



RELEASE DE  
**RESULTADOS**  
4T24

18 de fevereiro de 2025



Teleconferência sobre  
os Resultados do 4T24

Quarta-feira

**19 de fevereiro de 2025**

9h00 (horário de Brasília)

7h00 (NY)

12h00 (Londres)

**Português (idioma original)**

Videoconferência: [www.gpari.com.br](http://www.gpari.com.br)

**Inglês (tradução simultânea)**

Videoconferência: [www.gpari.com.br](http://www.gpari.com.br)

Replay: [www.gpari.com.br](http://www.gpari.com.br)

## Divulgação de resultados 4T24

São Paulo, 18 de fevereiro de 2025. O GPA [B3: PCAR3] anuncia o resultado do 4º trimestre de 2024.

Em decorrência 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, essas operações passaram a ser tratadas contabilmente como operações descontinuadas (IFRS 5/CPC 31). Assim, os efeitos nas Demonstrações de Resultado foram ajustados retroativamente, conforme a Deliberação CVM nº 598/09, que trata de ativos não circulantes mantidos para venda e operações descontinuadas.

A partir do 1T24, as atividades dos postos de combustíveis (“Postos”) também começaram a ser classificadas como operações descontinuadas (IFRS 5/CPC 31), resultando em ajustes retroativos na demonstração do resultado e nas notas explicativas, de acordo com a Deliberação CVM nº 598/09, que trata de ativos não circulantes mantidos 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 incluem comparações relativas ao mesmo período de 2023, exceto onde indicado de outra forma.

### Margem EBITDA Ajustado de 9,5%, o melhor patamar desde 2020, impulsionada por uma aceleração na performance da venda mesmas lojas

- **Venda mesmas lojas com aumento de 9,6%**, representando uma forte aceleração de 4,6 p.p. vs. 3T24;
  - Bandeira Pão de Açúcar cresce 10,2%, aceleração de 5,5 p.p. vs. 3T24;
  - Bandeira Extra Mercado cresce 10,3%, aceleração de 4,5 p.p. vs. 3T24;
- **E-commerce segue trajetória de alto crescimento com 16,2% no trimestre, com a penetração nas vendas totais atingindo 12,2%;**
- **Market share com ganho de 0,6 p.p. em São Paulo** no mercado de autosserviço, consolidando dois anos de ganho contínuo;
  - Pão de Açúcar acelera a captura de *market share* no segmento *premium*, enquanto o formato proximidade avança 1,6 p.p. frente a pequenos supermercados;
- **Margem Bruta alcançou 27,2%, evolução de 0,2 p.p. vs. 4T23;**
- **Margem EBITDA Ajustado<sup>(1)</sup> atingiu 9,5%, aumento de 1,4 p.p. vs. 4T23;**
- **Dívida Líquida com redução significativa de R\$ 883 milhões (-40%) em 12 meses, enquanto a alavancagem financeira pré-IFRS 16<sup>(2)</sup> atingiu 1,6x vs. 5,0x no 4T23.**

DRE (R\$ milhões, exceto quando indicado)	GPA Consolidado					
	4T24	4T23	Δ	12M24	12M23	Δ
Receita Bruta	5.585	5.254	6,3%	20.048	19.159	4,6%
Receita Líquida	5.220	4.884	6,9%	18.790	17.793	5,6%
Lucro Bruto	1.417	1.317	7,6%	5.172	4.697	10,1%
Margem Bruta	27,2%	27,0%	0,2 p.p.	27,5%	26,4%	1,1 p.p.
Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas	(961)	(964)	-0,2%	(3.688)	(3.585)	2,9%
% da Receita Líquida	18,4%	19,7%	-1,3 p.p.	19,6%	20,1%	-0,5 p.p.
Equivalência Patrimonial Operações Nacionais	15	15	1,1%	64	51	26,6%
Equivalência Patrimonial Operações Internacionais <sup>(3)</sup>	0	0	-	0	717	-100,0%
<b>EBITDA Ajustado Consolidado<sup>(1)</sup></b>	<b>498</b>	<b>397</b>	<b>25,4%</b>	<b>1.664</b>	<b>1.279</b>	<b>30,1%</b>
Margem EBITDA Ajustado <sup>(1)</sup>	9,5%	8,1%	1,4 p.p.	8,9%	7,2%	1,7 p.p.
Outras Despesas e Receitas Operacionais	(628)	(89)	602,4%	(939)	(213)	339,6%
<b>Lucro Líquido Controladores – Operações Continuadas</b>	<b>(737)</b>	<b>(91)</b>	<b>710,2%</b>	<b>(1.669)</b>	<b>71</b>	<b>-</b>
Margem Líquida – Controladores – Operações Continuadas	-14,1%	-1,9%	-12,2 p.p.	-8,9%	0,4%	-9,3 p.p.
<b>Lucro Líquido Controladores – Operações Descontinuadas<sup>(4)</sup></b>	<b>(367)</b>	<b>(212)</b>	<b>73,2%</b>	<b>(738)</b>	<b>(2.342)</b>	<b>-68,5%</b>
<b>Lucro Líquido Controladores Consolidado<sup>(5)</sup></b>	<b>(1.104)</b>	<b>(303)</b>	<b>264,6%</b>	<b>(2.407)</b>	<b>(2.271)</b>	<b>6,0%</b>

(1) Lucro operacional antes de juros, impostos, depreciação e amortização ajustado pelas Outras Desp. e Rec. Oper. Exclui impactos do perímetro internacional (Cnova) em 2023; (2) Dívida Líquida dividida pelo EBITDA Ajustado Consolidado pré-IFRS 16 últimos 12 meses; (3) A partir do 4T23, devido a venda da totalidade da participação detida na Cnova, o resultado da equivalência patrimonial das Operações Internacionais é nulo; (4) Inclui resultado da operação descontinuada de hipermercados, postos de combustível e do Grupo Éxito; (5) Considera resultados das operações continuadas e descontinuadas

## Temas Estruturantes e Excepcionais registrados no 4T24

No 4T24, avançamos em temas relevantes e estruturantes para o longo prazo que somaram R\$ (385) milhões no resultado, sendo R\$ (272) milhões no resultado continuado e R\$ (113) milhões no resultado descontinuado. O efeito caixa destes temas está concentrado, principalmente, aos parcelamentos dos acordos tributários, que proporcionaram redução dos valores em discussão, e aos gastos com rescisões no projeto de reestruturação administrativa, que trarão economias estimadas em cerca de R\$ 100 milhões em 2025.

Além disso, o resultado foi impactado por temas excepcionais relacionados a provisões tributárias e trabalhistas, totalizando R\$ (503) milhões, sendo R\$ (291) milhões no resultado continuado e R\$ (211) milhões no resultado descontinuado, com efeito caixa esperado no longo prazo e possibilidade de acordos no interim.

Excluindo esses efeitos, o prejuízo líquido das operações continuadas reduziria de R\$ (737) milhões para R\$ (174) milhões, enquanto o das operações descontinuadas passaria de R\$ (367) milhões para R\$ (43) milhões.

Abaixo, detalhamos cada um dos temas na tabela.

TEMAS ESTRUTURANTES	Efeito Resultado (R\$ milhões)	Efeito Caixa	Comentários
Acordos Tributários e Outros	Consolidado	(186)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Acordo com o Estado Bahia: <b>pgto. no 1T25 (desconto de 50%)</b></li> <li>Acordo Federal: <b>pgto. em 12 parcelas a partir do 3T25</b> com utilização parcial de créditos fiscais. <b>(desconto de 70%)</b></li> </ul>
	Continuado	(80)	
	Descontinuado	(107)	
Impairment	Consolidado	(155)	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Não há impacto caixa</b></li> </ul>
	Continuado	(150)	
	Descontinuado	(5)	
Reestruturação Administrativa	Consolidado	(44)	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Impacto caixa líquido positivo, considerando uma economia anual estimada em R\$ 100 milhões</b></li> </ul>
	Continuado	(43)	
	Descontinuado	(1)	
Total Estruturantes	Consolidado	(385)	
	Continuado	(272)	
	Descontinuado	(113)	

TEMAS EXCEPCIONAIS	Efeito Resultado (R\$ milhões)	Efeito Caixa	Comentários
Provisão de Contingência de INSS	Consolidado	(303)	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Expectativa de impacto caixa no longo prazo com base no histórico de ações semelhantes (histórico: 5 a 8 anos)</b></li> <li><b>Possível acordo para redução antes do pagamento, com base no histórico de discussões</b></li> </ul>
	Continuado	(191)	
	Descontinuado	(111)	
Recomposição de Provisão Trabalhista	Consolidado	(200)	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Impacto no longo prazo</b></li> </ul>
	Continuado	(100)	
	Descontinuado	(100)	
Total Excepcionais	Consolidado	(503)	
	Continuado	(291)	
	Descontinuado	(211)	

Total Estruturantes e Excepcionais	Consolidado	(887)
	Continuado	(563)
	Descontinuado	(324)

## Mensagem do CEO

Chegamos ao ano que marca a entrega do primeiro triênio do projeto de turnaround do GPA. Finalizamos essa etapa do nosso processo de retomada com a sensação de dever cumprido e superação de todas as nossas expectativas, ratificando a resiliência e o potencial da nossa Companhia e da nossa gente. Apesar de 2024 ter sido marcado por um contexto macroeconômico mais desafiador do que o previsto, fomos capazes de superar as adversidades e alcançar resultados excepcionais, alicerçados nos nossos seis pilares estratégicos: vendas, clientes, digital, expansão, rentabilidade e ESG e cultura.

