



RELEASE DE
RESULTADOS
1T23

03 de maio de 2023

PCAR
B3 LISTED NM

IBOVESPA B3

IBRX100 B3

ICON B3

ISE B3

IAGRO-FFS B3

SMLL B3

ICO2 B3

IGC-NM B3

IGPTWB3

IGCT B3

IGC B3

ITAG B3

IBRA B3

DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS 1T23



**Teleconferência sobre
os Resultados do 1T23**

São Paulo, 03 de maio de 2023

O GPA [B3: PCAR3; NYSE: CBD] anuncia os resultados do 1º trimestre de 2023 (1T23).

Em consequência do processo de descontinuidade das atividades dos hipermercados, conforme divulgado nos fatos relevantes/ou comunicado ao mercado, as atividades dos hipermercados Extra estão tratadas como atividades descontinuadas. Adicionalmente, a partir do 4T22, em consequência do processo de segregação dos negócios do GPA e do Almacenes Éxito S.A. (“Éxito”), conforme os fatos relevantes já divulgados, as atividades do Éxito também passaram a ser tratadas como atividades descontinuadas.

Dessa forma, as vendas líquidas assim como as demais linhas do resultado foram ajustadas retrospectivamente, conforme definido no IFRS 5/CPC 31, aprovado 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. As comparações são relativas ao mesmo período de 2022, exceto onde indicado. Os resultados incluem os efeitos do IFRS 16/CPC 06 (R2), exceto onde indicado de outra forma.

Resultado Novo GPA Brasil⁽¹⁾ com crescimento duplo dígito e forte crescimento mesmas lojas nas bandeiras Pão de Açúcar e Proximidade

- A receita bruta das operações atingiu R\$ 4,8 bilhões, apresentando crescimento de 15,4%;
 - A receita bruta (ex Postos) totalizou R\$ 4,5 bilhões, aumento de 17,5%;
 - As vendas mesmas lojas apresentaram aumento de 6,3%, com destaque para a bandeira Pão de Açúcar que cresceu 7,5% com melhora de 0,8 p.p. em comparação com o 4T22;
- Lucro bruto atingiu R\$ 1,1 bilhão com margem de 24,4%;
- EBITDA ajustado⁽²⁾ totalizou R\$ 270 milhões, com margem EBITDA de 6,0%.

Resultado GPA Consolidado⁽³⁾

- O Lucro (Prejuízo) líquido consolidado das operações atingiu R\$ (248) milhões, sendo R\$ (269) milhões no Novo GPA Brasil (continuado), R\$ (46) milhões no perímetro internacional (Cnova) e R\$ 67 milhões das atividades descontinuadas;
- Dívida líquida atinge R\$ 3,0 bilhões, redução de R\$ 1,7 bilhão em comparação com o ano anterior. Posição de caixa de R\$ 3,5 bilhões, correspondente a 3,1x a dívida de curto prazo.

Grupo Éxito e status da transação de segregação

- A partir do 1T23, após a aprovação do programa de *Brazilian Depositary Receipts* (“BDRs”) nível II, o Grupo Éxito passa a reportar seus resultados separadamente na CVM e por meio do seu site de relações com investidores. O resultado referente ao 1T23 foi divulgado no dia 02 de maio de 2023 e pode ser acessado pelo link [Release 1T23](#);
- A segregação dos negócios do GPA e Grupo Éxito obteve avanços importantes ao longo do 1T23:
 - Aprovação em Assembleia Geral Extraordinária da redução de capital para entrega das ações do Éxito;
 - Conclusão da aprovação do programa de e BDRs nível II do Éxito pela CVM e B3;
 - Encerramento do prazo legal de oposição de credores, sem contestações e com waiver de 100% dos credores de dívida bancária.
- A efetiva implementação da segregação depende ainda do registro do programa *American Depositary Receipts* (“ADRs”) Nível II do Éxito na *Securities and Exchange Commission* (“SEC”) e das autorizações dos órgãos reguladores colombianos para efetiva transferência dos ADRs e BDRs do Éxito aos acionistas de GPA, o que se espera que ocorra no segundo trimestre de 2023.

(1) Resultado do Novo GPA Brasil não inclui impactos do perímetro internacional (Cnova)

(2) Lucro operacional antes de juros, impostos, depreciação e amortização ajustado pelas Outras Despesas e Receitas Operacionais e, no caso do Novo GPA Brasil, exclui impactos do perímetro internacional

(3) Resultado do GPA Consolidado inclui impactos do perímetro internacional (Cnova) e operações descontinuadas (Hipermercados e Grupo Éxito)

Novo GPA Brasil e GPA Consolidado

Aceleração do crescimento de vendas

O resultado GPA consolidado inclui as atividades descontinuadas de Hipermercados e Grupo Éxito, assim como o perímetro internacional com a equivalência da Cnova. O Novo GPA Brasil não inclui as atividades descontinuadas e os impactos do perímetro internacional (Cnova). Desde o 4T22 o resultado consolidado passa a considerar o Grupo Éxito em operações descontinuadas (IFRS 5/CPC 31).

R\$ milhões, exceto quando indicado	Novo GPA Brasil ⁽¹⁾			GPA Consolidado		
	1T23	1T22	Δ	1T23	1T22	Δ
Receita Bruta	4.836	4.189	15,4%	4.836	4.189	15,4%
Receita Líquida	4.496	3.910	15,0%	4.496	3.910	15,0%
Lucro Bruto	1.096	1.052	4,2%	1.096	1.052	4,2%
Margem Bruta	24,4%	26,9%	-2,5 p.p.	24,4%	26,9%	-2,5 p.p.
Desp. com Vendas, Gerais e Adm.	(863)	(784)	10,1%	(863)	(784)	10,1%
% da Receita Líquida	19,2%	20,0%	-0,8 p.p.	19,2%	20,0%	-0,8 p.p.
EBITDA Ajustado⁽²⁾	270	294	-8,3%	224	225	-0,1%
Margem EBITDA Ajustada ⁽²⁾	6,0%	7,5%	-1,5 p.p.	5,0%	5,7%	-0,7 p.p.
Outras Despesas e Receitas Operacionais	(51)	(21)	138,4%	(51)	(21)	138,4%
Lucro Líquido Controladores - Operações Continuadas	(269)	(78)	245,0%	(315)	(148)	112,9%
Margem Líquida - Controladores - Operações Continuadas	-6,0%	-2,0%	-4,0 p.p.	-7,0%	-3,8%	-3,2 p.p.
Lucro Líquido Controladores - Operações Descontinuadas⁽³⁾	n.d.	n.d.	n.d.	67	1.547	-95,7%
Lucro Líquido Controladores Consolidado	n.d.	n.d.	n.d.	(248)	1.399	-117,7%

