34,8%	767	556	37,9%
Margem EBITDA Ajustado GPA Brasil ⁽¹⁾⁽²⁾	8,8%	6,7%	2,1 p.p.	8,5%	6,5%	2,0 p.p.
Equivalência Patrimonial Operações Internacionais ⁽⁷⁾	0	(42)	-100,0%	0	(87)	-100,0%
EBITDA Ajustado GPA Consolidado ⁽²⁾	396	252	57,2%	767	469	63,6%
Margem EBITDA Ajustado ⁽²⁾	8,8%	5,7%	3,1 p.p.	8,5%	5,5%	3,0 p.p.
Outras Despesas e Receitas Operacionais	(55)	(25)	119,8%	(259)	(76)	241,1%
Lucro Líquido Controladores – Operações Continuadas	(272)	(324)	-15,9%	(679)	(643)	5,6%
Margem Líquida – Controladores – Operações Continuadas	-6,1%	-7,4%	1,3 p.p.	-7,5%	-7,5%	0,0 p.p.
Lucro Líquido Controladores – Operações Descontinuadas ⁽⁸⁾	(60)	(101)	-40,8%	(313)	(31)	927,4%
Lucro Líquido Controladores Consolidado ⁽⁹⁾	(332)	(425)	-21,9%	(992)	(673)	47,4%

(1) GPA Brasil exclui impactos do perímetro internacional (Cnova); (2) Lucro operacional antes de juros, impostos, depreciação e amortização ajustado pelas Outras Desp. e Rec. Oper.; (3) Dívida Líquida dividida pelo EBITDA Ajustado GPA Brasil pré-IFRS 16 últimos 12 meses; (4) EBITDA Ajustado pré-IFRS 16, excluindo equivalência patrimonial, menos variação do capital de giro, menos Capex; (5) Excluindo receita de Aliados; (6) Fonte Nielsen e considera o mercado venda total de autosserviço; (7) A partir do 4T23, devido a venda da totalidade da participação detida na Cnova, o resultado da equivalência patrimonial das operações internacionais é nulo; (8) Inclui resultado da operação descontinuada de hipermercados, postos de combustível e do Grupo Éxito; (9) Considera resultados das operações continuadas e descontinuadas.



Eventos relevantes ocorridos no 2T24

- Em 2 de abril de 2024, após a oferta pública de distribuição primária de ações, o Grupo Casino anunciou a diluição da sua participação na Companhia para 22,5% ([link](#)), resultando em sua saída do controle do GPA;
- Em 18 de abril de 2024, o novo Conselho de Administração tomou posse, passando a contar com nove membros, sendo: seis membros independentes (vs. três membros anteriormente), dois membros do Grupo Casino (vs. seis membros anteriormente) e um membro do *management* (CEO). Com a maioria de membros independentes (seis de nove membros), novas expertises somadas, maior diversidade (dois novos membros mulheres) e com a nova presidência passando a ser exercida por um membro independente, tivemos mais um avanço importante na governança da Companhia ([link](#));
- Em 30 de abril de 2024, anunciamos a adesão ao programa de quitação de débitos de ICMS do Governo do Estado de São Paulo, que permitiu uma redução, conforme os descontos decorrentes deste acordo, de aproximadamente 80% para a quitação das contingências que somavam R\$ 3,6 bilhões. Acesse o fato relevante para mais detalhes no [link](#);
- Em 2 de maio de 2024, anunciamos a venda da nossa sede administrativa como parte das iniciativas de venda de ativos não *core* para a redução da alavancagem financeira da Companhia. O valor da transação totalizou R\$ 218 milhões. Acesse o fato relevante para mais detalhes no [link](#);
- Em 26 de junho de 2024, anunciamos a venda da nossa rede de postos de combustível por um valor total de R\$ 200 milhões. Essa operação marca a conclusão do nosso plano de vendas de ativos não *core* iniciado em 2023, cujo objetivo era de reduzir a alavancagem financeira da Companhia. O valor total das vendas atingiu R\$ 1,9 bilhão e, quando somadas à oferta pública de distribuição primária de ações realizada em março de 2024, totalizou R\$ 2,6 bilhões. O resultado desta iniciativa, concomitantemente à melhora operacional, impactaram em uma redução significativa da alavancagem financeira pré-IFRS 16, que passou de 10,6x para 2,8x na comparação entre 2T23 e 2T24, respectivamente.



Mensagem do CEO

Fechamos o primeiro semestre do ano com importantes avanços suportados pela assertiva estratégia dos nossos seis pilares, que tem levado, trimestre a trimestre, a um resultado progressivo e consistente.

Registramos um sólido avanço operacional no último trimestre, com margem bruta recorde de 28,2%, melhora de 2,1 p.p. da margem EBITDA Ajustado, que chega ao patamar de 8,8% e crescimento de 34,8% contra o 2T23, além da redução sequencial da alavancagem financeira, registrando uma diminuição de 7,9x da alavancagem (pré-IFRS 16) contra o 2T23.

A performance dos negócios segue em melhoria, com aumento de vendas, volume, e a manutenção dos avanços de *market share* (vs. 2T23), especialmente no mercado de São Paulo, que corrobora à eficácia da nossa estratégia de reforma e expansão de lojas localizadas nessa praça. Importante destacar o desempenho do formato de Proximidade, que obteve uma forte recuperação das taxas de crescimento, em resposta ao trabalho que vem sendo conduzido com foco na gestão de categorias e revisão de sortimento, assim como a performance de crescimento de dois dígitos das lojas inauguradas a partir de 2022.

Neste período, também, finalizamos a última etapa do nosso plano de venda de ativos não *core* com o anúncio da venda da sede administrativa da Companhia e da venda da nossa rede de postos de combustível. Este plano tinha como objetivo a melhoria da nossa estrutura de capital e redução dos níveis de alavancagem financeira da Companhia.

O segundo semestre se apresenta com muitas oportunidades para seguirmos acelerando a entrega de resultados. É o momento de encerrarmos o primeiro ciclo do projeto de *turnaround* e olhar para o futuro, consolidando nosso posicionamento no mercado e a proposta de valor dos nossos negócios.

Marcelo Pimentel
Diretor Presidente do GPA



Desempenho de Vendas

Crescimento de vendas totais

RECEITA BRUTA (R\$ milhões)	2T24		Variação 2T24/2T23	
	Vendas totais	Participação das vendas (%)	Total lojas	Mesmas lojas ex. efeito calendário ⁽⁵⁾
Pão de Açúcar	2.384	49,8%	1,1%	2,7%
Extra Mercado ⁽¹⁾	1.554	32,5%	-0,5%	3,4%
Proximidade	554	11,6%	22,5%	6,9%
Outros negócios ⁽²⁾	68	1,4%	96,0%	n.d.
GPA ex. Aliados	4.560	95,3%	3,5%	3,4%
Aliados ⁽³⁾	227	4,7%	-19,0%	n.d.
GPA⁽⁴⁾	4.787	100,0%	2,1%	3,4%

(1) As lojas remanescentes do Compre Bem foram convertidas para Extra Mercado entre julho e agosto de 2023; (2) Receitas provenientes principalmente do aluguel de galerias comerciais e Stix Fidelidade; (3) Modelo de venda direta para pequenos comércios; (4) Exclui receita de postos de combustível que foi classificada em atividades descontinuadas a partir do 1T24; (5) Ajuste de 1,5 p.p., principalmente devido à Páscoa (31/3 em 2024 vs. 9/4 em 2023).