Foram muitos marcos e avanços relevantes, que colocam a Companhia em um novo patamar. Para mencionar alguns deles: evoluímos em nossa estratégia multicanal, consolidando a transformação iniciada em 2023, com a migração de 100% dos pedidos para separação e entrega de nossas centrais de distribuição para nossas lojas. Assim, alcançamos resultados recordes de penetração e pudemos realizar prazos de entregas cada vez mais rápidos, alinhados com a expectativa e necessidade dos(as) nossos(as) clientes. Demos continuidade ao nosso plano de expansão, com foco nas lojas de proximidade no Estado de São Paulo, especialmente da bandeira Minuto Pão de Açúcar, entregando 60 novas unidades no ano.

Nesse ano, replicamos o trabalho de gestão de categorias e ajuste dos estoques realizado no ano anterior no Pão de Açúcar para as lojas do Extra, e passamos a ter o produto certo, na loja certa, com a quantidade adequada, diminuindo as perdas e garantindo a satisfação dos(as) nossos(as) clientes. Outro destaque foi nosso negócio de *retail media*, com a comercialização de espaços publicitários em nossas lojas e rentabilização dos nossos ativos digitais.

Consolidamos a proposta de valor de nossas marcas, com o lançamento da campanha “Você Feliz é Tudo de Pão”, resgatando a essência da felicidade, expressa no DNA do Pão de Açúcar, com o reforço de que a rede está sempre presente nos momentos especiais dos(as) clientes. No Extra, lançamos a “Mais que mais barato”, ressaltando características que vão além da economia, como experiência de compra, qualidade, variedade e ótimo atendimento, posicionando a bandeira como o melhor supermercado do bairro.

Nossa paixão pelo(a) cliente, um dos valores do Grupo, tem refletido resultados positivos, com a evolução da satisfação dos(as) consumidores(as), mensurada pelo Net Promoter Score (NPS), que teve uma incrível melhora, saltando de 72,6 pontos em janeiro, para 80 pontos em dezembro de 2024.

Nossas iniciativas nos pilares ambiental, social e de governança seguiram sendo aprimoradas. No âmbito social, destaca-se o Instituto GPA, com a ampliação do programa Mãos na Massa, de capacitação e geração de renda no segmento alimentar. Atingimos a marca de 49,6% de mulheres líderes, em linha com a meta de 50% até 2025; assinamos o Movimento Raça é Prioridade e Movimento Transparência 100%, ambos realizados pelo Pacto Global da ONU em prol da equidade racial e da governança empresarial, respectivamente. E ainda renovamos nosso compromisso com o combate às mudanças climáticas com a meta de redução de 70% das emissões de gases de efeito estufa até 2040.

Ainda nesse ano, como reflexo do novo momento da Companhia, renovamos nossa cultura, a partir da escuta e da pesquisa com nossos(as) colaboradores(as), parceiros de negócios, mercado e sociedade. Mantemos o propósito de “Alimentar sonhos e vidas”, com foco no respeito às pessoas e ao alimento, e ancorados em uma nova missão e valores alinhados à essência do Grupo.

Investimos em nossos(as) colaboradores(as) por meio de programas de desenvolvimento e capacitação – com mais de 689 mil horas de treinamento no ano – e oportunidades internas de crescimento profissional. Demos sequência ao nosso estágio afirmativo para pessoas pretas e pardas, com o recorde de mais de 1,6 mil inscritos, e relançamos o nosso Programa de Trainees, depois de mais de dez anos.

O momento é de celebração por todos os avanços realizados neste primeiro triênio, e de agradecimento aos(as) nossos(as) colaboradores(as), que acreditaram em nossas propostas e nos ajudaram a construir um novo GPA, aos





nossos parceiros e fornecedores, que acreditam que juntos chegamos mais longe, e ao Conselho de Administração, por toda a orientação e apoio em nossas decisões.

Seguimos otimistas, iniciando 2025 em um outro patamar para a Companhia, fortalecidos pela assertividade da estratégia adotada que seguirá baseada em nossos seis pilares, e focados na aceleração de ganhos, trabalhando todos os dias para entregar os melhores resultados para nossos(as) acionistas(as) e, principalmente, a melhor experiência de compra para nossos(as) clientes.

***Marcelo Pimentel***  
***Diretor Presidente do GPA***

# Desempenho de Vendas

## Crescimento de vendas totais

RECEITA BRUTA (R\$ milhões)	4T24		Variação 4T24/4T23	
	Vendas totais	Participação das vendas (%)	Total lojas	Mesmas lojas ex. efeito calendário <sup>(5)</sup>
Pão de Açúcar	2.822	50,5%	8,4%	10,2%
Extra Mercado <sup>(1)</sup>	1.819	32,6%	6,3%	10,3%
Proximidade	619	11,1%	14,4%	4,9%
Outros negócios <sup>(2)</sup>	74	1,3%	6,0%	n.d.
<b>GPA ex. Aliados</b>	<b>5.334</b>	<b>95,5%</b>	<b>8,3%</b>	<b>9,6%</b>
Aliados <sup>(3)</sup>	251	4,5%	-23,8%	n.d.
<b>GPA<sup>(4)</sup></b>	<b>5.585</b>	<b>100,0%</b>	<b>6,3%</b>	<b>9,6%</b>

(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 +0,3 p.p. na venda mesmas lojas.

No 4T24, as vendas totais foram de R\$ 5,6 bilhões, com um aumento de 6,3%. Excluindo o formato Aliados, modelo de venda direta para pequenos comércios, as vendas atingiram R\$ 5,3 bilhões, com um crescimento de 8,3%.

O formato Proximidade segue em destaque, com aumento de 14,4%, suportado pela abertura de 59 lojas nos últimos 12 meses (sendo 29 lojas no 4T24). As novas lojas continuam apresentando maturação acelerada (aproximadamente sete meses, em média).

O 4T24 refletiu de forma clara os avanços operacionais alcançados nos últimos trimestres, impulsionados pela complementariedade de nossa oferta por meio de diferentes bandeiras e formatos. Esse progresso se traduziu em uma aceleração significativa do crescimento em mesmas lojas e na continuidade dos ganhos de *market share*. Além do forte crescimento, destaca-se o aumento consistente de volume, em especial no formato *premium*.

## Crescimento mesmas lojas por bandeira e formato

Crescimento YoY Mesmas Lojas <sup>(1)</sup>	4T22	1T23	2T23	3T23	4T23	1T24	2T24	3T24	4T24
Pão de Açúcar	6,7%	7,5%	8,6%	7,2%	4,2%	6,7%	2,7%	4,6%	10,2%
Extra Mercado	4,1%	2,2%	3,5%	2,5%	2,0%	4,5%	3,4%	5,8%	10,3%
Proximidade	13,5%	8,8%	5,4%	0,4%	0,2%	2,3%	6,9%	4,6%	4,9%

(1) Ajuste do efeito calendário de +0,3 p.p. no 4T24

As vendas mesmas lojas apresentaram crescimento de 9,6% ex. efeito calendário.

**No Pão de Açúcar, as vendas mesmas lojas cresceram 10,2%**, demonstrando uma forte aceleração em relação ao trimestre anterior. Esse crescimento foi impulsionado pelo aumento do volume de vendas combinado com o incremento do ticket médio, especialmente nas categorias de perecíveis, que tiveram maior impacto da inflação no período. A bandeira também se destacou como a principal responsável pelo ganho de *market share* em São Paulo, superando os formatos de autosserviço, atacarejo e bandeiras *premium*.