(1) Resultado do Novo GPA Brasil não inclui impactos do perímetro internacional (Cnova)

(2) Lucro operacional antes de juros, impostos, depreciação e amortização ajustado pelas Outras Despesas e Receitas Operacionais e, no caso do Novo GPA Brasil, exclui impactos do perímetro internacional (Cnova)

(3) Inclui resultado das operações descontinuadas dos hipermercados e do Grupo Éxito (Colômbia, Uruguai e Argentina)

Mensagem do CEO

Avançamos de maneira consistente nesse primeiro trimestre de 2023, desempenho que revela a assertividade do projeto de turnaround e evoluções importantes no período para o GPA.

Já podemos ver um avanço no resultado das novas lojas, incluindo as convertidas dos hipermercados, e um início de retomada do fluxo de clientes, especialmente nas lojas do Pão de Açúcar e de Proximidade, o que me deixa ainda mais motivado e confiante no trabalho que estamos realizando.

Registramos um crescimento mesmas lojas de 6,3%, excluindo postos, com a manutenção do crescimento duplo dígito das lojas de Proximidade e na bandeira Pão de Açúcar, o crescimento foi de 7,5% (vs. 6,7% no 4T22). Apresentamos aumento da penetração de perecíveis e ganho de *Market Share*, principalmente nos formatos premium, que são importantes alavancas no processo de retomada do Novo GPA Brasil.

Nossa estratégia está definida com base em seis pilares principais que norteiam todas as nossas decisões de negócios: o *Top Line*, com o aumento estruturado das nossas receitas, que tem como alavancas a melhoria do OSA (*On Shelf Availability*) onde já registramos valor recorde, além da estruturação de um amplo projeto de gestão de categorias; e a excelência no atendimento, medida pelo NPS (*Net Promote Score*), métrica no qual já avançamos 20 pontos em 2022.

O Digital é outro pilar importante da nossa estratégia, focado no avanço da multicanalidade, com a evolução das entregas de *same day delivery* e da participação de perecíveis nas vendas online. O pilar de Expansão e conversão de lojas, em que registramos recorde de inaugurações com 78 novas lojas desde 2022. Para o pilar de Rentabilidade, destaco o trabalho de gestão das quebras, redução de despesas e ampliação da margem bruta, além da finalização do projeto de reestruturação da sede, um minucioso trabalho de orçamento e de negociações comerciais. Avançamos também em nosso pilar de ESG e Cultura, com a entrega de compromissos socioambientais - como a superação da nossa meta de redução de emissões de CO2 no último ano, e do avanço do percentual de mulheres na liderança, que já está em 39% aqui na Companhia.

Iniciamos o segundo trimestre bem posicionados e ainda mais focados nas nossas prioridades: crescer acima da inflação, evoluir em nossos indicadores de atendimento e crescer de forma sustentável e com rentabilidade. Consistência tem sido a palavra-chave desse trabalho, para seguirmos na entrega um resultado cada vez mais sustentável.

Marcelo Pimentel
Diretor Presidente do GPA

Aviso / Disclaimer: As declarações contidas neste comunicado relativas à perspectiva dos negócios da Companhia, projeções de resultados operacionais / financeiros, potencial de crescimento da Empresa e relativas às estimativas de mercado e macroeconômicas constituem-se em meras previsões e foram baseadas nas crenças, intenções e expectativas da Administração em relação ao futuro da Companhia. Estas expectativas são altamente dependentes de mudanças do mercado, do desempenho econômico geral do Brasil, da indústria e dos mercados internacionais e, portanto, estão sujeitas a mudanças.

Desempenho de Vendas

Novo GPA Brasil & GPA Consolidado

Forte crescimento em vendas com destaque na venda mesmas lojas da bandeira Pão de Açúcar

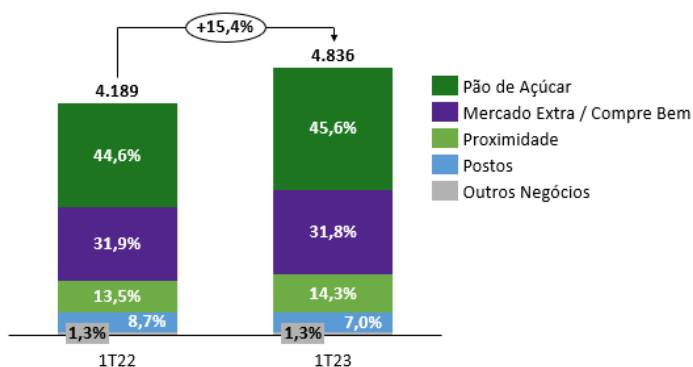
RECEITA BRUTA (R\$ milhões)	1T23/1T22		
	Vendas totais	% Total lojas	Mesmas lojas ⁽²⁾
Pão de Açúcar	2.206	17,9%	7,5%
Mercado Extra / Compre Bem	1.537	15,0%	2,2%
Proximidade	693	22,9%	12,4%
Outros negócios ⁽¹⁾	61	8,9%	n.d.
Novo GPA Brasil ex Postos	4.496	17,5%	6,3%
Postos	340	-6,4%	-7,0%
Novo GPA Brasil	4.836	15,4%	5,2%

(1) Receitas provenientes principalmente do aluguel de galerias comerciais, Stix Fidelidade, Cheftime e James Delivery