As vendas totais atingiram R\$ 4,8 bilhões no 2T24, aumento de 2,1%. Destaque para o formato Proximidade, com aumento de 22,5%, suportado pela abertura de 51 lojas nos últimos 12 meses (sendo 10 lojas no 2T24). As novas lojas continuam apresentando maturação acelerada (aproximadamente sete meses, em média).

O trimestre apresentou um forte impacto da sazonalidade com o deslocamento do feriado de Páscoa para o 1T24, provocando forte arrefecimento da demanda do varejo alimentar no mês de abril. Por outro lado, os meses de maio e junho apresentaram boa recuperação, com aumento de volume e fluxo nas lojas. Além disso, durante o trimestre, especialmente no mês de abril, notamos em alguns mercados uma forte movimentação promocional. Diante deste cenário, entretanto, mantivemos nossa disciplina na execução do plano para a melhoria contínua da experiência dos nossos clientes e rentabilidade das operações.

Crescimento mesmas lojas por bandeira e formato

Crescimento YoY Mesmas Lojas ⁽¹⁾	2T22	3T22	4T22	1T23	2T23	3T23	4T23	1T24	2T24
Pão de Açúcar	4,2%	5,5%	6,7%	7,5%	8,6%	7,2%	4,2%	6,7%	2,7%
Extra Mercado	4,8%	2,0%	4,1%	2,2%	3,5%	2,5%	2,0%	4,5%	3,4%
Proximidade	8,6%	13,1%	13,5%	8,8%	5,4%	0,4%	0,2%	2,3%	6,9%

(1) Exclui efeito calendário de 1,5 p.p.

As vendas mesmas lojas apresentaram crescimento de 3,4% ex. efeito calendário.

No Pão de Açúcar, as vendas mesmas lojas cresceram 2,7%, refletindo importante melhora na taxa de crescimento nos meses de maio e junho, após um abril mais fraco, impulsionada tanto pelo volume das vendas quanto pelo aumento do preço médio e do fluxo de clientes nas lojas. As categorias de destaque da bandeira foram: (i) Padaria Industrializada, Frios e Laticínios, que apresentou um crescimento relevante em volume; (ii) FLV (frutas, verduras e legumes), impactada pela inflação dos principais itens da categoria; e (iii) Limpeza, que também apresentou um crescimento relevante no volume. As categorias de Carnes e Aves e Padaria Própria também apresentaram crescimento expressivo, com aumento de volume. A base de clientes Premium & Valiosos continua apresentando evolução vs. o ano anterior, com um aumento de 1,7%.

No Extra Mercado, o aumento de vendas mesmas lojas atingiu 3,4%, seguindo a mesma tendência da bandeira Pão de Açúcar, observamos forte recuperação das taxas de crescimento nos meses de maio e junho. Também foram destaques positivos as categorias Pães Industrializados e FLV (frutas, verduras e legumes), assim com a Peixaria e Mercearia Complementar. No 2T24, continuamos o avanço da experiência dos clientes, com melhora no NPS. Para os próximos trimestres, iniciaremos o projeto de gestão de categorias e revisão de sortimento e preços, que tem potencial para melhorar ainda mais as vendas da bandeira.

No formato de Proximidade, na comparação mesmas lojas, apresentamos um aumento de 6,9%, com aceleração do crescimento após cinco trimestre. As lojas abertas a partir de 2022 seguem aumentando a sua contribuição para o crescimento, sendo que apresentaram aumento mesmas lojas de duplo dígito, evidenciando a qualidade dos projetos de expansão dos últimos anos. No 2T24, assim como nos trimestres anteriores, seguimos avançando no *market share* (+2,8 p.p.) na comparação com supermercados pequenos, mantendo a nossa disciplina de rentabilidade em um formato promotor de margem para a Companhia.



O formato de Aliados, modelo de venda direta para pequenos comércios, gerou uma venda de R\$ 227 milhões neste trimestre. A partir do início de 2024, iniciamos um processo de reequilíbrio deste formato, com foco na rentabilidade, o que explica a redução do volume de vendas vs. 2T23.

Ganho de 0,7 p.p. no market share ano sobre ano no estado de São Paulo, com 2,4 p.p. de ganho nos últimos dois anos

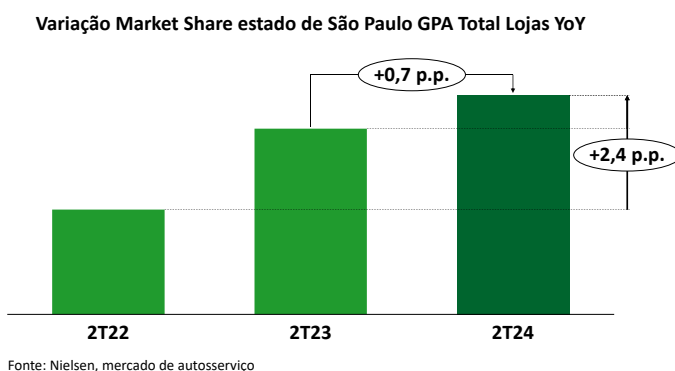
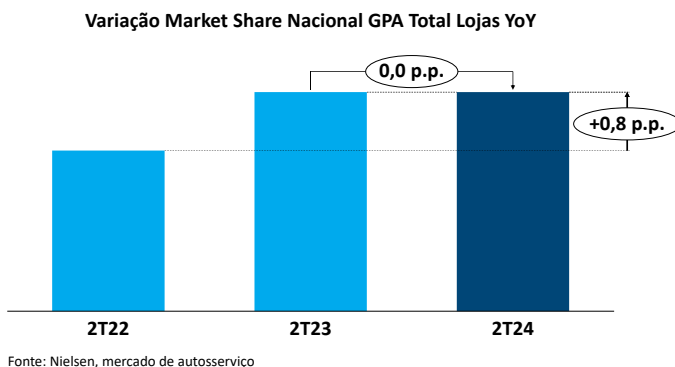
Mantivemos a consistência do ganho de market share alinhada ao plano estratégico de aumento da rentabilidade

Desde abril de 2022, com o início do plano de turnaround da Companhia, temos mantido a disciplina e a consistência na execução baseada nos seis pilares estratégicos, resultando em um crescente reconhecimento dos nossos clientes, o que pode ser observado pelos avanços relevantes em ganhos de market share.

