



RELEASE DE
RESULTADOS
4T25

24 de fevereiro de 2026



Teleconferência sobre
os Resultados do 4T25

Quarta-feira

25 de fevereiro de 2026

9h00 (horário de Brasília)

7h00 (NY)

12h00 (Londres)

Português/Inglês

(idioma original/tradução simultânea)

Videoconferência: www.gpari.com.br

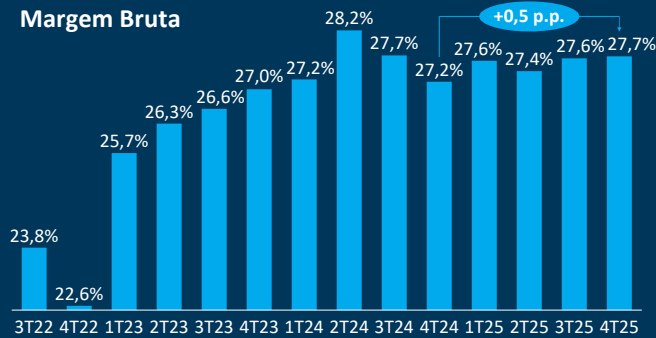
Replay: www.gpari.com.br

São Paulo, 24 de fevereiro de 2026. O GPA (B3: PCAR3) anuncia o resultado do 4º trimestre de 2025. 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 2024, exceto onde indicado de outra forma.

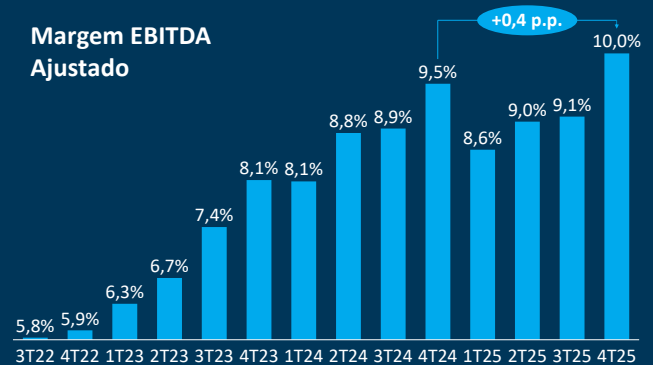
Margem EBITDA Ajustado avança para 10,0% (+0,4 p.p.)

- 2,7% de crescimento mesmas lojas⁽¹⁾, reforçando a resiliência e a consistência das propostas de valor
- Ganho consistente de *market share* nas bandeiras *premium* e no formato de proximidade
- Expansão de margem bruta e EBITDA Ajustado, impulsionada por iniciativas comerciais e captura de eficiências em custos e despesas
- Redução de 65,8% do Prejuízo Líquido em 2025, na comparação com o ano anterior
- Geração de caixa livre operacional (LTM) alcança R\$ 669 milhões em 2025, 2,6x superior ao período anterior

Margem Bruta



Margem EBITDA Ajustado



Vendas

Avanço consistente e resiliente nas vendas mesmas lojas (SSS)⁽¹⁾

Pão de Açúcar avançou 1,8% em SSS, com aumento de clientes fiéis e *market share* no segmento *premium*. Extra Mercado cresceu 4,0% em SSS, capturando os ganhos das melhorias implementadas na bandeira Formato de proximidade cresce 11,5% em vendas totais, com aceleração em SSS



E-Commerce

Consolidação da liderança no e-commerce alimentar

Vendas do e-commerce avançam 6,6%, com aumento de participação nas vendas totais que atinge 12,6%. Em 2025, vendas pelo e-commerce atingiram R\$ 2,5 bilhões, crescimento de 12,1%. Em 2026, foco na evolução do nível de serviço e aumento da rentabilidade



Rentabilidade

Avanço de margem bruta e margem EBITDA, como resultado de iniciativas comerciais e processo de capturas de eficiência em custos e despesas

Margem Bruta atinge 27,7% e avança 0,5 p.p.

Margem EBITDA Ajustado avança para 10,0% com ganho de 0,4 p.p.