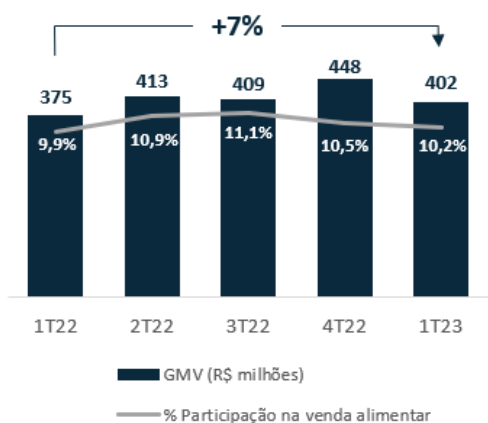
(2) Para refletir o efeito calendário foi reduzido 0,3 p.p. no 1T23

As vendas totais do GPA Brasil consolidado atingiram R\$ 4,8 bilhões no 1T23 e, excluindo postos e outros negócios, R\$ 4,5 bilhões, resultando em um crescimento de 15,4%, impulsionado pela expansão de novas lojas, incluindo as lojas convertidas dos hipermercados, e pela consistente retomada do fluxo de clientes nas lojas de Pão de Açúcar e Proximidade. **Na bandeira Pão de Açúcar**, nossas vendas mesmas lojas atingiu 7,5% (vs. 6,7% no 4T22), estimulada, principalmente, pelo avanço na estratégia de aumento da penetração de perecíveis, assim como pelo forte crescimento em mercearia básica. **No formato de Proximidade** seguimos com crescimento duplo dígito em mesmas lojas de 12,4% (vs. 17,3% no 4T22), uma desaceleração pontual frente ao período imediatamente anterior devido a retomada do período de férias no litoral após dois anos de medidas restritivas pela pandemia, impactando o formato que tem maior exposição a regiões metropolitanas. Nas bandeiras *mainstream*, **Mercado Extra e Compre Bem**, o crescimento de vendas mesmas lojas foi de 2,2%, com crescimento consistente da bandeira mercado Extra, contrabalanceado pelo impacto negativo do reposicionamento comercial da bandeira Compre Bem. Em **Postos** vemos uma recuperação de volume de combustíveis, com crescimento de 18% vs. mesmas lojas frente ao 1T22, devido a reabertura das lojas de hipermercados fechadas após a transação com o Assaí. A bandeira ainda apresenta uma redução de 7,0% na venda do período como consequência da deflação de preços de combustíveis de 21% na comparação do 1T23 versus 1T22.

No desdobramento dos meses do **1T23**, observamos um **mês de março com excelente** recuperação após um carnaval mais tímido para o varejo quando comparado ao 1T22, com **forte crescimento das vendas mesmas lojas e aceleração do ganho de market share, principalmente nos formatos premium.**



Em comparação com o 1T22, as vendas totais da bandeira Pão de Açúcar aumentaram sua participação em 1,0 p.p. (45,6% das vendas totais), enquanto o formato proximidade apresentou ganho de 0,8 p.p. em sua representatividade (14,3% das vendas totais).



No e-commerce, nosso GMV foi de R\$ 402 milhões no 1T23, crescimento de 7%, excluindo as vendas provenientes dos hipermercados no 1T22. Esse crescimento é explicado por uma série de melhorias, entre elas, o aumento dos pedidos com entrega no mesmo dia, ampliação das parcerias com plataformas externas, além de iniciativas para ganho de eficiência na operação e melhor experiência do cliente.

Os 6 pilares estratégicos do Novo GPA Brasil

Com base nos 6 pilares estratégicos implementado no ano de 2022, seguem abaixo os destaques do 1T23. Os pilares de Rentabilidade e ESG estão descritos dentro de suas respectivas seções.



Top-line: Fortes avanços nas frentes de *Perecíveis e Disponibilidade*

Aumento da participação de perecíveis

No 1T23 vemos a captura dos ganhos do projeto *refresh* iniciado em 2022, que tem melhorado a proposta de valor dos perecíveis fazendo a releitura do fluxo de mercadoria e exposição dos produtos em loja trazendo maior qualidade, variedade, frescor, disponibilidade de produtos expostos para o cliente e melhoria de rentabilidade com a redução da quebra. Esse projeto inclui também: i) a revisão do sortimento; ii) o treinamento de colaboradores em loja; e (iii) melhoria do nível de serviço ao cliente.

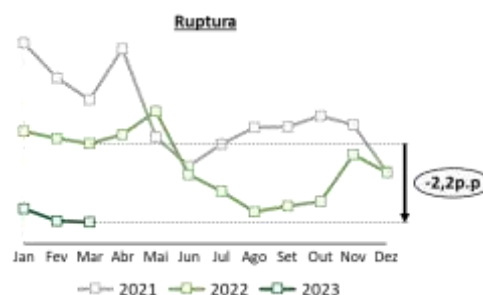
O grande destaque é para a penetração de perecíveis nas bandeiras de Proximidade, foco da expansão orgânica do GPA, que apresentaram um crescimento de +2,1p.p na comparação 1T23 vs. 1T22, mostrando um alto potencial de venda incremental nestes formatos. A bandeira Pão de Açúcar também se destacou com incremento de 0,7 p.p. neste mesmo período.

Maiores níveis históricos de disponibilidade de produtos em loja

Nossas lojas atingiram melhor nível histórico de disponibilidade de produtos, com a redução de 2,2 p.p da ruptura, enquanto o nível de estoque da companhia também apresenta melhora em 2,7¹ dias de giro. A maior disponibilidade de produtos é um dos fatores que continuarão suportando o crescimento de vendas mesma lojas.

Esta melhora vem de:

- Melhora das ferramentas de previsibilidade de demanda
- Aproximação de trabalhos com fornecedores para melhorias de SLA
- Aprimoração do fluxo de abastecimento das lojas de expansão
- Melhoria dos processos de perecíveis
- Melhoria da gestão de estoque em loja



(1) Cálculo gerencial, excluindo impacto da descontinuidade dos hipermercados.