No 2T24, avançamos 0,7 p.p. no market share no estado de São Paulo e ficamos estáveis no âmbito nacional, em ambos os casos na comparação com o 2T23. No acumulado de dois anos, temos avanços relevantes no market share, com crescimento de 2,4 p.p. no estado de São Paulo e 0,8 p.p. a nível nacional.

Essa evolução, principalmente no estado de São Paulo, onde temos a maior concentração das nossas operações, reforça ainda mais a direção correta e a perenidade dos avanços que estamos conquistando.

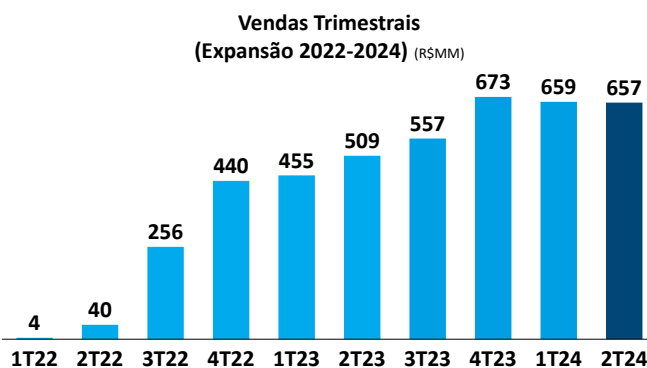
O formato de proximidade, com as bandeiras Minuto Pão de Açúcar e Mini Extra, continuou com avanço significativo do market share, ganhando 2,8 p.p. na comparação com os supermercados de pequeno porte na grande SP, confirmando o sucesso da proposta de valor entregue aos clientes neste formato.



Expansão: Sucesso na maturação das lojas de proximidade. Abertura de 51 lojas nos últimos 12 meses, sendo 10 lojas no 2T24

R\$ 657 milhões de venda incremental no trimestre gerada pelas lojas inauguradas desde 2022

O foco da nossa expansão de lojas é o formato de proximidade premium, com a bandeira Minuto Pão de Açúcar. Esta bandeira já possui formato maduro, escalável e com maior potencial de capilaridade, prevendo o adensamento e verticalização da cidade e região metropolitana de São Paulo. As lojas, focadas no público A/B, estão em pontos de alta qualidade, e apresentam rápida maturação, em média, de sete meses, e alta performance, com as safras de 2022, 2023 e 2024 superando as margens das lojas antes inauguradas, e com rentabilidade média superior à rentabilidade consolidada da Companhia.



No 2T24, inauguramos 10 lojas, sendo 6 do Minuto Pão de Açúcar, 3 do Mini Extra e 1 do Pão de Açúcar. Nos últimos 12 meses, acumulamos 51 novas lojas, sendo: (i) 47 no formato proximidade, 39 do Minuto Pão de Açúcar e 8 do Mini Extra; e (ii) 4 do Pão de Açúcar.

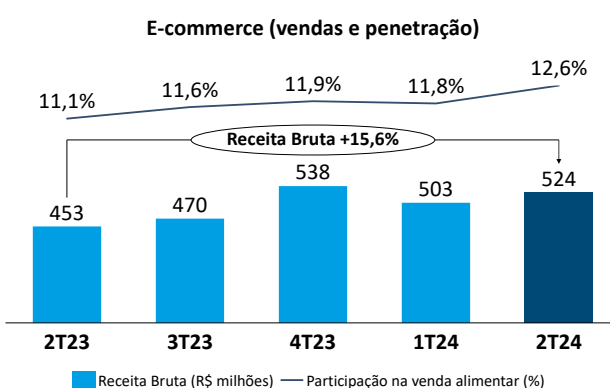
Líder no e-commerce de alimentos nos canais 1P e 3P

Mais um trimestre de forte crescimento e de aumento da margem de contribuição

No 2T24, apresentamos aumento de 15,6% na receita do *e-commerce*, mantendo o forte crescimento dos trimestres anteriores. A penetração das vendas do *e-commerce* em relação a venda alimentar total atingiu 12,6%, representando um incremento de 1,5 p.p. em relação ao ano anterior. Cabe ressaltar, que somos o líder em vendas por meio do canal *e-commerce* no Brasil, considerando as vendas B2C dos canais próprio (1P) e de plataformas parceiras (3P).

Um dos pilares da nossa diferenciação no *e-commerce* está no foco em perecíveis, resultando na qualidade do produto e do processo de *picking*, alavancado pela confiança dos nossos clientes em nossos produtos. No 2T24, atingimos uma penetração de 34% da venda de perecíveis no canal 1P, avançando 8 p.p. na comparação com o ano anterior.

Após o processo de ganhos de eficiência iniciado no 4T22 e, mais recentemente, com a migração das operações do *e-commerce* do Centro de Distribuição para 100% *ship form store*, a margem de contribuição deste canal vem avançando de forma significativa, representando uma margem incremental para nossas lojas, e contribuindo positivamente no plano para a melhora da margem consolidada.



Clientes & NPS: Excelência no atendimento com 83 pontos de NPS

Maior satisfação do cliente é traduzida em crescimento do *share of wallet* dos clientes premium

No 2T24, atingimos o nível recorde de 83 pontos de NPS, coroando a jornada de reconexão com nossos clientes iniciada em 2022, um avanço de 15 pontos na comparação com igual período de 2023. Ressaltamos que todas as nossas bandeiras apresentaram melhora nas comparações com o ano e trimestre anteriores, demonstrando a consistência e perenidade deste resultado. Esse avanço é consequência de várias iniciativas, com destaque para o treinamento contínuo dos colaboradores, revitalização das lojas da bandeira Pão de Açúcar, assim como a melhora da experiência relacionada à percepção de preços, tempo em fila e disponibilidade de produtos, ressaltando nesta última o nosso índice de disponibilidade de produtos, que atingiu patamar de excelência de 94,1% no trimestre, 1 p.p. melhor que no ano anterior. Neste trimestre, fomos reconhecidos, novamente, pela pesquisa Ebit (Nielsen), que avalia a experiência dos consumidores no *e-commerce*, que nos colocou na categoria diamante, posição mais alta deste ranking.

Outro resultado encorajador da estratégia que estamos executando é o aumento da fidelidade dos nossos clientes com a **evolução do *share of wallet* dos clientes premium**, com uma evolução de 3 pontos percentuais nos últimos 12 meses, somado ao constante crescimento da base de clientes Premium & Valiosos suportada pelo programa de fidelidade (programa Mais).