Plano de Eficiência 2026 com expectativa de, pelo menos, R\$ 415 milhões de capturas em custos e despesas operacionais



Market Share

Avanço de *market share* nos segmentos *premium* e de proximidade

Avanço de 0,5 p.p. no *market share* do mercado *premium*⁽²⁾ em 2025

Share of Wallet dos clientes *premium*⁽³⁾ cresce 1,5 p.p.

Avanço de 1,7 p.p. no *market share* do formato de proximidade⁽⁴⁾



Geração de Caixa

Em 2025, a geração de caixa livre operacional acelera e CAPEX entra em trajetória de redução

Em 2025, Fluxo de Caixa Livre Operacional atinge R\$ 669 milhões, 2,6x maior que o período anterior

CAPEX recuou 35% no 4T25, refletindo a otimização dos investimentos e a descontinuidade da expansão.

Em 2026, a queda se intensifica, com compromisso de CAPEX entre R\$ 300 milhões a R\$ 350 milhões

(1) Ajuste de +0,1p.p. na venda mesmas lojas em relação ao efeito calendário.; (2) Fonte Nielsen e considera as vendas totais do universo *premium* em todas as cidades com operação da bandeira Pão de Açúcar; (3) Fonte Varejo 360 e considera 20% dos clientes com maiores gastos na bandeira Pão de Açúcar; e (4) Fonte Nielsen e considera o universo de supermercados pequenos com até mil metros quadrados.



Mensagem do CEO

Assumi a liderança do GPA com entusiasmo pela relevância da Companhia e pela força de sua história, com consciência da responsabilidade do momento. Desde o primeiro dia, tenho estado próximo da operação, aprofundando o entendimento do negócio e dialogando diretamente com equipes, fornecedores, clientes, credores e acionistas.

O GPA reúne ativos relevantes, marcas consolidadas e uma base de clientes fiéis, apoiados por um time de mais de 37 mil colaboradores, fundamentais para a execução da estratégia. A Companhia está em um processo de evolução que exige foco, disciplina e consistência.

O quarto trimestre apresentou melhora em indicadores operacionais, com margem EBITDA ajustada de 10%, redução do prejuízo líquido e avanço na geração de caixa operacional. Esses resultados refletem os primeiros impactos da agenda de eficiência implementada ao longo do ano e reforçam o potencial de melhoria da performance da Companhia ao longo de 2026.

Nossa atuação está concentrada em três frentes claras: geração de caixa operacional, disciplina financeira e aprimoramento da experiência do cliente. Nessa agenda, mantemos uma atuação próxima e construtiva com nossos fornecedores, parceiros fundamentais para a entrega da nossa proposta de valor.

Estamos simplificando estrutura e processos, com redução de despesas e ganhos de agilidade, para tornar a Companhia mais eficiente e competitiva.

Seguiremos executando essa agenda com disciplina. O foco está na construção de uma evolução consistente e sustentável, trimestre a trimestre.

Alexandre Santoro
Diretor Presidente do GPA

Destaques Financeiros

Em decorrência do processo de descontinuidade das atividades dos hipermercados Extra, em 2021, e dos postos de combustível, em 2024, 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 Resolução CVM nº 108/22, 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) – exceto quando indicado, e incluem comparações relativas ao mesmo período de 2024, exceto onde indicado de outra forma.