Projeto de sortimento com *roll-out* acelerado e com entrega prevista no 3T23

No 1T23, avançamos com o *roll-out* do projeto de revisão de sortimento e alcançamos a marca 60% das categorias revisadas e 25% das lojas com novo cluster e departamentalização implementadas. Para o próximo trimestre, 2T23, estimamos alcançar 90% das categorias revisadas e 58% das lojas clusterizadas.

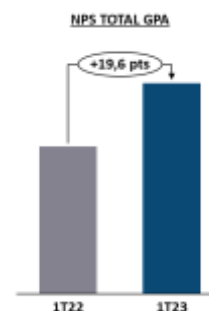
NPS: Notável melhoria na satisfação do cliente

Maior satisfação do cliente é traduzida em maior fluxo.

No 1T23 vemos um crescimento considerável da satisfação do cliente na nossa avaliação de NPS do GPA (+19,6 pontos vs. 1T22) devido as medidas implementadas em 2022 como:

- Aumento da disponibilidade de produtos em loja
- treinamentos de polivalência para frente de caixa
- implementação de *self check-out*

O principal destaque é para a bandeira do Mercado Extra, que cresce 23,9 pontos no período comparável.



Dentro da bandeira do Pão de Açúcar também vimos o crescimento da satisfação do cliente se traduzir no aumento de clientes ativos e na recuperação do fluxo dos clientes *premium*, aqueles que gastam quatro vezes mais que os demais clientes e tem maior frequência, que vinha apresentando redução até o 3T22, quando iniciamos a inversão de tendência. Clientes *premium* na bandeira Pão de Açúcar já cresce 10% quando comparado ao 3T22.

Digital: esforços direcionados para melhor experiência do cliente

Evolução do app e melhorias para oferecer ao cliente a melhor experiência desde o pedido até a entrega.

Desde o 2T22, o app evoluiu para oferecer um layout simplificado, uma nova experiência do carrinho de compras, incluindo detalhamento dos descontos, um maior destaque ao e-commerce e aprimoramento do programa *Meu Desconto*. Estas evoluções contribuíram para um crescimento de 11 p.p na participação da venda do app, que já atinge 71% das vendas 1P.

Dentro do e-commerce o foco está i) no aumento de sortimento, principalmente em perecíveis; ii) na maior disponibilidade de horários para entrega; e iii) na entrega rápida. Com a disponibilização de novos métodos de entregas rápidas e a integração do James como motor logístico, o GPA foi capaz de crescer substancialmente a participação das suas entregas realizadas no mesmo dia do 1P, que passou de, aproximadamente, 45% para 70% na comparação 1T23 vs. 1T22. Dentre as modalidades de entrega, Clique e Retire mantem uma alta participação, com 36% dos pedidos, contribuindo para um menor custo logístico e aumento do fluxo nas lojas físicas.

Em continuidade da priorização das entregas feitas a partir das nossas próprias lojas alcançamos participação de 89% das vendas sendo entregues pela operação própria da loja ou por parceiros. Com a incorporação do James no 4T22, aumentamos as modalidades de entregas rápidas, permitindo o crescimento de 14% das nossas entregas provenientes de loja, além de contribuição considerável para a diminuição do SG&A do Digital no 1T23. Junto com a integração do James e outras otimizações operacionais vimos uma melhora na margem de contribuição do e-commerce de aproximadamente 2,5 p.p quando comparamos com os trimestres imediatamente anteriores.

Expansão: 78 lojas já inauguradas desde início de 2022

Lojas nova já trouxeram venda incremental bilionária.

O foco do nosso projeto de expansão é a bandeira Minuto Pão de Açúcar, que já possui formato maduro e com maior potencial de capilaridade, prevendo o adensamento da cidade de São Paulo e região metropolitana em regiões mais verticalizadas. São pontos de alta qualidade, com rápida maturação e performance, além de serem focados no público A/B.

Para a bandeira Pão de Açúcar nossa estratégia de expansão captura cidades com alto potencial *premium* não aproveitado, além da priorização de regiões com forte presença da marca, com foco na captura do potencial de grandes centros no interior do estado de São Paulo e em alguns polos do Nordeste.

No 1T23 inauguramos seis novas lojas, sendo 2 lojas Pão de Açúcar e 4 Proximidade.

O projeto de Expansão já tem apresentado uma importante contribuição para a Companhia, com as 78 lojas inauguradas trazendo R\$ R\$ 1,2 bilhão de venda incremental desde o início de 2022, sendo R\$ 455 milhões no 1T23.

No 1T23 também reformamos 13 lojas, sendo 12 lojas que fazem parte das 15 lojas que consideramos mais bem localizadas do GPA e que destacam-se como formadoras de opinião para os nossos clientes (circuito *premium*).

Desempenho Financeiro

Novo GPA BRASIL¹

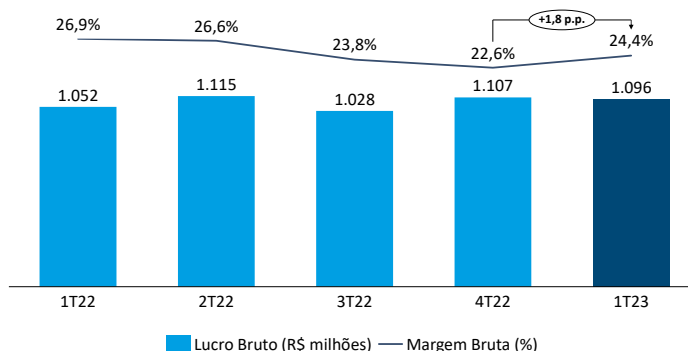
R\$ milhões, exceto quando indicado	Novo GPA Brasil ⁽¹⁾		
	1T23	1T22	Δ
Receita Bruta	4.836	4.189	15,4%
Receita Líquida	4.496	3.910	15,0%
Lucro Bruto	1.096	1.052	4,2%
Margem Bruta	24,4%	26,9%	-2,5 p.p.
Desp. com Vendas, Gerais e Adm.	(863)	(784)	10,1%
% da Receita Líquida	19,2%	20,0%	-0,8 p.p.
Resultado da Equiv. Patrimonial	8	8	2,6%
EBITDA Ajustado ⁽¹⁾⁽²⁾	270	294	-8,3%
Margem EBITDA Ajustada⁽²⁾	6,0%	7,5%	-1,5 p.p.