**No Extra Mercado, o crescimento de vendas mesmas lojas atingiu 10,3%**, registrando, mais uma vez, o maior avanço da série histórica iniciada no 1T22. Esse desempenho reflete, principalmente, o aumento do volume de vendas, com destaque para as categorias de mercearia. Assim como no Pão de Açúcar, os perecíveis também se sobressaíram pelo forte aumento do preço médio, impactado pela inflação dos principais itens.

No 2T24, iniciamos um projeto de revisão do sortimento e da gestão de categorias no Extra Mercado. Nesse processo, foram definidos a nova proposta de valor da marca, os perfis das lojas e os papéis de cada categoria, alinhados à nova estratégia. Como parte dessa transformação, (i) revitalizamos 60 lojas em 2024 (sendo 43 no 4T24) com nova departamentalização e ajustes nas fachadas; (ii) revisamos a clusterização de preços e promoções; e (iii) implementamos uma revisão estratégica do sortimento.

Os resultados até o momento são bastante positivos, confirmando o potencial de crescimento e rentabilidade da bandeira. As 60 lojas revitalizadas apresentaram, no período pós-revitalização, um *uplift* de vendas de 6,7 p.p., contribuindo para a aceleração de vendas da bandeira. A nova proposta de valor posiciona o Extra Mercado como um supermercado *mainstream* de bairro, com excelência em atendimento e serviços, integrando-se à jornada de reabastecimento dos clientes e fortalecendo as categorias de Carnes, Aves e Padaria, além de manter um foco competitivo na Mercearia Básica.

**No formato de Proximidade, as vendas mesmas lojas cresceram 4,9%.** As unidades inauguradas a partir de 2022 continuam a contribuir significativamente para esse avanço, registrando crescimento de dois dígitos nas mesmas lojas, evidenciando a eficácia dos projetos de expansão dos últimos anos. No 4T24, registramos um avanço relevante no *market share* (+1,6 p.p.) em comparação aos supermercados menores (com menos de 1.000 m<sup>2</sup>), mantendo a disciplina de rentabilidade em um formato que proporciona margens atrativas para a Companhia.

Por fim, o **formato de Aliados**, voltado para a venda direta a pequenos comércios, gerou R\$ 251 milhões em vendas no trimestre, representando uma redução de 23,8% em relação ao 4T23. Desde o início de 2024, iniciamos um processo de reequilíbrio desse modelo, priorizando a rentabilidade, o que justifica a queda no volume de vendas observada. O processo de reequilíbrio desse formato foi concluído em 2024, portanto a nova base de comparação já é refletida a partir do início de 2025.

## Avanço de 1,4 p.p. no *Market share* no estado de São Paulo em 24 meses

Consistência do ganho de *market share*, em linha com o nosso plano estratégico para aumento da rentabilidade

Desde abril de 2022 temos seguido com disciplina e a consistência na execução nosso plano estratégico, o que vem resultando em um crescente reconhecimento dos nossos clientes e pode ser observado pelos avanços relevantes que obtivemos em ganhos de *market share*.

No 4T24, registramos um **aumento de 0,6 p.p. no *market share* no estado de São Paulo**, consolidando dois anos de aumento contínuo. Em um período **acumulado de dois anos**, tivemos um expressivo com **crescimento de 1,4 p.p.**

Essa evolução contínua é reflexo, principalmente, do nosso foco estratégico no segmento *premium*, com o fortalecimento da proposta de valor da bandeira Pão de Açúcar que tem entregado um sólido crescimento na base de mesmas lojas, com performance superior ao mercado *premium*, assim como a expansão do formato de proximidade *premium* com o Minuto Pão de Açúcar.

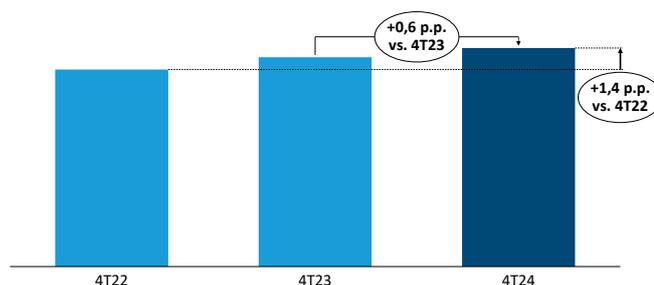
O **formato de proximidade**, com as bandeiras Minuto Pão de Açúcar e Mini Extra, continuou com **avanço significativo de *market share*, ganhando 1,6 p.p.** na comparação com os supermercados de pequeno porte na grande SP, confirmando o sucesso da proposta de valor entregue aos clientes neste formato.

## Expansão: Sucesso na maturação das lojas de proximidade. Abertura de 60 lojas nos últimos 12 meses, sendo 29 lojas no 4T24

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, direcionadas ao público mais afluyente, estão localizadas em pontos de alta qualidade e apresentam rápida maturação, com uma média de sete meses, além de alta performance. As safras de 2022, 2023 e 2024 superaram as margens das lojas inauguradas anteriormente e apresentam uma rentabilidade média superior à rentabilidade consolidada da Companhia.

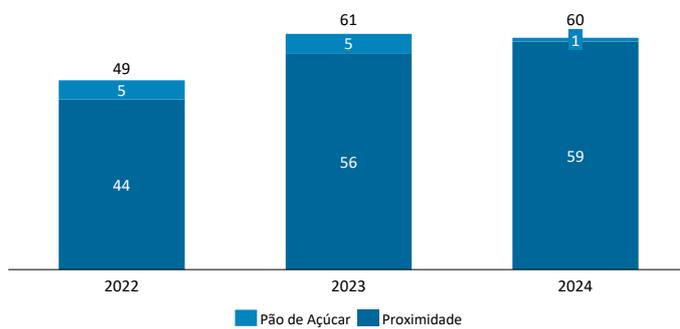
No 4T24, inauguramos 29 lojas do formato de proximidade: 14 Minuto Pão de Açúcar, 12 Mini Extra e 3 Pão de Açúcar Fresh. Em 2024, inauguramos um total de 60 novas lojas, sendo: (i) 59 no formato de proximidade, que incluem 34 Minuto Pão de Açúcar, 21 Mini Extra e 4 Pão de Açúcar Fresh; e (ii) 1 loja Pão de Açúcar.

Varição Market Share estado de São Paulo GPA Total Lojas



Fonte: Nielsen, mercado de autosserviço

Abertura de novas lojas



Nota: Não considera conversões

## Liderança no e-commerce de alimentos

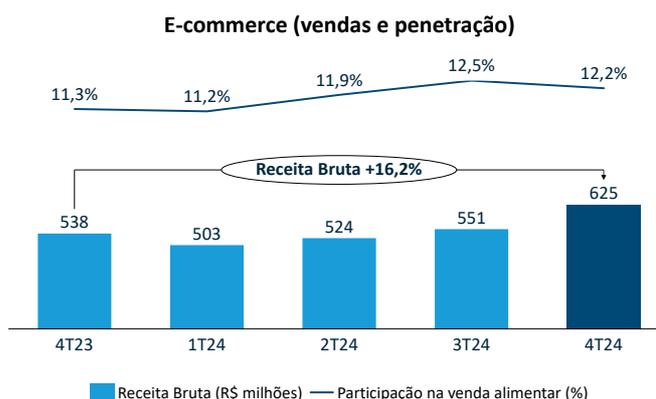
Forte trajetória de crescimento em 2024, com expansão da margem EBITDA e impacto positivo na margem consolidada

No 4T24, nossa receita de e-commerce cresceu 16,2%, reforçando a liderança tanto nos canais próprios (1P) quanto nas plataformas parceiras (3P). No acumulado de 2024, registramos um aumento de 18,0% em relação a 2023, totalizando R\$ 2,2 bilhões em vendas. Além disso, a penetração do e-commerce no total das vendas alimentares atingiu 12,2% no 4T24, um avanço de 0,8 p.p. em comparação ao ano anterior.

O trimestre foi marcado pela Black Friday, que vem ganhando cada vez mais relevância no calendário do varejo de alimentos. De acordo com a Nielsen, em 2024, essa foi a data de maior impacto sazonal do ano.