DESTAQUES FINANCEIROS (R\$ milhões, exceto quando indicado)	4T25	4T24	Δ	12M25	12M24	Δ
Receita Bruta	5.560	5.585	-0,4%	20.631	20.048	2,9%
Receita Líquida	5.114	5.220	-2,0%	19.113	18.790	1,7%
Lucro Bruto	1.415	1.417	-0,2%	5.268	5.172	1,9%
Margem Bruta	27,7%	27,2%	0,5 p.p.	27,6%	27,5%	0,0 p.p.
Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas	(938)	(961)	-2,5%	(3.684)	(3.688)	-0,1%
% da Receita Líquida	18,3%	18,4%	-0,1 p.p.	19,3%	19,6%	-0,4 p.p.
Equivalência Patrimonial	6	15	-59,2%	60	64	-7,1%
EBITDA Ajustado Consolidado⁽¹⁾	510	498	2,5%	1.750	1.664	5,2%
Margem EBITDA Ajustado ⁽¹⁾	10,0%	9,5%	0,4 p.p.	9,2%	8,9%	0,3 p.p.
Outras Despesas e Receitas Operacionais	(618)	(628)	-1,5%	(769)	(939)	-18,0%
Lucro Líquido Controladores – Operações Continuadas	(523)	(737)	-29,0%	(651)	(1.669)	-61,0%
Margem Líquida – Controladores – Operações Continuadas	-10,2%	-14,1%	3,9 p.p.	-3,4%	-8,9%	5,5 p.p.
Lucro Líquido Controladores – Operações Descontinuadas⁽²⁾	(49)	(367)	-86,7%	(173)	(738)	-76,5%
Lucro Líquido Controladores Consolidado⁽³⁾	(572)	(1.104)	-48,2%	(824)	(2.407)	-65,8%

(1) Lucro operacional antes de juros, impostos, depreciação e amortização ajustado pelas Outras Desp. e Rec. Oper.; (2) Inclui resultado da operação descontinuada de hipermercados e postos de combustíveis; e (3) Considera resultados das operações continuadas e descontinuadas.

Desempenho de Vendas

Resultados consistentes refletem fortalecimento das bandeiras e fidelização de clientes

RECEITA BRUTA E MESMAS LOJAS (R\$ milhões)	4T25		Variação 4T25/4T24	
	Vendas totais	Participação das vendas (%)	Total lojas	Mesmas lojas ex. efeito calendário ⁽⁴⁾
Pão de Açúcar	2.832	50,9%	0,4%	1,8%
Extra Mercado	1.845	33,2%	1,5%	4,0%
Proximidade	691	12,4%	11,5%	3,2%
Outros negócios ⁽¹⁾	97	1,7%	30,3%	n.d.
GPA ex. Aliados	5.464	98,3%	2,4%	2,7%
Aliados ⁽²⁾	96	1,7%	-61,7%	n.d.
GPA⁽³⁾	5.560	100,0%	-0,4%	2,7%

(1) Receitas provenientes principalmente do aluguel de galerias comerciais e Stix Fidelidade; (2) Modelo de venda direta para pequenos comércios; (3) Exclui receitas de postos de combustíveis classificadas em atividades descontinuadas a partir do 1T24; (4) Ajuste de +0,1p.p. na venda mesmas lojas em relação ao efeito calendário.

No 4T25, as vendas totais alcançaram R\$ 5,6 bilhões, com leve recuo de 0,4% em relação ao mesmo período do ano anterior, principalmente em função da descontinuação do formato Aliados. Excluindo Aliados, modelo de venda direta para pequenos comércios, as vendas totalizaram R\$ 5,5 bilhões, com crescimento de 2,4%.

Assim como no trimestre anterior, a dinâmica do mercado alimentar seguiu com uma demanda mais arrefecida, somada a um menor impacto de inflação alimentar na maior parte das categorias de produtos na comparação com os trimestres anteriores. Diante deste cenário, as bandeiras do GPA seguiram resilientes, apresentando crescimento de 2,7% no conceito de mesmas lojas.

O segmento de supermercados segue avançando no mercado alimentar. Segundo dados da Nielsen, o segmento ganhou *market share* em mesmas lojas em todos os trimestres, sendo 0,7 p.p. no 4T25, destacando-se pela proposta de valor e pela resiliência diante do atual ciclo econômico. Nesse contexto, mantemos o foco em nossa estratégia de posicionamento de bandeiras e na complementariedade entre formatos, elemento essencial para navegar em um cenário desafiador, impulsionando crescimento e expansão de rentabilidade.