(1) Resultado do Novo GPA Brasil não inclui impactos do perímetro internacional (Cnova)

(2) Lucro operacional antes de juros, impostos, depreciação e amortização ajustado pelas Outras Despesas e Receitas Operacional e exclui impactos do perímetro internacional (Cnova)

O **Lucro Bruto** do Novo GPA Brasil totalizou R\$ 1,1 bilhão no com margem de 24,4%, demonstrando melhora de 1,8 p.p. e 0,7 p.p. em relação ao 4T22 e 3T22, respectivamente. Essa evolução é resultado dos avanços nos pilares estratégicos, com destaque para a continua melhora no crescimento mesmas lojas nos formatos *premium*, melhora das negociações comerciais, aumento da penetração de perecíveis e redução da perda. Na comparação com o 1T22, a margem bruta apresentou redução de 2,5 p.p. explicada, principalmente, pelos seguintes efeitos: (i) alta da inflação com impacto em custos de mercadorias, mão de obra e logísticos; e (ii) ajustes decorrentes do reposicionamento das bandeiras e formatos ao longo do segundo semestre de 2022 (pilares estratégicos) e que começam a mostrar resultados efetivos a partir do 1T23.

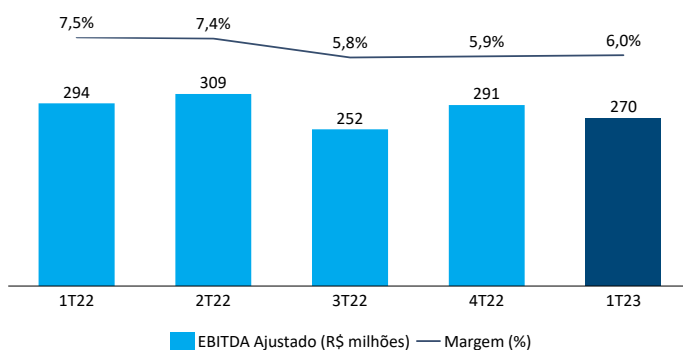
Evolução da Rentabilidade – Lucro Bruto Novo GPA Brasil



As **Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas** totalizaram R\$ 849 milhões no trimestre, apresentando diluição de 0,8 p.p. em relação a receita líquida quando comparado com o 1T22. Essa diluição se concentra na linha de despesas gerais e administrativas, que apresentou redução de 10% na comparação com o ano anterior, com a reestruturação realizada na sede após a transação dos hipermercados e em eficiências capturadas em despesas de operação.

A **Equivalência Patrimonial** totalizou R\$ 8 milhões no 1T23, aumento de 2,6%, refletindo o crescimento de receita das operações da FIC no período.

Evolução da Rentabilidade – EBITDA Ajustado Novo GPA Brasil



Como resultado dos efeitos mencionados acima, o **EBITDA Ajustado** do Novo GPA Brasil foi de **R\$ 270 milhões** e **margem EBITDA ajustada de 6,0%**, leve aumento na comparação com o 4T22 e 3T22, e redução de 1,5 p.p. vs. 1T22.

Como parte do processo de recuperação de margem, conquistamos importantes avanços ao longo do trimestre na comparação com o ano anterior, com destaque para: (i) continua melhora no crescimento da bandeira Pão de Açúcar e Proximidade; (ii) melhora de 0,4 p.p. na eficiência logística; (iii) redução de 0,5 p.p. nas perdas; (iv) aumento da penetração de perecíveis, que apresentam melhor margem e mais recorrência de compra; e (v) diluição de 0,8 p.p. do SG&A em relação a receita líquida.

Para os próximos trimestres, continuaremos avançando: (i) na negociação com nossos fornecedores sobre aspectos comerciais e logísticos; (ii) nos projetos que trarão impacto no reequilíbrio das categorias diante da nova proposta de valor do GPA, com o atingimento de 90% das categorias até o final do 2T23 (vs. 60% no 1T23); e (iii) com o início da captura da redução de despesas baseada no projeto Orçamento Base Zero.

OUTRAS RECEITAS E DESPESAS OPERACIONAIS CONSOLIDADO

No trimestre as Outras Receitas e Despesas atingiram R\$ 51 milhões impactadas, principalmente, por: (i) R\$ 19 milhões de contingências, sendo R\$ 13 milhões relacionadas a trabalhista; (ii) R\$ 19 milhões relacionados a efeito pontual de reestruturação e fechamentos de unidades; e (iii) R\$ 5 milhões, não caixa, relacionado com *impairment*.

RESULTADO FINANCEIRO CONSOLIDADO

RESULTADO FINANCEIRO (R\$ milhões)	GPA Consolidado		
	1T23	1T22	Δ
Receitas financeiras	90	107	-15,9%
Despesas financeiras	(311)	(255)	21,9%
Custo da dívida	(223)	(192)	16,1%
Custo de antecipação de recebíveis	(19)	(12)	55,4%
Outras despesas financeiras	(67)	(48)	38,6%
Variação cambial líquida	(2)	(3)	-23,7%
Resultado Financeiro Líquido	(221)	(148)	49,1%
% Receita Líquida	-4,9%	-3,8%	-1,1 p.p.
Juros sobre passivo de arrendamento	(111)	(89)	24,1%
Resultado Financeiro Líquido - Pós IFRS 16	(332)	(238)	39,7%
% Receita Líquida - Pós IFRS 16	-7,4%	-6,1%	-1,3 p.p.

O resultado financeiro líquido totalizou uma despesa de R\$ (221) milhões no trimestre, representando -4,9% da receita líquida (vs. -3,8% no 1T22). Incluindo os juros sobre o passivo de arrendamento, o montante alcançou R\$ (332) milhões, equivalente a -7,4% da receita líquida, em comparação com R\$ (238) milhões e -6,1% da receita líquida no ano anterior. O 1T22, foi positivamente impactado por receitas financeira provenientes da atualização monetária dos recebíveis relacionados à cessão do Hipermercado Extra em, aproximadamente, R\$ 71 milhões.