Ainda no tema fidelização do cliente, temos uma posição privilegiada em **Marcas Próprias** e um grande potencial para o desenvolvimento desta plataforma, que está conectada com a forte confiança que os nossos clientes têm em nossas bandeiras. No 2T24, alcançamos a penetração de 22,5% na venda total das nossas bandeiras, sendo 23,0% da bandeira Pão de Açúcar, 26,5% no Extra Mercado e 20,4% no formato de proximidade. Ao final do 2T24, acumulamos o relançamento de 347 produtos, sob o conceito da nova Qualitá, com novas embalagens que aumentaram a atratividade destes produtos. No primeiro semestre também lançamos 102 novos produtos, de um total de 250 esperados para 2024.

A proposta de valor em Marcas Próprias tem como objetivo entregar ao cliente produtos de alta qualidade, comparáveis ao líder da categoria, com preços extremamente competitivos. A **alta capacidade de fidelização** dos nossos produtos de marca própria é evidenciada pela participação nas cestas dos clientes. Os nossos produtos de marca própria estão presentes em 8 de cada 10 cestas, com destaque para a **frequência média 2,4 vezes maior** dos clientes que compram Marcas Próprias em comparação com aqueles que não compram.

Outra frente relevante na fidelização de nossos clientes ocorre por meio da **Stix**, ecossistema dos programas de fidelidade de grandes marcas, que tem como sócio majoritário o GPA, e que reúne em sua plataforma parceiros líderes do varejo: Pão de Açúcar, Extra Mercado, Raia, Drogasil, Sodimac, C&A e Shell, assim como a Lívolo como parceira financeira na originação de novos clientes para o ecossistema. A Stix tem como objetivo gerar para seus parceiros aumento do gasto médio e frequência por meio de seu ecossistema de coalizão dos programas de fidelidade de empresas líderes do varejo, com um modelo simples e prático de acúmulo e resgate de pontos. No 2T24, a plataforma atingiu 8,8 milhões de clientes com forte aumento de 48% em relação ao fechamento de 2023, sendo que quase 4



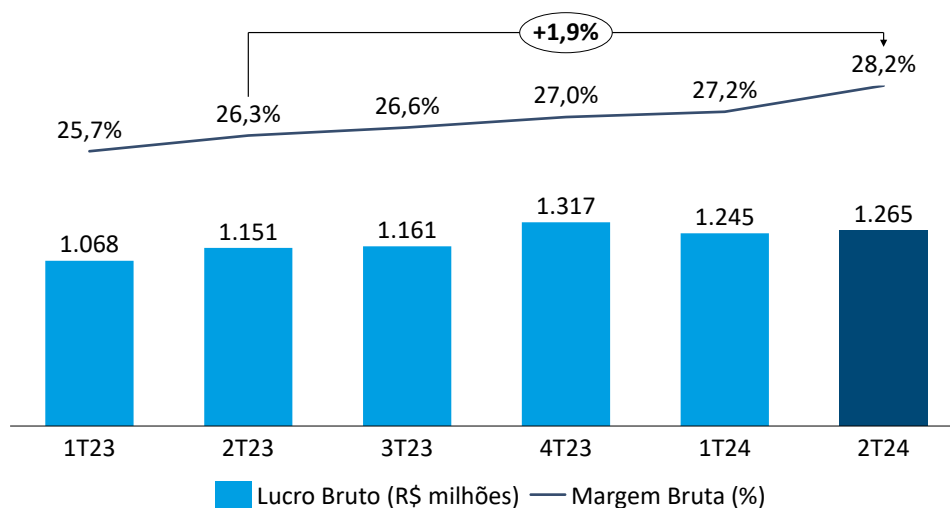
milhões de clientes estão engajados em dois ou mais parceiros do ecossistema. Ao longo do primeiro semestre de 2024, R\$ 198 milhões em pontos foram resgatados no ecossistema Stix, crescimento próximo de 200% em relação ao ano anterior, sendo que 53% dos pontos resgatados foram na modalidade “Stix no caixa”, que apresenta papel importante no aumento da frequência e gasto médio dos clientes em nossas lojas.

Desempenho Financeiro

Maior margem bruta desde 2020 com aceleração das capturas comerciais

Sólida expansão de 1,9 p.p. na comparação com 2T23 e 1,0 p.p. vs. 1T24

Evolução da Rentabilidade – Lucro Bruto



O **Lucro Bruto** totalizou R\$ 1,3 bilhão no 2T24, com margem de 28,2%, demonstrando melhora de 1,9 p.p. e 1,0 p.p. em relação ao 2T23 e 1T24, respectivamente. A contínua evolução do Lucro Bruto na comparação com o ano anterior é resultado, principalmente: (i) da aceleração dos ganhos das negociações comerciais; (ii) do início da captura de ganhos do projeto de eficiência promocional, que começou a ser implementado em abril e já proporcionou impactos positivos em maio e junho; (iii) do crescimento das receitas de *retail media*; e (iv) da redução dos custos logísticos, em parte devido ao projeto de Orçamento Base Zero.

O projeto de **eficiência promocional** tem permitido direcionar, de forma mais efetiva, as ofertas para cada cliente, levando em conta cada perfil de compras. Como resultado, a Companhia concentra as promoções nos itens que realmente importam na cesta de cada cliente, otimizando o investimento em margem sem prejudicar a experiência de compra. O projeto utiliza ferramentas de *machine learning* para fazer essa otimização.

O projeto de **retail media** engloba tanto a venda do espaço de mídia nas nossas lojas quanto o fornecimento de inteligência comercial para nossos fornecedores, o que permite com que eles direcionem de forma otimizada seu investimento de marketing para o público que realmente querem atingir. Temos 90 fornecedores com 200 campanhas realizadas ou em andamento no primeiro semestre de 2024.

Os projetos de eficiência promocional e de *retail media* estão em fase inicial de implantação e apresentam grande potencial de crescimento. Ambos os projetos têm como base a ampla base de informações que o GPA possui sobre o comportamento de seus clientes, obtida por meio do alto nível de identificação dos nossos programas de fidelização (Pão de Açúcar Mais e Clube Extra).