Crescimento mesmas lojas por bandeira e formato

Crescimento YoY Mesmas Lojas ⁽¹⁾	4T23	1T24	2T24	3T24	4T24	1T25	2T25	3T25	4T25
Pão de Açúcar	4,2%	6,7%	2,7%	4,6%	10,2%	6,5%	6,5%	3,5%	1,8%
Extra Mercado	2,0%	4,5%	3,4%	5,8%	10,3%	6,6%	4,8%	5,5%	4,0%
Proximidade	0,2%	2,3%	6,9%	4,6%	4,9%	7,8%	0,2%	2,8%	3,2%

(1) Ajuste de +0,1p.p. na venda mesmas lojas em relação ao efeito calendário.

No Pão de Açúcar, as vendas em mesmas lojas cresceram 1,8%, com destaque para a melhora do volume de perecíveis em relação ao trimestre anterior, apesar da menor evolução do preço médio nessa categoria. Ao longo de 2025, avançamos no *market share* do segmento *premium* e mantivemos um crescimento consistente no *share of wallet* dos clientes fiéis⁽¹⁾, evidenciando a consistência, a resiliência e a solidez da proposta de valor da bandeira — baseada em sortimento *premium*, qualidade superior de perecíveis e excelência no atendimento.

No Extra Mercado, o crescimento de vendas em mesmas lojas atingiu 4,0%, mantendo a trajetória de evolução após o projeto de revisão de sortimento e gestão de categorias, iniciado no 2º semestre de 2024 — que incluiu o reposicionamento dos perfis de loja e a revisão do papel das principais categorias. Assim como no Pão de Açúcar, o destaque do trimestre foi a categoria de perecíveis, com avanço do crescimento de volume em relação aos trimestres anteriores.

No formato de Proximidade, as vendas em mesmas lojas avançaram 3,2%, enquanto as vendas totais cresceram 11,5%, com destaque para a maior contribuição das lojas inauguradas a partir de 2023, que ainda estão em fase de *ramp-up*. A efetividade do modelo se reflete no aumento do número de tickets nas lojas e no ganho recorrente de *market share* em relação aos supermercados de pequeno porte.

(1) Top 20% clientes que representa os maiores gastos na bandeira Pão de Açúcar, fonte Varejo 360

Pão de Açúcar e Minuto ganham relevância nos mercados premium e de proximidade

Seguimos executando com disciplina e rigor o nosso plano estratégico, o que se reflete em maior reconhecimento por parte dos clientes e em ganhos de *market share*.

Em 2025, ampliamos em 0,5 p.p. o *market share* no segmento *premium*⁽¹⁾ em relação ao ano anterior, considerando as vendas totais nas cidades em que operamos com as bandeiras Pão de Açúcar e Minuto Pão de Açúcar. Esse avanço contínuo decorre do nosso foco estratégico nesse segmento e do fortalecimento da proposta de valor das duas bandeiras *premium*.

No mesmo período, o formato de proximidade⁽²⁾ avançou 1,7 p.p. em *market share* entre supermercados de pequeno porte na Grande São Paulo, evidenciando a efetividade do plano de expansão executado nos trimestres anteriores.

Por fim, no Estado de São Paulo⁽³⁾, o *market share* no mercado de autosserviço apresentou leve retração de 0,2 p.p. na comparação entre 2025 e 2024. Já em relação a 2023, registramos avanço de 0,4 p.p., refletindo o ganho consistente de participação acumulado ao longo dos últimos dois anos.

Crescimento consistente consolida a liderança no e-commerce alimentar

No 4T25, o e-commerce segue aumentando a sua relevância, com aumento da participação nas vendas totais. As vendas alcançaram R\$ 667 milhões, um avanço de 6,6% em relação ao mesmo período de 2024.

A participação do e-commerce atingiu 12,6% das vendas totais, alta de 0,6 p.p. versus o 4T24. Os avanços foram mais expressivos na bandeira Extra Mercado e no formato de Proximidade, cujas penetrações cresceram 2,2 p.p. e 1,4 p.p., respectivamente.

Esse desempenho foi impulsionado pela ampliação da base de lojas do Extra Mercado e segmento de Proximidade elegíveis ao e-commerce, além dos ganhos de eficiência na operação. No eixo de melhoria da experiência do cliente e da produtividade, concluímos a implementação do *multipicking* em toda a operação, atingindo o patamar de três pedidos simultâneos por *picker*, e realizamos a reforma da área de digital em 12 lojas.