Os principais destaques do resultado financeiro do trimestre foram:

- Receitas financeiras atingiram R\$ 90 milhões vs. 107 milhões no 1T22, ajustando a receita financeira do 1T22 pelos R\$ 71 milhões da atualização monetária dos recebíveis relacionados a cessão do hipermercado, apresentaríamos variação positiva de R\$ 48 milhões entre períodos. A variação positiva é explicada, principalmente, pela maior remuneração do caixa relacionado à elevação da taxa de juros do período e maior volume de caixa médio.
- Despesas financeiras, incluindo custo de antecipação de recebíveis, totalizaram R\$ (311) milhões vs. R\$ (255) milhões no período anterior, sendo que o aumento da despesa está relacionado, principalmente, ao maior custo da dívida, que apesar da redução do volume médio, foi impactado pelo aumento do CDI no período e pelo aumento da correção monetária de contingências.

DÍVIDA LÍQUIDA

Cabe ressaltar, que a dívida líquida do GPA consolidada considera, em ambos os períodos, as operações do Brasil, excluindo, portanto, as operações do Grupo Éxito que estão consideradas como operações descontinuadas.

A dívida líquida, incluindo o saldo total de recebíveis não antecipados, alcançou R\$ (3,0) bilhões, com redução de 1,6 bilhão em comparação com o ano anterior, alinhada com o compromisso de redução da alavancagem financeira. A posição de caixa no fim do trimestre foi de R\$ 3,5 bilhões, 3,1x a dívida de curto prazo da companhia.

ENDIVIDAMENTO (R\$ milhões)	Consolidado	
	31.03.2023	31.03.2022
Dívida de Curto Prazo	(1.124)	(1.284)
Empréstimos e Financiamentos	(1.044)	(199)
Debêntures	(80)	(1.085)
Dívida de Longo Prazo	(5.436)	(5.627)
Empréstimos e Financiamentos	(2.244)	(3.073)
Debêntures	(3.192)	(2.554)
Total da Dívida Bruta	(6.560)	(6.910)
Caixa e Aplicações Financeiras	3.516	2.168
Dívida Líquida	(3.043)	(4.742)
Carteira de Recebíveis de Cartão de Crédito não antecipados	30	78
Dívida Líquida incluindo Recebíveis de Cartão de Crédito não antecipados	(3.013)	(4.664)

INVESTIMENTOS

(R\$ milhões)	GPA Consolidado		
	1T23	1T22	Δ
Novas Lojas e Aquisição de Terrenos	97	16	508,9%
Reformas, Conversões e Manutenções	84	118	-29,0%
TI, Digital e Logística	80	105	-23,6%
Total Investimentos GPA Consolidado	261	239	9,2%

O Capex totalizou R\$ 261 milhões no 1T23 (+9,2%), com maior concentração de investimentos no plano de expansão orgânico, diante das lojas inauguradas no final de 2022 (39 lojas no 4T22 das 72 lojas inauguradas em 2022) e 6 lojas inauguradas no 1T23. Além disso, continuamos as reformas para o ajuste de portfólio da bandeira Pão de Açúcar para o conceito G7, conceito mais atualizado que prioriza as categorias de perecível e os serviços dentro da loja, assim como realizamos investimentos em TI, digital e logística visando, principalmente, o crescimento da operação de e-commerce.

ESG NO GPA

Agenda com e pela sociedade e o meio ambiente

A partir da nossa estratégia de sustentabilidade e dos pilares de atuação do GPA, seguem os principais destaques do 1T23:

GPA BRASIL

1. **Promoção da diversidade e inclusão:** Pela primeira vez, o GPA conquistou o selo Melhores Empresas para Trabalhar na categoria Mulher, da GPTW. O reconhecimento é resultado de uma série de ações desenvolvidas pela companhia com o objetivo de promover a Equidade de Gêneros, como a divulgação do Manifesto da Alta Liderança Masculina do GPA em prol do tema. O documento reforça a busca de evolução constante, o zelo por um ambiente de trabalho de iguais oportunidades e a colaboração para transformação e diminuição de lacunas socioeconômicas entre todos(as). Ao fim do 1T23, alcançamos o percentual de 39,3% de mulheres em cargos de liderança (gerência e acima), em linha com o compromisso de atingirmos 40% até 2025.
2. **Combate às mudanças climáticas:** no âmbito da redução de emissões de gases de efeito estufa, reduzimos nossas emissões atmosféricas de escopos 1 e 2 neste 1T23 em mais de 20%, em comparação com as emissões do mesmo período do ano anterior. Essa redução foi feita a partir dos esforços de substituição de gases mais poluentes e de manutenções nos equipamentos das nossas operações, em linha com os esforços e investimentos que vem sendo feitos nos últimos anos e que nos levou a antecipar a meta de redução prevista para 2030 (ano base 2015). Neste cenário, divulgamos uma nova meta no 1T23, ampliando o compromisso para 50% da redução das emissões até 2025 (ano-base 2015).
3. **Transformação na cadeia de valor:** Em linha com nosso compromisso público de alcançar 100% das vendas de nossos ovos de marcas exclusivas provenientes de criação de galinhas livres de gaiolas até 2025 e de todas as marcas até 2028, finalizamos o 1T23 com 58,4% de vendas de ovos de marcas exclusivas provenientes de produção de galinhas livres de gaiola, e 42,7% de venda de ovos de todas as marcas com os mesmos atributos de produção.
4. **Impacto social e promoção de oportunidades:** Fechamos o 1T23 com mais de 380 mil refeições complementadas a partir da doação de frutas, verduras e legumes que não estão esteticamente atrativas para a venda, mas em condições de consumo, para bancos de alimentos e organizações sociais parceiras. Além disso, realizamos uma ação emergencial em prol das pessoas atingidas pelas chuvas que aconteceram no litoral norte de São Paulo, que arrecadou 26 toneladas de alimentos, e nos comprometemos a dobrar o volume arrecadado, totalizando, 52 toneladas – e nossa marca exclusiva Qualitá complementou com a doação de mais de 4.000 unidades de água 1,5L.
5. **Compromisso com Ética e Transparência:** Publicaremos, no início do 2T23 o nosso Relatório Anual de Sustentabilidade, com os principais destaques das nossas iniciativas e evolução de nossos compromissos ao longo do ano.