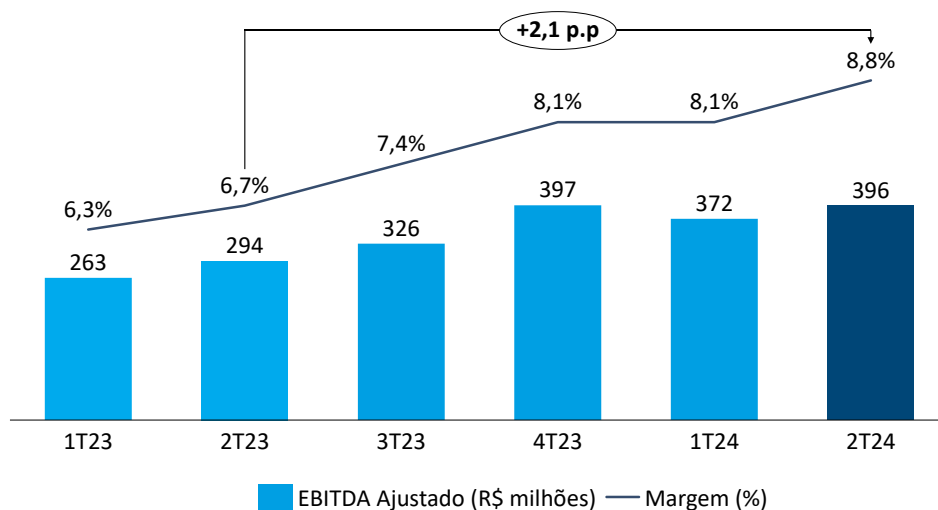
As **Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas** totalizaram R\$ 915 milhões no trimestre, representando 20,4% da receita líquida. O ganho de eficiência de 0,2 p.p. vs. 2T23 foi devido, principalmente, às economias nas despesas de marketing e *utilities*, em parte como resultado das capturas do projeto de Orçamento Base Zero.

A **Equivalência Patrimonial**, formada pela participação do GPA nos resultados da FIC, totalizou R\$ 16 milhões, um aumento de R\$ 1 milhão na comparação com o 2T23. Os destaques da FIC no trimestre foram o controle da inadimplência e o crescimento de 48% na utilização dos cartões próprios em nossos canais de vendas, em especial nos canais de *e-commerce*, o que mostra o reconhecimento da proposta de valor pelos clientes.

Contínuo avanço sequencial da margem EBITDA Ajustado

Expansão de 2,1 p.p. na comparação com o 2T23 e de 0,7 p.p. vs. 1T24

Evolução da Rentabilidade – EBITDA Ajustado GPA Brasil



Como resultado dos efeitos mencionados acima, o **EBITDA Ajustado** do GPA foi de R\$ 396 milhões, representando um crescimento de 34,8% vs. 2T23, e margem EBITDA Ajustado de 8,8%, apresentando melhora de 2,1 p.p. em relação ao 2T23. Estes resultados evidenciam a consistência do processo de *turnaround* da Companhia, com a expansão sequencial na margem EBITDA Ajustado.

Para os próximos trimestres, continuaremos avançando: (i) na negociação com nossos fornecedores sobre aspectos comerciais; (ii) na continuidade dos projetos que trarão impacto no reequilíbrio das categorias diante da nova proposta de valor das bandeiras Pão de Açúcar e Extra Mercado; (iii) na maturação dos projetos de eficiência promocional e *retail media*; (iv) na melhoria da gestão de quebras; (v) na redução de despesas por meio da implementação de novas etapas do projeto de Orçamento Base Zero.

OUTRAS RECEITAS E DESPESAS OPERACIONAIS CONSOLIDADA

No trimestre, as Outras Receitas e Despesas atingiram R\$ (55) milhões. Esse resultado deve-se, principalmente, as despesas relacionadas com fechamentos de cinco lojas do Extra Mercado.

RESULTADO FINANCEIRO CONSOLIDADO

RESULTADO FINANCEIRO (R\$ milhões)	GPA					
	2T24	2T23	Δ %	6M24	6M23	Δ %
Receitas financeiras	48	80	-41,3%	126	172	-26,7%
Despesas financeiras	(246)	(306)	-19,6%	(500)	(619)	-19,2%
Custo da dívida	(139)	(224)	-37,9%	(303)	(447)	-32,2%
Custo de antecipação de recebíveis	(16)	(20)	-20,0%	(33)	(39)	-15,4%
Outras despesas financeiras	(91)	(62)	46,8%	(164)	(133)	23,3%
Resultado Financeiro Líquido	(199)	(226)	-11,9%	(374)	(447)	-16,3%
% Receita Líquida	4,4%	5,2%	-0,8 p.p.	4,1%	5,2%	-1,1 p.p.
Juros sobre passivo de arrendamento	(121)	(112)	8,0%	(243)	(222)	9,5%
Resultado Financeiro Líquido - Pós IFRS 16	(319)	(338)	-5,3%	(617)	(669)	-7,8%
% Receita Líquida - Pós IFRS 16	7,1%	7,7%	-0,6 p.p.	6,8%	7,8%	-1,0 p.p.

O **Resultado Financeiro Líquido** da Companhia totalizou R\$ (199) milhões no 2T24, representando 4,4% da receita líquida. Esse resultado representa uma melhora de 11,9% em relação ao mesmo período do ano passado, principalmente devido à redução de R\$ 1,2 bilhão da dívida líquida e à redução da taxa básica de juros. O ganho relacionado a esses dois fatores foi parcialmente mitigado pelo início do reconhecimento dos juros das parcelas referentes ao Acordo Paulista.



Adicionando os juros sobre o passivo de arrendamento, o montante alcançou R\$ (319) milhões, equivalente a 7,1% da receita líquida.

LUCRO LÍQUIDO CONSOLIDADO CONTINUADO E DESCONTINUADO

EFEITOS PONTUAIS LUCRO LÍQUIDO CONTINUADO (R\$ milhões, exceto quando indicado)	GPA					
	2T24	2T23	Δ R\$	6M24	6M23	Δ R\$
Lucro Líquido Controladores - Operações Continuadas	(272)	(324)	52	(679)	(643)	(36)
(+) Ajustes em Outras Despesas e receitas Operacionais	0	0	0	111	0	111
Provisão Acordo Paulista (contingências de ICMS Estado de São Paulo)	0	0	0	86	0	86
Impairment da venda da sede corporativa	0	0	0	25	0	25
(+) Não reconhecimento de Créditos IR/CSLL	100	57	43	199	72	127
Lucro Líquido Controladores Ajustado - Operações Continuadas	(173)	(267)	95	(369)	(571)	202

No 2T24, o **Prejuízo Líquido Continuo** atingiu R\$ (272) milhões, com melhora de R\$ 52 milhões na comparação com mesmo período do ano passado. Equalizando entre os trimestres o efeito referente aos créditos de IR/CSLL sobre o prejuízo fiscal, apresentaríamos um **Prejuízo Líquido Continuo Ajustado** de R\$ (173) milhões, refletindo uma melhora de R\$ 95 milhões em comparação com o 2T23.

O **Prejuízo Líquido Descontínuo** alcançou R\$ (60) milhões, principalmente, devido ao impacto das contingências trabalhistas do Extra Hiper.