O desempenho do e-commerce durante a Black Friday merece destaque especial: alcançamos nosso recorde histórico de vendas em um único dia, registrando um crescimento de 18% em relação a 2023, com melhora na margem. Esse resultado reflete o sucesso do nosso planejamento e execução, garantindo uma excelente experiência para os clientes. O índice de entregas dentro do prazo (*ontime*) atingiu 89%, enquanto o percentual de pedidos completos chegou a 91%, ambos com melhorias significativas na comparação anual.

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 um modelo 100% *ship from store*, a margem de contribuição do e-commerce registrou um avanço significativo em 2024. Esse movimento gerou uma margem incremental para nossas lojas e impactou positivamente a margem consolidada.



## Clientes & NPS: Excelência no atendimento com 80 pontos de NPS

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

No 4T24, continuamos a apresentar uma evolução significativa na qualidade do atendimento, **alcançando 80 pontos de NPS**, um aumento de 4,2 pontos em comparação ao ano anterior. Assim como nos trimestres anteriores, essa melhoria foi sentida em todas as nossas bandeiras, com destaque para o Extra Mercado que alcançou 84 pontos de NPS com avanço de 7,2 pontos.

Esse progresso é fruto de diversas iniciativas, com destaque para o treinamento contínuo dos colaboradores e a revitalização das lojas, além de melhorias na experiência do cliente, especialmente em relação à percepção de preços, disponibilidade de produtos e a estrutura das lojas, sendo que neste último aspecto fizemos ao longo de 2024 a revitalização de 86 lojas (26 do Pão de Açúcar e 60 do Extra Mercado).

O Extra Mercado também conquistou o prêmio Top of Mind na categoria supermercados, sendo a marca mais lembrada na Baixada Santista – uma região estratégica onde operamos 45 das 170 lojas da bandeira.

Além disso, reafirmando nosso compromisso em superar as expectativas de clientes e fornecedores, vencemos três categorias do Prêmio Popai Brasil, que destaca as melhores iniciativas de merchandising, ações e retail marketing do varejo. Conquistamos o primeiro lugar em: (i) melhor material de ponto de venda, com a campanha de colecionáveis para nossos Cliente Mais; (ii) melhores ações de trade marketing e retail media, pelo projeto circuito retail media Pão de Açúcar; e (iii) melhor projeto de varejo, com a loja *flagship* em parceria com a Heineken.

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 2,2 pontos percentuais nos últimos 12 meses, somado ao constante crescimento da base de clientes *Premium* & *Valiosos* suportada pelo programa de fidelidade (programa Pão de Açúcar Mais).

Em relação à fidelização do cliente, as **Marcas Próprias** têm um papel fundamental e ainda com um grande potencial para desenvolvimento, considerando a forte confiança que nossos clientes depositam em nossas bandeiras e marcas. A proposta de valor das Marcas Próprias visa oferecer produtos de alta qualidade, comparáveis aos líderes de categoria, a preços extremamente competitivos. A eficácia na fidelização de nossos produtos de marca própria é evidente pela sua participação nas cestas de compras. Nossos produtos estão presentes em 8 de cada 10 cestas, e os clientes que compram Marcas Próprias têm uma frequência média de compra 2,4 vezes maior em comparação àqueles que não



compram. No 4T24, atingimos uma penetração de 20,6% nas vendas totais das nossas bandeiras, com destaque para a bandeira Extra Mercado com 24,2% de penetração.

Outra frente importante na fidelização de nossos clientes é a **Stix**, um **ecossistema de programas de fidelidade** de grandes marcas, cujo sócio majoritário é o GPA. Este ecossistema reúne parceiros líderes do varejo, como Pão de Açúcar, Extra Mercado, Raia, Drogasil, Sodimac, C&A e Shell, além de contar com a Lívolo como parceira financeira para a atração de novos clientes.

No quarto trimestre de 2024, a Stix alcançou 11,3 milhões de clientes, dos quais 90% são ativos, representando um expressivo crescimento de 88% em relação ao final de 2023. Esse avanço foi impulsionado pela adesão de clientes da Lívolo e da Shell, que ingressaram recentemente no ecossistema.

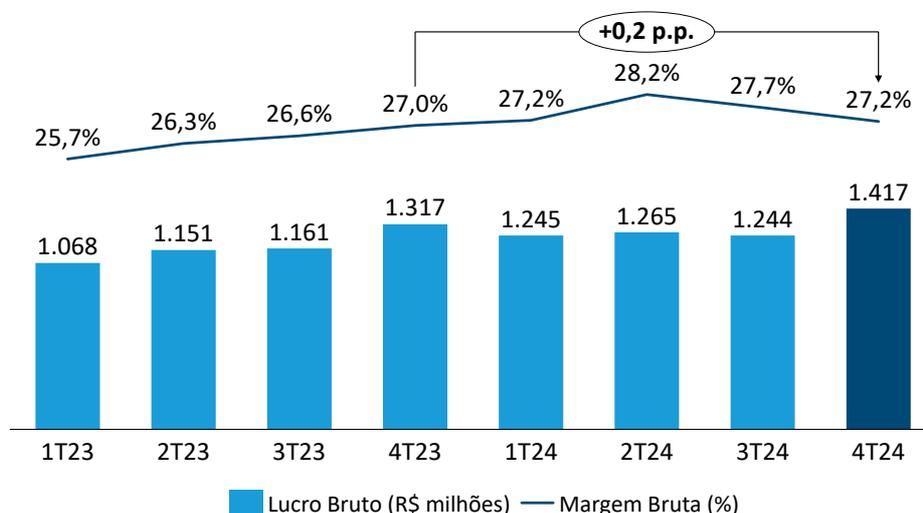
A estratégia da Stix foca no aumento do gasto médio e da frequência de compras dos clientes por meio da integração dos programas de fidelidade, proporcionando uma experiência mais conveniente para acumular e resgatar pontos. Como reflexo dessa abordagem, em 2024, o volume de pontos acumulados cresceu 102% em relação a 2023, impulsionado também pela expansão da rede de parceiros. Os resgates de pontos apresentaram um crescimento ainda mais significativo, avançando 107% na comparação com o ano anterior. Esse aumento foi impulsionado, sobretudo, pela implementação do PagStix Lívolo, modelo que permite o pagamento direto no caixa com pontos Lívolo. Notadamente, 96% dos resgates foram realizados na modalidade de utilização dos pontos gerados pela coalizão para pagamento direto no caixa, consolidando seu papel essencial na elevação da frequência e do ticket médio dos clientes em nossas lojas.

## Desempenho Financeiro

### Margem bruta em patamar sólido, com crescimento anual contínuo

Expansão de 0,2 p.p. na comparação com o 4T23

#### Evolução da Rentabilidade – Lucro Bruto



O **Lucro Bruto** alcançou R\$ 1,4 bilhão no 4T24, com uma margem de 27,2%, representando um avanço de 0,2 p.p. em relação ao 4T23. Essa evolução contínua do Lucro Bruto em comparação ao ano anterior foi impulsionada, principalmente, por: (i) maior eficiência nas negociações comerciais; (ii) ajustes operacionais nas bandeiras e formatos, otimizando a rentabilidade; e (iii) crescimento das receitas de retail media, que apresenta margens mais atrativas.

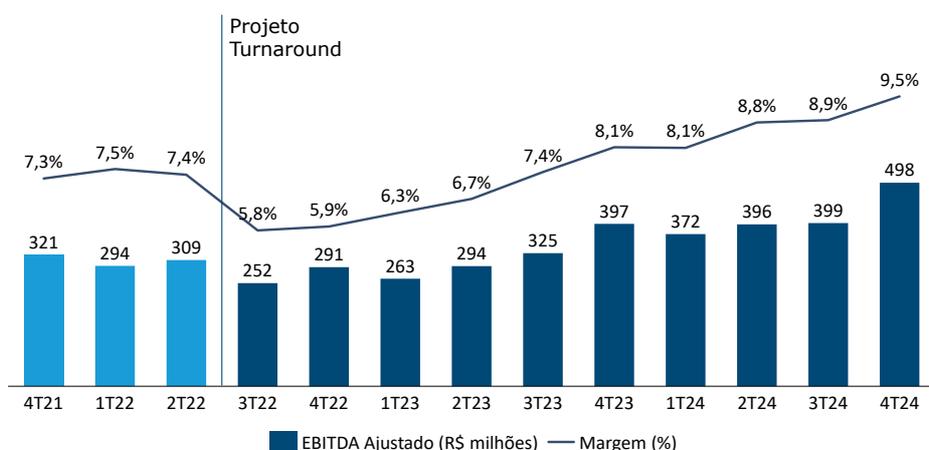
O projeto de **Retail Media** tem avançado significativamente, fortalecendo sua proposta de valor para os fornecedores ao oferecer uma solução integrada que combina ativos físicos, digitais, inteligência comercial e ações personalizadas baseadas no comportamento dos clientes. Esse modelo permite uma alocação mais estratégica dos investimentos em marketing, otimizando os retornos. Em 2024, mais que dobramos a receita proveniente das campanhas e produtos de retail media, registrando um aumento de 157,4% versus 2023.