MOVIMENTAÇÃO DE LOJAS POR BANDEIRAS

No 1T23 abrimos 3 novas lojas do formato Minuto Pão de Açúcar (proximidade), 2 do formato Pão de Açúcar e 1 nova loja da bandeira Mini Extra (proximidade), dando continuidade ao nosso plano de expansão. Dento do modelo *mainstream* tivemos a conversão de 3 lojas Compre Bem para Mercado Extra em busca de um melhor posicionamento nas regiões onde as lojas estão situadas.

	4T22	1T23					Nº de lojas	Área de vendas m ² (mil)
	Nº de Lojas	Abertas	Abertas por conversão	Fechadas	Fechadas para conversão			
GPA Brasil	735	6	3	-11	-3	730	639	
Pão de Açúcar	194	2	0	-1	0	195	273	
Mercado Extra	154	0	3	0	0	157	192	
Compre Bem	29	0	0	0	-3	26	34	
Mini Extra	146	1	0	-4	0	143	35	
Minuto Pão de Açúcar	135	3	0	-3	0	135	34	
Postos de combustíveis	74	0	0	-3	0	71	57	
Lojas em Conversão / Análise	3	0	0	0	0	3	14	

DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS CONSOLIDADAS

Balanco Patrimonial

BALANÇO PATRIMONIAL			
(R\$ milhões)	ATIVO		
	Consolidado		
	31.03.2023	31.03.2022	
Ativo Circulante	27.985	14.035	
Caixas e Equivalentes de Caixa	3.516	3.610	
Contas a Receber	322	756	
Cartões de Crédito	30	75	
Tickets de vendas e duplicatas a receber	268	666	
Provisão para Devedores Duvidosos	(3)	(35)	
Provenientes de Acordos Comerciais	26	50	
Estoques	2.079	4.882	
Tributos a Recuperar	1.058	2.084	
Ativos Disponíveis para Venda	20.531	286	
Créditos com Partes Relacionadas	0	1.794	
Despesas Antecipadas e Outras Contas a Receber	479	623	
Ativo Não Circulante	15.469	30.722	
Realizável a Longo Prazo	5.727	5.559	
Contas a Receber	0	3	
Cartões de Crédito	0	3	
Tributos a Recuperar	2.766	2.039	
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	1.106	465	
Partes Relacionadas	295	1.631	
Depósitos para Recursos Judiciais	742	733	
Despesas Antecipadas e Outros	818	688	
Investimentos	835	1.233	
Propriedades para Investimento	0	2.944	
Imobilizado	6.905	15.542	
Intangível	2.003	5.444	
TOTAL DO ATIVO	43.454	44.757	

DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS CONSOLIDADAS

Balanco Patrimonial

BALANÇO PATRIMONIAL			
(R\$ milhões)	PASSIVO		
	Consolidado		
	31.03.2023	31.03.2022	
Passivo Circulante	16.715	12.670	
Fornecedores	2.452	6.487	
Empréstimos e Financiamentos	1.044	716	
Debêntures	80	1.085	
Passivo de Arrendamento	497	876	
Salário e Encargos Sociais	287	630	
Impostos e Contribuições a Recolher	264	815	
Financiamento Compra de Imóveis	74	128	
Partes Relacionadas	315	305	
Propaganda	15	22	
Provisão para Reestruturação	6	11	
Receitas a apropriar	221	249	
Passivos sobre Ativos Não-Correntes a Venda	11.112	0	
Outros	349	1.346	
Passivo Não Circulante	13.072	15.287	
Empréstimos e Financiamentos	2.244	3.979	
Debêntures	3.192	2.554	
Passivo de Arrendamento	3.555	5.194	
Financiamento por compra de ativos	0	66	
Partes Relacionadas	31	90	
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	4	862	
Impostos Parcelados	104	130	
Provisão para Demandas Judiciais	2.682	1.472	
Receitas a apropriar	91	62	
Provisão para perda de investimento em associadas	889	642	
Outros	280	235	
Patrimônio Líquido	13.667	16.805	
Atribuído aos Acionistas Controladores	11.442	14.283	
Capital Social	8.466	5.859	
Reservas de Capital	15	297	
Reservas de Lucro	4.800	8.463	
Outros resultados Abrangentes no Patrimônio	(1.839)	(336)	
Participação de Acionistas não Controladores	2.225	2.523	
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	43.454	44.762	



DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO DO EXERCÍCIO – 1º TRIMESTRE DE 2023



R\$ Milhões	Consolidado		
	1T23	1T22	Δ
Receita Bruta	4.836	4.189	15,4%
Receita Líquida	4.496	3.910	15,0%
Custo das Mercadorias Vendidas	(3.371)	(2.840)	18,7%
Depreciação (Logística)	(29)	(18)	60,9%
Lucro Bruto	1.096	1.052	4,2%
Despesas com Vendas	(733)	(631)	16,1%
Despesas Gerais e Administrativas	(131)	(152)	-14,4%
Desp. com Vendas, Gerais e Adm.	(863)	(784)	10,1%
Resultado da Equiv. Patrimonial	(37)	(62)	-39,4%
Outras Despesas e Receitas Operacionais	(51)	(21)	138,4%
Depreciação e Amortização	(250)	(224)	11,5%
EBIT - Lucro operac. antes do result. financeiro e impostos	(105)	(39)	171,6%
Receitas Financeiras	92	108	-14,8%
Despesas Financeiras	(424)	(345)	22,7%
Resultado Financeiro Líquido	(332)	(238)	39,7%
Lucro (Prejuízo) Operacional Antes I.R.	(437)	(276)	58,3%
Imposto de Renda	122	129	-4,8%
Lucro (Prejuízo) Líquido Companhia - operações em continuidade	(315)	(148)	113,2%
Lucro (Prejuízo) Líquido Companhia - operações descontinuadas	120	1.573	-92,4%
Lucro Líquido Companhia Consolidado	(195)	1.425	NA
Lucro (Prejuízo) Líquido dos Acionistas Controladores - op. em continuidade	(315)	(148)	112,9%
Lucro (Prejuízo) dos Acionistas Controladores - op. Descontinuadas	67	1.547	-95,7%
Lucro (Prejuízo) dos Acionistas Controladores Consolidado	(248)	1.399	NA
Participação de Acionistas Não Controladores - op. em continuidade	0	0	NA
Participação de Acionistas Não Controladores - op. descontinuadas	53	26	101,6%
Participação de Acionistas Não Controladores Consolidado	53	26	100,0%
EBITDA - Lucro oper. antes da deprec. resultado financeiro e impostos	173	203	-14,7%
EBITDA Ajustado⁽¹⁾	224	225	-0,1%