GERAÇÃO DE CAIXA E DÍVIDA LÍQUIDA

VARIACÃO DA DÍVIDA LÍQUIDA - ABERTURA GERENCIAL (R\$ milhões)	GPA					
	2T24	2T23	Δ R\$	LTM ⁽⁴⁾ 2T24	LTM ⁽⁴⁾ 2T23	Δ R\$
EBITDA Ajustado GPA Brasil pré-IFRS 16 ⁽¹⁾	180	90	91	620	275	345
(-) Equivalência Patrimonial	(16)	(15)	(1)	(59)	(50)	(10)
Imposto de Renda Pago	(1)	(0)	(0)	(1)	(1)	(0)
Variacão do capital de giro de mercadorias	36	214	(177)	34	176	(142)
Variacão em Estoques	(114)	114	(227)	(31)	44	(75)
Variacão em Fornecedores	108	70	38	136	93	43
Variacão em Recebíveis	42	30	12	(71)	38	(109)
Variacão em outros ativos e passivos operacionais	21	70	(49)	432	329	102
Fluxo de Caixa Operacional	221	358	(137)	1.025	730	295
Capex ajustado por BTS ⁽²⁾	(158)	(138)	(20)	(753)	(956)	203
Fluxo de Caixa Livre Operacional	63	220	(157)	272	(227)	498
Outras receitas e despesas operacionais	(238)	(163)	(74)	(888)	(1.011)	123
Dividendos	0	20	(20)	94	266	(172)
Fluxo de Caixa Livre Operacional Ajustado	(175)	77	(251)	(522)	(972)	449
Vendas de ativos / oferta ⁽³⁾	220	204	16	2.288	3.356	(1.068)
Fluxo de Caixa depois da venda de ativos	46	281	(235)	1.765	2.384	(619)
Custo financeiro líquido ⁽⁴⁾	(109)	(180)	71	(606)	(814)	208
Variacão da dívida líquida	(64)	100	(164)	1.160	1.570	(411)

(1) considera o EBITDA ajustado por efeitos em Outras Receitas e Despesas Operacionais, com o resultado da Equivalência Patrimonial Operações Nacionais e com custos e despesas com aluguéis; (2) líquido de financiamento no formato *built to suit* para as novas lojas do Pão de Açúcar; (3) inclui receitas com vendas de ativos e com projetos estratégicos, como a venda das lojas de hipermercado e a venda das participações no Éxito e, também, o resultado da oferta pública realizada em março/2024; (4) inclui juros da dívida bruta, rentabilidade do caixa, custos com fianças bancárias e custos com descontos de recebíveis; (5) *Last twelve months* (LTM) – últimos 12 meses.

No período de 12 meses findos no 2T24, a dívida líquida foi reduzida em R\$ 1,2 bilhão, excluindo recebíveis não descontados, impactada pelas vendas de ativos não *core* e oferta pública primária de ações, que totalizaram R\$ 2,3 bilhões, e pela geração de caixa livre operacional, que somou R\$ 272 milhões com expressiva melhora de R\$ 498 milhões em relação ao mesmo período encerrado no 2T23. A melhora do caixa livre operacional é resultado, principalmente, do aumento do EBITDA pré-IFRS 16 e da redução do Capex.

Nas demais linhas do fluxo de caixa, vale mencionar: (i) a melhora de R\$ 123 milhões em Outras Receitas e Despesas Operacionais, resultado, principalmente, da redução de contingências trabalhistas; e (ii) a melhora de R\$ 208 milhões no custo financeiro líquido, impactada pela redução da alavancagem financeira.

Abaixo tabela com detalhe do capital de giro das mercadorias que demonstra estabilidade dos prazos na comparação com o 2T23.



CAPITAL DE GIRO DE MERCADORIAS (R\$ milhões)	GPA						
	2T23	3T23	4T23	1T24	2T24	2T24 vs 2T23	2T24 vs 1T24
(+) Fornecedores	2.197	2.219	3.020	2.225	2.333	136	108
(-) Estoques	(1.965)	(1.992)	(1.950)	(1.882)	(1.996)	(31)	(114)
(-) Recebíveis	(292)	(352)	(468)	(405)	(363)	(71)	42
(=) Capital de giro após recebíveis	(59)	(126)	603	(62)	(26)	34	36
Dias de CMV							
(+) Fornecedores	55	54	73	53	56	1	2
(-) Estoques	(49)	(49)	(47)	(45)	(48)	1	(3)
(-) Recebíveis	(7)	(9)	(11)	(10)	(9)	(1)	1
(=) Capital de giro após recebíveis	(1)	(3)	15	(1)	(1)	1	1

Dívida líquida consolidada

Alavancagem pré-IFRS 16 melhora sequencialmente e atinge 2,8x com redução de R\$ 1,2 bilhão da dívida líquida

ENDIVIDAMENTO (R\$ milhões)	GPA		
	30.06.2024	30.06.2023	Δ R\$
Dívida de Curto Prazo	1.127	1.576	(450)
Empréstimos e Financiamentos	624	1.539	(916)
Debêntures	503	37	466
Dívida de Longo Prazo	3.100	4.585	(1.485)
Empréstimos e Financiamentos	169	1.342	(1.173)
Debêntures	2.931	3.243	(312)
Total da Dívida Bruta	4.226	6.161	(1.934)
Caixa e Equivalentes	(2.443)	(3.217)	774
Dívida Líquida	1.783	2.944	(1.160)
Carteira de Recebíveis de Cartão de Crédito não antecipados	(76)	(29)	(47)
Dívida Líquida incluindo Recebíveis de Cartão de Crédito não antecipados	1.708	2.915	(1.207)
EBITDA Ajustado GPA Brasil (últimos 12 meses)	1.490	1.086	404
Dívida Líquida incluindo Recebíveis de Cartão de Crédito não antecipados / EBITDA Ajustado GPA Brasil (últimos 12 meses)	1,1x	2,7x	-1,5x
EBITDA Ajustado GPA Brasil pré-IFRS 16 (últimos 12 meses)	620	275	345
Dívida Líquida incluindo Recebíveis de Cartão de Crédito não antecipados / EBITDA Ajustado GPA Brasil pré-IFRS 16 (últimos 12 meses)	2,8x	10,6x	-7,9x

A dívida líquida, incluindo o saldo de recebíveis não antecipados, alcançou R\$ 1,7 bilhão, redução de R\$ 1,2 bilhão vs. o mesmo período do ano anterior. A alavancagem financeira pré-IFRS 16, medida pela dívida líquida dividida pelo EBITDA Ajustado do GPA Brasil pré-IFRS 16, que inclui as despesas de aluguéis, apresentou redução de 7,9x na comparação com o 2T23, atingindo 2,8x.

INVESTIMENTOS

CAPEX AJUSTADO ⁽¹⁾ (R\$ milhões)	GPA					
	2T24	2T23	Δ R\$	LTM24	LTM23	Δ R\$
Novas Lojas e Aquisição de Terrenos	29	(9)	38	225	163	62
Reformas, Conversões e Manutenções	63	65	(2)	214	429	(214)
TI, Digital e Logística	65	81	(16)	314	365	(51)
Total	158	138	20	753	956	(203)

(1) líquido de financiamento no formato *built to suit* para as novas lojas do Pão de Açúcar; (2) *Last twelve months* (LTM) – últimos 12 meses.