A **Equivalência Patrimonial**, formada pela participação do GPA nos resultados da FIC, totalizou R\$ 15 milhões, estável na comparação com o 4T23. Os destaques da FIC no trimestre foram o contínuo controle da inadimplência e um expressivo crescimento na utilização dos cartões próprios em nossos canais de vendas, especialmente no e-commerce, onde as compras com o cartão de crédito do Pão de Açúcar representaram 21% das vendas totais. Esse desempenho contribuiu significativamente para fortalecer a fidelização dos clientes com nossas marcas.

## Margem EBITDA Ajustado Consolidado renova melhor nível desde 2021

Expansão de 1,4 p.p. na comparação com o 4T23

### Evolução da Rentabilidade – EBITDA Ajustado



As **Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas** totalizaram R\$ 961 milhões no trimestre, correspondendo a 18,4% da receita líquida, apresentando um ganho de eficiência de 1,3 p.p. na comparação com o 4T23. Essa melhora foi impulsionada pela alavancagem operacional positiva, decorrente da aceleração do crescimento em mesmas lojas, além da redução de despesas operacionais em geral, especialmente em utilidades, e o encerramento das despesas em partes relacionadas com o antigo controlador.

No 4T24, iniciamos um projeto de reestruturação voltado à simplificação da nossa estrutura administrativa. Com essa iniciativa, buscamos aumentar a eficiência por meio da ampliação do uso de tecnologia e automação de processos, visando uma redução anual de despesas estimada em R\$ 100 milhões. Esse movimento da continuidade às ações implementadas no segundo semestre de 2022, que resultaram em uma economia aproximada de R\$ 130 milhões.

Como resultado dos fatores mencionados, o **EBITDA Ajustado Consolidado** atingiu R\$ 498 milhões, refletindo um crescimento de 25,4% em relação ao 4T23, com uma margem de 9,5%, que representa uma melhora de 1,4 p.p. em comparação ao 4T23. Esses resultados destacam a consistência do processo de turnaround da Companhia, evidenciando uma expansão contínua na margem EBITDA Ajustado.

Para os próximos trimestres, continuaremos a avançar em: (i) negociações com nossos fornecedores sobre aspectos comerciais; (ii) continuidade dos projetos que promoverão o reequilíbrio das categorias em linha com a nova proposta de valor das bandeiras Pão de Açúcar e Extra Mercado; (iii) evolução do negócio de *retail media*; (iv) aprimoramento da gestão de quebras; (v) redução de despesas por meio da implementação das novas etapas do projeto de Orçamento Base Zero; e (vi) captura dos ganhos com a reestruturação administrativa.

### Outras Receitas e Despesas Operacionais

No trimestre, as Outras Receitas e Despesas atingiram R\$ (628) milhões. Conforme já destacado na página 3 do documento, tivemos o impacto de temas estruturantes e excepcionais no resultado continuado, que somados, representaram R\$ (563) milhões. Excluindo esses impactos, as Outras Receitas e Despesas passariam para R\$ (65) milhões.

## Resultado Financeiro

RESULTADO FINANCEIRO (R\$ milhões)	GPA					
	4T24	4T23	Δ %	12M24	12M23	Δ %
Receitas Financeiras	56	216	-74,0%	238	633	-62,4%
Despesas Financeiras	(246)	(266)	-7,7%	(991)	(1.187)	-16,5%
Custo da dívida	(136)	(182)	-25,0%	(583)	(851)	-31,5%
Custo de antecipação de recebíveis	(22)	(18)	24,5%	(73)	(74)	-1,0%
Outras despesas financeiras	(87)	(67)	31,1%	(335)	(262)	28,1%
<b>Resultado Financeiro Líquido – pré IFRS 16</b>	<b>(190)</b>	<b>(51)</b>	<b>274,5%</b>	<b>(753)</b>	<b>(553)</b>	<b>36,1%</b>
% Receita Líquida – Pré-IFRS 16	-3,6%	-1,0%	-2,6 p.p.	-4,0%	-3,1%	-0,9 p.p.
Juros sobre passivo de arrendamento	(123)	(117)	4,7%	(488)	(453)	7,7%
<b>Resultado Financeiro Líquido – pós-IFRS 16</b>	<b>(313)</b>	<b>(168)</b>	<b>86,2%</b>	<b>(1.241)</b>	<b>(1.006)</b>	<b>23,3%</b>
% Receita Líquida - Pós IFRS 16	-6,0%	-3,4%	-2,6 p.p.	-6,6%	-5,7%	-0,9 p.p.

No 4T24, o **Resultado Financeiro Líquido – pré-IFRS 16** totalizou R\$ (190) milhões, representando 3,6% da receita líquida. A seguir, destacam-se os principais impactos em relação ao 4T23:

- As Receitas Financeiras registraram uma queda de 74,0%, impactadas principalmente pelo reconhecimento, no 4T23, da marcação a mercado da participação de 13,3% no Éxito, que gerou um efeito positivo de R\$ 139 milhões. Desconsiderando esse efeito, a redução teria sido de 27,4%, refletindo a menor posição de caixa e a redução da taxa de remuneração.
- As Despesas Financeiras apresentaram uma redução de 7,7%, decorrente da redução da dívida bruta e da taxa de juros.

No 4T24, o Resultado Financeiro Líquido – Pós-IFRS 16, incluindo os juros sobre o passivo de arrendamento, alcançou R\$ (313) milhões, equivalente a 6,0% da receita líquida.

### Lucro Líquido Continuado e Descontinuado

Conforme destacado na página 3 do documento, no 4T24 o **Prejuízo Líquido Continuado** foi impactado por temas estruturantes e excepcionais, totalizando R\$ (563) milhões. Sem esses efeitos, o prejuízo líquido das operações continuadas reduziria de R\$ (737) milhões para R\$ (174) milhões. Da mesma forma, o **Prejuízo Líquido Descontinuado** foi afetado pelos mesmos fatores, somando R\$ (324) milhões, o que reduziria o prejuízo dessas operações de R\$ (367) milhões para R\$ (43) milhões.

## Geração de Caixa e Dívida Líquida

VARIÇÃO DA DÍVIDA LÍQUIDA - ABERTURA GERENCIAL (R\$ milhões)	GPA					
	4T24	4T23	Δ R\$	12M24	12M23	Δ R\$
<b>EBITDA Ajustado Consolidado pré-IFRS 16<sup>(1)</sup></b>	<b>286</b>	<b>170</b>	<b>116</b>	<b>811</b>	<b>438</b>	<b>374</b>
Equivalência Patrimonial	(15)	(15)	(0)	(64)	(51)	(13)
Imposto de Renda Pago	(1)	(0)	(1)	(2)	(0)	(1)
<b>Varição do capital de giro de mercadorias</b>	<b>766</b>	<b>728</b>	<b>38</b>	<b>109</b>	<b>206</b>	<b>(97)</b>
Varição em Estoques	(3)	40	(43)	(62)	93	(155)
Varição em Fornecedores	857	793	64	120	154	(33)
Varição em Recebíveis	(88)	(105)	17	50	(41)	91
<b>Varição em outros ativos e passivos operacionais</b>	<b>45</b>	<b>293</b>	<b>(248)</b>	<b>76</b>	<b>439</b>	<b>(363)</b>
<b>Fluxo de Caixa Operacional</b>	<b>1.081</b>	<b>1.176</b>	<b>(95)</b>	<b>930</b>	<b>1.032</b>	<b>(102)</b>
Capex ajustado por BTS <sup>(2)</sup>	(178)	(164)	(14)	(674)	(726)	52
<b>Fluxo de Caixa Livre Operacional</b>	<b>903</b>	<b>1.012</b>	<b>(109)</b>	<b>256</b>	<b>305</b>	<b>(50)</b>
Outras receitas e despesas operacionais	(131)	(231)	99	(702)	(805)	103
Dividendos	0	0	0	124	250	(126)
<b>Fluxo de Caixa Livre Operacional Ajustado</b>	<b>772</b>	<b>781</b>	<b>(10)</b>	<b>(322)</b>	<b>(249)</b>	<b>(73)</b>
Vendas de ativos / oferta <sup>(3)</sup>	20	113	(93)	1.828	792	1.036
<b>Fluxo de Caixa depois da venda de ativos</b>	<b>791</b>	<b>894</b>	<b>(103)</b>	<b>1.506</b>	<b>542</b>	<b>963</b>
Custo financeiro líquido <sup>(4)</sup>	(156)	(173)	17	(595)	(735)	140
<b>Varição da dívida líquida</b>	<b>635</b>	<b>721</b>	<b>(86)</b>	<b>911</b>	<b>(192)</b>	<b>1.103</b>