% da Receita Líquida	Consolidado	
	1T23	1T22
Lucro Bruto	24,4%	26,9%
Despesas com Vendas	-16,3%	-16,1%
Despesas Gerais e Administrativas	-2,9%	-3,9%
Desp. com Vendas, Gerais e Adm.	-19,2%	-20,0%
Resultado da Equiv. Patrimonial ⁽²⁾	-0,8%	-1,6%
Outras Despesas e Receitas Operacionais	-1,1%	-0,5%
Depreciação e Amortização	-5,6%	-5,7%
EBIT - Lucro operac. antes do result. financeiro e impostos	-2,3%	-1,0%
Resultado Financeiro Líquido	-7,4%	-6,1%
Lucro (Prejuízo) Operacional Antes I.R.	-9,7%	-7,1%
Imposto de Renda	2,7%	3,3%
Lucro (Prejuízo) Líquido Companhia - operações em continuidade	-7,0%	-3,8%
Lucro Líquido Companhia Consolidado	-4,3%	36,5%
Lucro (Prejuízo) Líquido dos Acionistas Controladores - op. em continuidade	-7,0%	-3,8%
Lucro (Prejuízo) dos Acionistas Controladores Consolidado	-5,5%	35,8%
Participação de Acionistas Não Controladores - op. em continuidade	0,0%	0,0%
Participação de Acionistas Não Controladores Consolidado	1,2%	0,7%
EBITDA - Lucro oper. antes da depr., result. financeiro e impostos	3,9%	5,2%
EBITDA Ajustado⁽¹⁾	5,0%	5,7%

(1) EBITDA Ajustado exclui Outras Receitas e Despesas Operacionais

FLUXO DE CAIXA – CONSOLIDADO

FLUXO DE CAIXA		
(R\$ milhões)	Consolidado	
	31.03.2023	31.03.2022
Lucro (Prejuízo) líquido do exercício	(195)	1.425
Imposto de renda diferido	(120)	156
Perda (ganho) na alienação de imobilizado e intangível	31	(2.753)
Depreciação e amortização	280	488
Juros e variações monetárias	494	427
Ajuste a valor presente	1	0
Resultado de equivalência patrimonial	66	86
Provisão para demandas judiciais	28	48
Provisão para baixas e perdas	0	(4)
Remuneração baseada em ações	5	6
Provisão para créditos de liquidação duvidosa	6	14
Provisão para obsolescência e quebras	(10)	(32)
Receita a apropriar	(73)	(106)
Ganho na venda de subsidiária	0	1
Perda (ganho) na baixa de passivo de arrendamento	(18)	(39)
(Aumento) redução de ativos		
Contas a receber	146	21
Estoques	(184)	151
Impostos a recuperar	44	(8)
Dividendos recebidos	0	0
Outros ativos	(65)	(60)
Partes relacionadas	(22)	(146)
Depósitos judiciais	9	(8)
(Aumento) redução de passivos		
Fornecedores	(1.763)	(3.170)
Salários e encargos sociais	(61)	(148)
Impostos e contr. sociais a recolher	(6)	299
Demais contas a pagar	(44)	(312)
Demandas judiciais	(34)	(44)
Receita diferida	66	(15)
Imposto de renda e contribuição social pagos	(10)	(98)
Caixa líquido gerado (utilizado) nas atividades operacionais	(1.429)	(3.821)
Aquisição de bens do ativo imobilizado	(402)	(281)
Aumento no ativo intangível	(43)	(45)
Venda de bens do imobilizado	15	924
Aquisição de propriedade para investimento	0	(7)
Caixa líquido gerado (utilizado) nas atividades de investimento	(430)	591
Captação e refinanciamentos	1.280	328
Pagamentos de empréstimos e financiamentos	(32)	(1.038)
Pagamento de Juros de Empréstimos e Financiamentos	(42)	(105)
Pagamento de dividendos	(28)	(35)
Aquisição de sociedade	(3)	(3)
Pagamento de passivo de arrendamento	(353)	(400)
Caixa líquido gerado (utilizado) nas atividades de financiamento	822	(1.253)
Variação Cambial s/ Caixa e Equivalentes	11	(181)
Aumento (redução) de caixa e equivalentes	(1.026)	(4.664)
Disponibilidades no início do exercício	5.621	8.274
Disponibilidades no fim do exercício	4.595	3.610
Variação no caixa e equivalentes	(1.026)	(4.664)

SEGMENTAÇÃO DE VENDAS POR NEGÓCIO – BRASIL

(R\$ milhões)	Abertura de Vendas Líquidas por Bandeira e Formato		
	1T23	1T22	Δ
Pão de Açúcar	2.012	1.710	17,7%
Mercado Extra / Compre Bem	1.429	1.251	14,2%
Proximidade ⁽¹⁾	657	537	22,3%
Postos	339	362	-6,4%
Outros Negócios ⁽²⁾	59	50	18,0%
Novo GPA Brasil	4.496	3.910	15,0%

(1) Inclui vendas do Mini Extra, Minuto Pão de Açúcar e Aliados

(2) Receitas provenientes principalmente do aluguel de galerias comerciais, Stix Fidelidade, Cheftime e James Delivery