No 2T24, o Capex ajustado para as operações de *built to suit* (“Capex Ajustado”) atingiu R\$ 158 milhões, com aumento de R\$ 20 milhões vs. o 2T23, principalmente em Novas Lojas e Aquisição de Terrenos. Na visão 12 meses, o Capex Ajustado atingiu R\$ 753 milhões, com redução de R\$ 203 milhões vs. 12 meses findos no 2T23, principalmente em Reformas, Conversões e Manutenção, que em 2022 apresentou maior concentração de investimentos em reformas para as conversões de lojas do Extra hipermercado para o formato de supermercados.



ESG NO GPA

Agenda de iniciativas sociais e de meio ambiente

Compromisso com a Transparência: no 2T24, divulgamos nosso Relatório Anual de Sustentabilidade 2023, como parte do nosso compromisso de integrar a estratégia de negócio com a sustentabilidade. O documento está disponível em nosso site ([link](#)) e mostra os avanços e conquistas nos temas socioambientais, além de uma visão macro do negócio, com governança e transparência.

Em julho, nossas iniciativas para proporcionar um ambiente saudável, seguro, diverso e acolhedor foram reconhecidas pelo *Great Place to Work* (GPTW) e estamos entre as melhores empresas para se trabalhar. Entre os temas de destaque está o reconhecimento do GPA, pelo 4º ano consecutivo, como um ambiente diverso e inclusivo e que oferece oportunidades de crescimento e desenvolvimento profissional.

Promoção da diversidade e inclusão: reforçando nossos compromissos e apoiando na formação de nossos colaboradores e parceiros, realizamos a Quinzena da Diversidade e Sustentabilidade, com uma agenda de conteúdos sobre ESG. Foram mais de 5 mil espectadores participando das palestras, eventos, ações de voluntariado, feira social com pequenos empreendedores e ativações de produtos de fornecedores com atributo ESG. Durante esta agenda o GPA, reforçando seus compromissos, aderiu aos Movimentos Transparência 100% e Raça é Prioridade do Pacto Global da ONU. No mês de junho, em celebração ao Dia Internacional do Orgulho LGBTQIA+, fortalecendo nosso compromisso de respeito e promoção aos direitos LGBTQIA+, realizamos ações de engajamento interno com mais de 1.240 colaboradores diretamente impactados. Por fim, durante a Quinzena da Diversidade e Sustentabilidade, foram arrecadadas mais de 1,5 tonelada de alimentos em uma gincana interna para os(as) colaboradores(as), que foram doados para uma organização parceira, SP Invisível, apoiando na complementação de até 3 milhões de refeições.

Combate às mudanças climáticas: seguimos com nosso compromisso público de reduzir as emissões de escopo 1 e 2 em 50% até 2025 (ano-base 2015), evoluindo nos projetos de substituição de gases refrigerantes em lojas. O consumo de energia de fontes renováveis também se mantém em linha com o nosso compromisso de atingir 100% das lojas de média-tensão migradas para o Mercado Livre de Energia em 2024, atingindo um percentual de 95,8% no 2T24. No 2T24, geramos uma redução de 7% das emissões de escopo 1 e 2 em comparação ao mesmo período de 2023, resultado gerado, principalmente, pelas reformas realizadas e pelo aumento no consumo de energia de fontes renováveis.

Bem-estar animal: no 2T24, promovemos iniciativas para incentivar o consumo consciente da carne suína em parceria com a Associação Brasileira dos Criadores de Suínos (ABCS), dentre as ações, estão a divulgação da cartilha orientativa de biossegurança e bem-estar animal para produtores de suínos, em prol da evolução da cadeia. Além disso, por meio do Programa Qualidade desde a Origem (QDO), promovemos um encontro com mais de 600 fornecedores de FLV, carne bovina e suína, onde discutimos como o programa se integra ao pilar estratégico de ESG do GPA e, também, aproveitamos para reconhecer os fornecedores que demonstraram as melhores práticas no ano de 2023 nos quesitos sociais, ambientais e de qualidade.

Impacto social: o GPA, por meio do Instituto GPA, doou 10 toneladas de alimentos para a população atingida pelas chuvas no Rio Grande do Sul, que foram somadas a 64,2 toneladas doadas pelos nossos clientes, parceiros e colaboradores em uma campanha promovida nas bandeiras Pão de Açúcar e Extra. A doação foi feita em parceria com a ONG Amigos do Bem e outras nove organizações sociais, e entregue diretamente as pessoas atingidas na região. Esse volume compõe as mais de 449,4 toneladas de alimentos que já foram doadas em 2024 nas Campanhas de Arrecadação para mais de 100 organizações sociais.



MOVIMENTAÇÃO DE LOJAS POR BANDEIRAS

No 2T24 abrimos 10 novas lojas, sendo 9 lojas no formato proximidade e 1 loja da bandeira Pão de Açúcar. No mesmo período fechamos 8 lojas (5 da bandeira Extra Mercado e 3 proximidades)

Os fechamentos realizados no trimestre estão em linha com o processo de ajuste do parque de lojas diante da avaliação da performance das lojas, condições do mercado competitivo e movimentações do restante do parque.

Lojas por Bandeira	1T24	2T24					
	Nº de Lojas	Abertas	Abertas por conversão	Fechadas	Fechadas para conversão	Nº de lojas	Área de vendas m ² (mil)
GPA	698	10	0	-7	0	701	558
Pão de Açúcar	193	1	0	0	0	194	266
Extra Mercado	178	0	0	-5	0	173	207
Mini Extra	144	3	0	0	0	147	36
Minuto Pão de Açúcar	182	6	0	-2	0	186	46
Lojas em Conversão / Análise	1	0	0	0	0	1	2

DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS CONSOLIDADAS

Balanco Patrimonial

BALANÇO PATRIMONIAL			
(R\$ milhões)	ATIVO		
	Consolidado		
	30.06.2024	30.06.2023	
Ativo Circulante	6.019	28.951	
Caixas e Equivalentes de Caixa	2.443	3.217	
Aplicações financeiras	14	0	
Contas a Receber	364	292	
Cartões de Crédito	76	29	
Tickets de vendas e duplicatas a receber	269	229	
Provisão para Devedores Duvidosos	(2)	(1)	
Provenientes de Acordos Comerciais	21	35	
Estoques	1.996	1.965	
Tributos a Recuperar	688	949	
Créditos com Controladores - CP	0	0	
Ativos Disponíveis para Venda	202	21.870	
Créditos com Partes Relacionadas	0	0	
Despesas Antecipadas e Outras Contas a Receber	312	658	
Ativo Não Circulante	14.022	15.447	
Realizável a Longo Prazo	5.095	5.873	
Contas a Receber	0	0	
Cartões de Crédito	0	0	
Tributos a Recuperar	2.556	2.850	
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	1.143	1.289	
Partes Relacionadas	17	46	
Depósitos para Recursos Judiciais	428	686	
Despesas Antecipadas e Outros	951	1.002	
Investimentos	802	837	
Propriedades para Investimento	0	0	
Imobilizado	6.217	6.742	
Intangível	1.908	1.995	
TOTAL DO ATIVO	20.041	44.398	

DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS CONSOLIDADAS

Balanco Patrimonial

BALANÇO PATRIMONIAL			
(R\$ milhões)	PASSIVO		
	Consolidado		
	30.06.2024	30.06.2023	
Passivo Circulante	5.834	18.141	
Fornecedores	2.448	2.289	
Fornecedores - convênio	165	217	
Empréstimos e Financiamentos	624	1.539	
Debêntures	503	37	
Passivo de Arrendamento	460	516	
Salário e Encargos Sociais	394	318	
Impostos e Contribuições a Recolher	401	262	
Financiamento Compra de Imóveis	156	192	
Partes Relacionadas	6	86	
Propaganda	16	15	
Provisão para Reestruturação	7	12	
Receitas a apropriar	167	167	
Passivos sobre Ativos Não-Correntes a Venda	132	11.981	
Outros	355	510	
Passivo Não Circulante	9.869	12.539	
Empréstimos e Financiamentos	169	1.342	
Debêntures	2.931	3.243	
Passivo de Arrendamento	3.854	3.664	
Imposto de renda e contribuição social a recolher	276	0	
Financiamento por compra de ativos	0	0	
Partes Relacionadas	0	0	
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	0	4	
Impostos Parcelados	678	80	
Provisão para Demandas Judiciais	1.460	2.840	
Receitas a apropriar	65	85	
Provisão para perda de investimento em associadas	0	892	
Outros	436	389	
Patrimônio Líquido	4.339	13.719	
Atribuído aos Acionistas Controladores	4.332	11.220	
Capital Social	2.511	8.466	
Reservas de Capital	(73)	20	
Reservas de Lucro	1.894	4.421	
Outros resultados Abrangentes no Patrimônio	(1)	(1.686)	
Participação de Acionistas não Controladores	7	2.499	
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	20.041	44.398	



DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS CONSOLIDADAS
DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO DO EXERCÍCIO – 2º TRIMESTRE DE 2024

(R\$ Milhões)	Consolidado		
	2T24	2T23	Δ
Receita Bruta	4.787	4.688	2,1%
Receita Líquida	4.489	4.381	2,5%
Custo das Mercadorias Vendidas	(3.194)	(3.201)	-0,2%
Depreciação (Logística)	(30)	(29)	5,0%
Lucro Bruto	1.265	1.151	9,9%
Despesas com Vendas	(741)	(769)	-3,5%
Despesas Gerais e Administrativas	(174)	(133)	30,6%
Desp. com Vendas, Gerais e Administrativas	(915)	(902)	1,5%
Resultado da Equiv. Patrimonial	16	(26)	n.d.
Outras Despesas e Receitas Operacionais	(55)	(25)	119,8%
Depreciação e Amortização	(260)	(252)	3,1%
EBIT - Lucro operac. antes do result. financeiro e impostos	51	(54)	n.d.
Receitas Financeiras	48	80	-40,6%
Despesas Financeiras	(367)	(418)	-12,1%
Resultado Financeiro Líquido	(319)	(337)	-5,4%
Lucro (Prejuízo) Operacional Antes I.R.	(268)	(391)	-31,4%
Imposto de Renda	(3)	67	n.d.
Lucro (Prejuízo) Líquido Companhia - operações em continuidade	(271)	(324)	-16,3%
Lucro (Prejuízo) Líquido Companhia - operações descontinuadas	(60)	(29)	109,9%
Lucro Líquido Companhia Consolidado	(331)	(353)	-6,0%
Lucro (Prejuízo) Líquido dos Acionistas Controladores - op. em continuidade	(272)	(324)	-15,9%
Lucro (Prejuízo) dos Acionistas Controladores - op. Descontinuadas	(60)	(101)	-40,8%
Lucro (Prejuízo) dos Acionistas Controladores Consolidado	(332)	(425)	-21,9%
Participação de Acionistas Não Controladores - op. em continuidade	1	0	982,6%
Participação de Acionistas Não Controladores - op. descontinuadas	0	73	-100,0%
Participação de Acionistas Não Controladores Consolidado	1	73	-98,4%
EBITDA - Lucro oper. antes da deprec. resultado financeiro e impostos	341	227	50,3%
EBITDA Ajustado⁽¹⁾	396	252	57,2%

% da Receita Líquida	Consolidado		
	2T24	2T23	Δ
Lucro Bruto	28,2%	26,3%	1,9 p.p.
Despesas com Vendas	-16,5%	-17,5%	1,0 p.p.
Despesas Gerais e Administrativas	-3,9%	-3,0%	-0,8 p.p.
Desp. com Vendas, Gerais e Adm.	-20,4%	-20,6%	0,2 p.p.
Resultado da Equiv. Patrimonial	0,4%	-0,6%	n.d.
Outras Despesas e Receitas Operacionais	-1,2%	-0,6%	-0,6 p.p.
Depreciação e Amortização	-5,8%	-5,8%	0,0 p.p.
EBIT - Lucro operac. antes do result. financeiro e impostos	1,1%	-1,2%	n.d.
Resultado Financeiro Líquido	-7,1%	-7,7%	0,6 p.p.
Lucro (Prejuízo) Operacional Antes I.R.	-6,0%	-8,9%	3,0 p.p.
Imposto de Renda	-0,1%	1,5%	n.d.
Lucro (Prejuízo) Líquido Companhia - operações em continuidade	-6,0%	-7,4%	1,4 p.p.
Lucro Líquido Companhia Consolidado	-7,4%	-8,0%	0,7 p.p.
Lucro (Prejuízo) Líquido dos Acionistas Controladores - op. em continuidade	-6,1%	-7,4%	1,3 p.p.
Lucro (Prejuízo) dos Acionistas Controladores Consolidado	-7,4%	-9,7%	2,3 p.p.
Participação de Acionistas Não Controladores - op. em continuidade	0,0%	0,0%	0,0 p.p.
Participação de Acionistas Não Controladores Consolidado	0,0%	1,7%	-1,6 p.p.
EBITDA - Lucro oper. antes da depr., result. financeiro e impostos	7,6%	5,2%	2,4 p.p.
EBITDA Ajustado⁽¹⁾	8,8%	5,7%	3,1 p.p.

(1) EBITDA Ajustado exclui Outras Receitas e Despesas Operacionais