(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

Para fins de comparação, analisaremos as variações no período de 12 meses encerrado no 4T24 (12M24). Nesse intervalo, a dívida líquida, excluindo os recebíveis não descontados, foi reduzida em R\$ 911 milhões. Essa queda foi impulsionada pela venda de ativos não core e pela oferta pública primária de ações, que juntas totalizaram R\$ 1,8 bilhão, além do fortalecimento operacional. O EBITDA Ajustado Consolidado pré-IFRS 16 atingiu R\$ 811 milhões, um aumento de R\$ 374 milhões em relação a 12M23, resultando em uma Geração de Caixa Livre Operacional de R\$ 256 milhões.

Vale destacar que, na variação de outros ativos e passivos operacionais, observamos, na comparação entre 2024 e 2023, uma redução decorrente do menor efeito líquido da monetização de créditos tributários, que, a partir de 2024, retornaram a patamares normalizados.

Adicionalmente, outras melhorias no fluxo de caixa incluem a redução de R\$ 52 milhões em CAPEX, uma melhora de R\$ 140 milhões no Custo Financeiro Líquido — impulsionada principalmente pela redução de 40% da dívida líquida no período — e um avanço de R\$ 103 milhões em outras receitas e despesas operacionais. Em relação a essa última linha, vale destacar que, em 12M24, houve impactos não recorrentes, incluindo: (i) pagamentos para acordos tributários, como a adesão ao Acordo Paulista, totalizando aproximadamente R\$ (185) milhões; (ii) pagamentos de processos trabalhistas relacionados ao Extra Hiper, que já estão em fase de redução, no valor de cerca de R\$ (227) milhões; e (iii) despesas com reestruturações, incluindo o fechamento de lojas, estimadas em aproximadamente R\$ 70 milhões.

Abaixo a tabela com detalhe do capital de giro das mercadorias na comparação entre 4T24 e 4T23.

CAPITAL DE GIRO DE MERCADORIAS (R\$ milhões)	GPA						
	4T23	1T24	2T24	3T24	4T24	4T24 vs 4T23	4T24 vs 3T24
(+) Fornecedores	3.012	2.225	2.333	2.276	3.133	120	857
(-) Estoques	(1.952)	(1.882)	(1.996)	(2.011)	(2.014)	(62)	(3)
(-) Recebíveis	(458)	(405)	(363)	(319)	(408)	50	(88)
<b>(=) Capital de giro após recebíveis</b>	<b>603</b>	<b>(62)</b>	<b>(26)</b>	<b>(55)</b>	<b>711</b>	<b>109</b>	<b>766</b>
<b>Dias de CMV</b>							
(+) Fornecedores	73	53	56	55	64	(9)	9
(-) Estoques	(47)	(45)	(48)	(48)	(41)	6	7
(-) Recebíveis	(11)	(10)	(9)	(8)	(8)	3	(1)
<b>(=) Capital de giro após recebíveis</b>	<b>15</b>	<b>(1)</b>	<b>(1)</b>	<b>(1)</b>	<b>15</b>	<b>(0)</b>	<b>16</b>

## Dívida líquida consolidada

Expressiva redução de 40% da dívida líquida e alavancagem financeira pré-IFRS 16 que atinge 1,6x

ENDIVIDAMENTO (R\$ milhões)	GPA		
	31.12.2024	31.12.2023	Δ R\$
<b>Dívida de Curto Prazo</b>	<b>850</b>	<b>972</b>	<b>(122)</b>
Empréstimos e Financiamentos	16	941	(925)
Debêntures	834	31	803
<b>Dívida de Longo Prazo</b>	<b>3.172</b>	<b>4.302</b>	<b>(1.130)</b>
Empréstimos e Financiamentos	722	983	(261)
Debêntures	2.474	3.319	(845)
Instrumentos Financeiros	(23)	0	(23)
<b>Total da Dívida Bruta</b>	<b>4.022</b>	<b>5.274</b>	<b>(1.252)</b>
Caixa e Equivalentes	(2.631)	(2.971)	340
<b>Dívida Líquida</b>	<b>1.391</b>	<b>2.303</b>	<b>(911)</b>
Carteira de Recebíveis de Cartão de Crédito não antecipados	(88)	(118)	30
<b>Dívida Líquida incluindo Recebíveis de Cartão de Crédito não antecipados</b>	<b>1.303</b>	<b>2.185</b>	<b>(883)</b>
EBITDA Ajustado Consolidado (últimos 12 meses)	1.664	1.279	385
<b>Dívida Líquida incluindo Recebíveis de Cartão de Crédito não antecipados / EBITDA Ajustado Consolidado (últimos 12 meses)</b>	<b>0,8x</b>	<b>1,7x</b>	<b>-0,9x</b>
EBITDA Ajustado Consolidado pré-IFRS 16 (últimos 12 meses)	811	438	374
<b>Dívida Líquida incluindo Recebíveis de Cartão de Crédito não antecipados / EBITDA Ajustado Consolidado pré-IFRS 16 (últimos 12 meses)</b>	<b>1,6x</b>	<b>5,0x</b>	<b>-3,4x</b>

A dívida líquida, incluindo o saldo de recebíveis não antecipados, encerrou o período em R\$ 1,3 bilhão, representando uma redução de R\$ 0,9 bilhão em relação a 2023. A alavancagem financeira pré-IFRS 16, calculada pela relação entre a dívida líquida e o EBITDA Ajustado Consolidado pré-IFRS 16 (incluindo despesas com aluguéis), registrou uma queda expressiva de 3,4x na comparação com o 4T23, atingindo 1,6x.

## Investimentos

CAPEX AJUSTADO <sup>(1)</sup> (R\$ milhões)	GPA					
	4T24	4T23	Δ R\$	12M24	12M23	Δ R\$
Expansão	33	25	8	134	127	8
Reformas, Conversões e Manutenções	44	59	(15)	223	261	(38)
TI, Digital e Logística	101	80	20	317	339	(22)
<b>Total</b>	<b>178</b>	<b>164</b>	<b>14</b>	<b>674</b>	<b>726</b>	<b>(52)</b>

(1) Líquido de financiamento no formato *built to suit* para as novas lojas da bandeira Pão de Açúcar

No 4T24, o **Capex ajustado** para as operações de *built to suit* ("Capex Ajustado") alcançou R\$ 178 milhões, representando um aumento de R\$ 14 milhões em relação ao 4T23, principalmente na categoria TI, Digital e Logística.

Em 12M24, o Capex Ajustado totalizou R\$ 674 milhões, uma diminuição de R\$ 52 milhões em comparação com os 12M23. Essa queda deve-se, em grande parte, à redução nos investimentos em Reformas, Conversões e Manutenções, que no período anterior estavam mais concentrados em reformas para a conversão de lojas do Extra hipermercado para o formato de supermercados.



## ESG NO GPA

### Agenda de iniciativas sociais e de meio ambiente

**Cadeias de valor responsáveis:** No 4T24, lançamos a *Cartilha de Boas Práticas Socioambientais* para fornecedores e parceiros em um evento híbrido que reuniu mais de 700 participantes. O encontro promoveu palestras e debates sobre temas essenciais como direitos humanos, diversidade, integridade e mudanças climáticas. No pilar de bem-estar animal, assumimos o compromisso de engajar 100% dos fornecedores frigoríficos de carne bovina em critérios responsáveis de produção até 2025.

**Promoção de diversidade e inclusão:** Encerramos o 4T24 superando nossa meta anual de 48,3% de mulheres em posições de liderança, atingindo 49,6%, com mais de 120 contratações e 170 promoções. Reforçando nosso compromisso com a equidade racial, alcançamos 58,7% de representatividade negra em liderança e 50,9% na alta liderança (gerentes e acima). Como reconhecimento por nossas iniciativas, conquistamos o primeiro lugar no ranking geral do Índice de Equidade Racial nas Empresas (IERE), destacando-nos nas categorias de Recenseamento Empresarial, Capacitação e Recrutamento.

**Combate às mudanças climáticas:** No 4T24, reduzimos em 6,7% as emissões de gases de efeito estufa (GEE) dos escopos 1 e 2 em relação a 2023, evitando a emissão de mais de 16 mil toneladas de CO<sub>2</sub>. Esse avanço reflete os investimentos em *retrofit* das casas de máquinas e a atuação eficaz na identificação e correção de vazamentos, alinhando-se ao compromisso de reduzir 50% das emissões desses escopos até 2025.

**Impacto social:** Encerramos o ano com mais de 1.100 participações no *Programa de Voluntariado Colabora*, superando a meta de 700 e reforçando o engajamento dos colaboradores em nosso propósito de alimentar sonhos e vidas. Por meio do *Programa Parceria Contra o Desperdício*, doamos 1,2 mil toneladas de alimentos, somadas a outras 850 toneladas arrecadadas pelos clientes em campanhas mensais nas lojas Pão de Açúcar e Mercado Extra. Essas iniciativas beneficiaram mais de 330 organizações sociais parceiras do Instituto GPA.

## Movimentação de Lojas por Bandeira

No 4T24 abrimos 29 novas lojas, sendo todas no formato proximidade. No mesmo período fechamos 6 lojas (3 de proximidade, 3 da bandeira Pão de Açúcar)

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	3T24	4T24					
	Nº de Lojas	Abertas	Abertas por conversão	Fechadas	Fechadas para conversão	Nº de lojas	Área de vendas m <sup>2</sup> (mil)
<b>GPA</b>	<b>703</b>	<b>29</b>	<b>0</b>	<b>-6</b>	<b>0</b>	<b>726</b>	<b>557</b>
Pão de Açúcar	193	0	0	-3	0	190	262
Extra Mercado	170	0	0	0	0	170	201
Mini Extra	148	12	0	0	0	160	40
Minuto Pão de Açúcar	191	17	0	-3	0	205	52
Lojas em Conversão / Análise	1	0	0	0	0	1	2

## Demonstrações Financeiras Consolidadas

### Balço Patrimonial

BALANÇO PATRIMONIAL			
(R\$ milhões)	ATIVO		
	Consolidado		
	31.12.2024	31.12.2023	
<b>Ativo Circulante</b>	<b>6.116</b>	<b>7.523</b>	
Caixas e Equivalentes de Caixa	2.631	2.971	
Aplicações financeiras	15	777	
Contas a Receber	408	458	
Cartões de Crédito	88	118	
Tickets de vendas e duplicatas a receber	286	311	
Provisão para Devedores Duvidosos	(1)	(3)	
Provenientes de Acordos Comerciais	35	32	
Estoques	2.014	1.952	
Tributos a Recuperar	648	1.078	
Crédito com Controladores - CP	0	11	
Ativos Disponíveis para Venda	122	0	
Despesas Antecipadas e Outras Contas a Receber	278	276	
<b>Ativo Não Circulante</b>	<b>13.587</b>	<b>14.528</b>	
Realizável a Longo Prazo	4.892	5.113	
Tributos a Recuperar	2.368	2.535	
Instrumentos Financeiros	23	0	
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	1.184	1.078	
Partes Relacionadas	5	52	
Depósitos para Recursos Judiciais	332	517	
Despesas Antecipadas e Outros	979	931	
Investimentos	804	864	
Imobilizado	6.147	6.577	
Intangível	1.744	1.974	
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>19.703</b>	<b>22.051</b>	

## Demonstrações Financeiras Consolidadas

### Balço Patrimonial

BALANÇO PATRIMONIAL			
(R\$ milhões)	PASSIVO		
	Consolidado		
	31.12.2024	31.12.2023	
<b>Passivo Circulante</b>	<b>6.356</b>	<b>6.225</b>	
Fornecedores	2.975	2.730	
Fornecedores - convênio	372	524	
Empréstimos e Financiamentos	16	941	
Debêntures	834	31	
Passivo de Arrendamento	451	474	
Salário e Encargos Sociais	437	381	
Impostos e Contribuições a Recolher	457	411	
Financiamento Compra de Imóveis	156	112	
Partes Relacionadas	6	85	
Propaganda	12	13	
Provisão para Reestruturação	4	11	
Receitas a apropriar	174	168	
Passivos sobre Ativos Não-Correntes a Venda	117	0	
Outros	345	345	
<b>Passivo Não Circulante</b>	<b>10.412</b>	<b>11.104</b>	
Empréstimos e Financiamentos	722	983	
Debêntures	2.474	3.319	
Passivo de Arrendamento	3.877	3.826	
Imposto de renda e contribuição social a recolher	286	270	
Impostos Parcelados	625	69	
Provisão para Demandas Judiciais	2.042	2.152	
Receitas a apropriar	59	75	
Outros	327	410	
<b>Patrimônio Líquido</b>	<b>2.935</b>	<b>4.722</b>	
Atribuído aos Acionistas Controladores	2.926	4.717	
Capital Social	2.511	1.807	
Reservas de Capital	(63)	26	
Reservas de Lucro	479	2.886	
Outros resultados Abrangentes no Patrimônio	(1)	(2)	
Participação de Acionistas não Controladores	9	5	
<b>TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>19.703</b>	<b>22.050</b>	

## Demonstrações Financeiras Consolidadas

### Demonstração de Resultado do Exercício – 4º Trimestre de 2024

(R\$ Milhões)	Consolidado		
	4T24	4T23	Δ
<b>Receita Bruta</b>	<b>5.585</b>	<b>5.254</b>	<b>6,3%</b>
<b>Receita Líquida</b>	<b>5.220</b>	<b>4.884</b>	<b>6,9%</b>
<b>Custo das Mercadorias Vendidas</b>	<b>(3.777)</b>	<b>(3.538)</b>	<b>6,7%</b>
Depreciação (Logística)	(26)	(28)	-6,8%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>1.417</b>	<b>1.317</b>	<b>7,6%</b>
Despesas com Vendas	(797)	(810)	-1,6%
Despesas Gerais e Administrativas	(164)	(153)	7,0%
<b>Desp. com Vendas, Gerais e Adm.</b>	<b>(961)</b>	<b>(964)</b>	<b>-0,2%</b>
Resultado da Equiv. Patrimonial	15	15	1,1%
Outras Despesas e Receitas Operacionais	(628)	(89)	602,4%
Depreciação e Amortização	(265)	(254)	4,3%
<b>EBIT - Lucro operac. antes do result. financeiro e impostos</b>	<b>(422)</b>	<b>25</b>	<b>-</b>
Receitas Financeiras	56	216	-74,2%
Despesas Financeiras	(369)	(383)	-3,8%
<b>Resultado Financeiro Líquido</b>	<b>(313)</b>	<b>(168)</b>	<b>86,8%</b>
<b>Lucro (Prejuízo) Operacional Antes I.R.</b>	<b>(735)</b>	<b>(143)</b>	<b>414,9%</b>
Imposto de Renda	(1)	54	-
Lucro (Prejuízo) Líquido Companhia - operações em continuidade	(736)	(89)	729,6%
Lucro (Prejuízo) Líquido Companhia - operações descontinuadas	(367)	(212)	73,2%
<b>Lucro Líquido Companhia Consolidado</b>	<b>(1.103)</b>	<b>(301)</b>	<b>267,0%</b>
<b>Lucro (Prejuízo) Líquido dos Acionistas Controladores - op. em continuidade</b>	<b>(737)</b>	<b>(91)</b>	<b>710,2%</b>
Lucro (Prejuízo) Líquido dos Acionistas Controladores - op. Descontinuadas	(367)	(212)	73,2%
<b>Lucro (Prejuízo) Líquido dos Acionistas Controladores Consolidado</b>	<b>(1.104)</b>	<b>(303)</b>	<b>264,6%</b>
Participação de Acionistas Não Controladores - op. em continuidade	1	2	-54,2%
Participação de Acionistas Não Controladores - op. descontinuadas	0	0	-
<b>Participação de Acionistas Não Controladores Consolidado</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>-54,2%</b>
<b>EBITDA - Lucro oper. antes da deprec. resultado financeiro e impostos</b>	<b>(130)</b>	<b>308</b>	<b>-</b>
<b>EBITDA Ajustado<sup>(1)</sup></b>	<b>498</b>	<b>397</b>	<b>25,4%</b>

% da Receita Líquida	Consolidado		
	4T24	4T23	Δ
<b>Lucro Bruto</b>	<b>27,2%</b>	<b>27,0%</b>	<b>0,2 p.p.</b>
Despesas com Vendas	-15,3%	-16,6%	1,3 p.p.
Despesas Gerais e Administrativas	-3,1%	-3,1%	0,0 p.p.
<b>Desp. com Vendas, Gerais e Adm.</b>	<b>-18,4%</b>	<b>-19,7%</b>	<b>1,3 p.p.</b>
Resultado da Equiv. Patrimonial	0,3%	0,3%	0,0 p.p.
Outras Despesas e Receitas Operacionais	-12,0%	-1,8%	-10,2 p.p.
Depreciação e Amortização	-5,1%	-5,2%	0,1 p.p.
<b>EBIT - Lucro operac. antes do result. financeiro e impostos</b>	<b>-8,1%</b>	<b>0,5%</b>	<b>-8,6 p.p.</b>
<b>Resultado Financeiro Líquido</b>	<b>-6,0%</b>	<b>-3,4%</b>	<b>-2,6 p.p.</b>
<b>Lucro (Prejuízo) Operacional Antes I.R.</b>	<b>-14,1%</b>	<b>-2,9%</b>	<b>-11,2 p.p.</b>
Imposto de Renda	0,0%	1,1%	-1,1 p.p.
Lucro (Prejuízo) Líquido Companhia - operações em continuidade	-14,1%	-1,8%	-12,3 p.p.
<b>Lucro Líquido Companhia Consolidado</b>	<b>-21,1%</b>	<b>-6,2%</b>	<b>-15,0 p.p.</b>
Lucro (Prejuízo) Líquido dos Acionistas Controladores - op. em continuidade	-14,1%	-1,9%	-12,3 p.p.
<b>Lucro (Prejuízo) dos Acionistas Controladores Consolidado</b>	<b>-21,2%</b>	<b>-6,2%</b>	<b>-14,9 p.p.</b>
Participação de Acionistas Não Controladores - op. em continuidade	0,0%	0,0%	0,0 p.p.
<b>Participação de Acionistas Não Controladores Consolidado</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0 p.p.</b>
<b>EBITDA - Lucro oper. antes da depr., result. financeiro e impostos</b>	<b>-2,5%</b>	<b>6,3%</b>	<b>-8,8 p.p.</b>
<b>EBITDA Ajustado<sup>(1)</sup></b>	<b>9,5%</b>	<b>8,1%</b>	<b>1,4 p.p.</b>

(1) EBITDA Ajustado exclui Outras Receitas e Despesas Operacionais e inclui o resultado da equivalência patrimonial das Operações Internacionais (Cnova) em 2023.

## Demonstrações Financeiras Consolidadas

### Demonstração de Resultado do Exercício – 2024

(R\$ Milhões)	Consolidado		
	2024	2023	Δ
Receita Bruta	20.048	19.159	4,6%
Receita Líquida	18.790	17.793	5,6%
Custo das Mercadorias Vendidas	(13.502)	(12.980)	4,0%
Depreciação (Logística)	(116)	(116)	0,1%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>5.172</b>	<b>4.697</b>	<b>10,1%</b>
Despesas com Vendas	(3.040)	(3.011)	1,0%
Despesas Gerais e Administrativas	(648)	(574)	12,9%
<b>Desp. com Vendas, Gerais e Adm.</b>	<b>(3.688)</b>	<b>(3.585)</b>	<b>2,9%</b>
Resultado da Equiv. Patrimonial	64	768	-91,6%
Outras Despesas e Receitas Operacionais	(939)	(213)	339,6%
Depreciação e Amortização	(1.045)	(1.007)	3,8%
<b>EBIT - Lucro operac. antes do result. financeiro e impostos</b>	<b>(435)</b>	<b>660</b>	<b>-</b>
Receitas Financeiras	238	633	-62,5%
Despesas Financeiras	(1.479)	(1.639)	-9,8%
<b>Resultado Financeiro Líquido</b>	<b>(1.241)</b>	<b>(1.006)</b>	<b>23,4%</b>
<b>Lucro (Prejuízo) Operacional Antes I.R.</b>	<b>(1.677)</b>	<b>(346)</b>	<b>384,9%</b>
Imposto de Renda	12	419	-97,0%
Lucro (Prejuízo) Líquido Companhia - operações em continuidade	(1.665)	73	-
Lucro (Prejuízo) Líquido Companhia - operações descontinuadas	(738)	(2.206)	-66,5%
<b>Lucro Líquido Companhia Consolidado</b>	<b>(2.403)</b>	<b>(2.133)</b>	<b>12,7%</b>
<b>Lucro (Prejuízo) Líquido dos Acionistas Controladores - op. em continuidade</b>	<b>(1.669)</b>	<b>71</b>	<b>-</b>
Lucro (Prejuízo) Líquido dos Acionistas Controladores - op. Descontinuadas	(738)	(2.342)	-68,5%
<b>Lucro (Prejuízo) Líquido dos Acionistas Controladores Consolidado</b>	<b>(2.407)</b>	<b>(2.271)</b>	<b>6,0%</b>
Participação de Acionistas Não Controladores - op. em continuidade	4	2	78,9%
Participação de Acionistas Não Controladores - op. descontinuadas	0	136	-100,0%
<b>Participação de Acionistas Não Controladores Consolidado</b>	<b>4</b>	<b>138</b>	<b>-96,8%</b>
<b>EBITDA - Lucro oper. antes da deprec. resultado financeiro e impostos</b>	<b>725</b>	<b>1.782</b>	<b>-59,3%</b>
<b>EBITDA Ajustado<sup>(1)</sup></b>	<b>1.664</b>	<b>1.996</b>	<b>-16,6%</b>

% da Receita Líquida	Consolidado		
	4T24	4T23	Δ
<b>Lucro Bruto</b>	<b>27,5%</b>	<b>26,4%</b>	<b>1,1 p.p.</b>
Despesas com Vendas	-16,2%	-16,9%	0,7 p.p.
Despesas Gerais e Administrativas	-3,4%	-3,2%	-0,2 p.p.
<b>Desp. com Vendas, Gerais e Adm.</b>	<b>-19,6%</b>	<b>-20,1%</b>	<b>0,5 p.p.</b>
Resultado da Equiv. Patrimonial	0,3%	4,3%	-4,0 p.p.
Outras Despesas e Receitas Operacionais	-5,0%	-1,2%	-3,8 p.p.
Depreciação e Amortização	-5,6%	-5,7%	0,1 p.p.
<b>EBIT - Lucro operac. antes do result. financeiro e impostos</b>	<b>-2,3%</b>	<b>3,7%</b>	<b>-6,0 p.p.</b>
<b>Resultado Financeiro Líquido</b>	<b>-6,6%</b>	<b>-5,7%</b>	<b>-1,0 p.p.</b>
<b>Lucro (Prejuízo) Operacional Antes I.R.</b>	<b>-8,9%</b>	<b>-1,9%</b>	<b>-7,0 p.p.</b>
Imposto de Renda	0,1%	2,4%	-2,3 p.p.
Lucro (Prejuízo) Líquido Companhia - operações em continuidade	-8,9%	0,4%	-9,3 p.p.
<b>Lucro Líquido Companhia Consolidado</b>	<b>-12,8%</b>	<b>-12,0%</b>	<b>-0,8 p.p.</b>
Lucro (Prejuízo) Líquido dos Acionistas Controladores - op. em continuidade	-8,9%	0,4%	-9,3 p.p.
<b>Lucro (Prejuízo) Líquido dos Acionistas Controladores Consolidado</b>	<b>-12,8%</b>	<b>-12,8%</b>	<b>0,0 p.p.</b>
Participação de Acionistas Não Controladores - op. em continuidade	0,0%	0,0%	0,0 p.p.
<b>Participação de Acionistas Não Controladores Consolidado</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,8%</b>	<b>-0,8 p.p.</b>
<b>EBITDA - Lucro oper. antes da depr., result. financeiro e impostos</b>	<b>3,9%</b>	<b>10,0%</b>	<b>-6,2 p.p.</b>
<b>EBITDA Ajustado<sup>(1)</sup></b>	<b>8,9%</b>	<b>11,2%</b>	<b>-2,4 p.p.</b>

(1) EBITDA Ajustado exclui Outras Receitas e Despesas Operacionais e inclui o resultado da equivalência patrimonial das Operações Internacionais (Cnova) em 2023