Mantivemos a liderança na venda de alimentos via e-commerce, tanto em nossos canais próprios quanto nas principais plataformas parceiras. Com diferenciação de sortimento e excelência no atendimento, seguimos com um elevado mix de perecíveis, que representaram 33,3% das vendas totais do e-commerce no trimestre.

Aumento do NPS e ganhos em clientes premium e marcas próprias

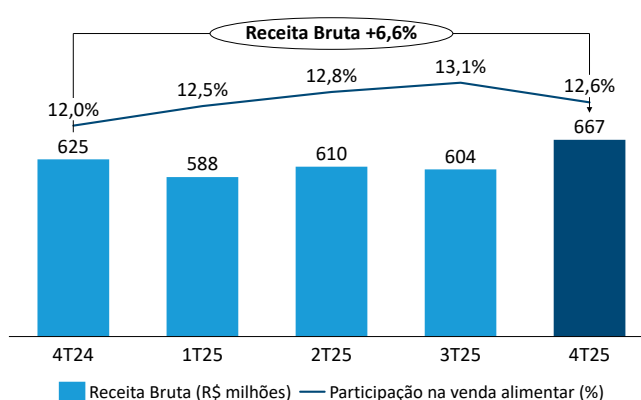
Seguimos focados em encantar nossos clientes e entregar, em cada interação, uma proposta de valor consistente e diferenciada. Desde 2022, adotamos o NPS (Net Promoter Score) como uma métrica importante para acompanhar essa evolução. Com iniciativas contínuas — com destaque para treinamento das equipes, revitalização de lojas e aprimoramento do sortimento — elevamos o NPS de 46 pontos no início de 2022 para 78 pontos ao final de 2025, refletindo uma transformação relevante na percepção dos clientes sobre nossas bandeiras.

Mesmo em um trimestre desafiador, marcado pelo arrefecimento da demanda e pela intensificação da concorrência, seguimos evidenciando a força e a resiliência da nossa proposta de valor, com avanços que sustentaram o crescimento e a rentabilidade.

No 4T25, seguimos avançando na fidelização dos nossos clientes, com avanço de 1,1 p.p. no *share of wallet* dos clientes *premium*⁽⁴⁾ em relação ao mesmo período do ano anterior. Esse resultado refletiu a expansão contínua da base de clientes *Premium & Valiosos*, impulsionada pelo programa de fidelidade Pão de Açúcar Mais, que apresentou crescimento de 4,4% no número de clientes ativos evolução relevante do grupo de clientes da categoria Black, o nível mais alto do programa.

Cabe ressaltar, que o programa de fidelidade do Pão de Açúcar, pioneiro no mercado e com 3,2 milhões de clientes, é um dos principais alicerces de iniciativas estratégicas da Companhia, com destaque para o Retail Media, que vem contribuído positivamente para o aumento da rentabilidade da operação.

E-commerce (vendas e penetração)



(1) Fonte Nielsen e considera as vendas totais do universo *premium* em todas as cidades com operação da bandeira Pão de Açúcar; (2) Fonte Nielsen e considera o universo de supermercados pequenos com até mil metros quadrados; (3) Fonte Nielsen e considera as vendas totais no Estado de São Paulo no segmento de autosserviço; (4) Fonte Varejo 360 e considera 20% dos clientes com maiores gastos na bandeira Pão de Açúcar

As marcas próprias também tiveram papel estratégico na fidelização, reforçando a confiança dos consumidores e constituindo um diferencial competitivo relevante, ao estimular maior frequência de compra. Atualmente, 87% dos nossos clientes consomem marcas próprias.

No 4T25, as vendas de marcas próprias cresceram 3,5%, alcançando penetração de 21,4% sobre as vendas totais, um avanço de 0,8 p.p. em relação ao 4T24.

Em 2025, lançamos 230 novos produtos no portfólio de marcas próprias, incluindo os lançamentos da nova marca própria Pão de Açúcar, voltada a itens *premium*, que já vem desempenhando um papel relevante na fidelização dos clientes da bandeira.

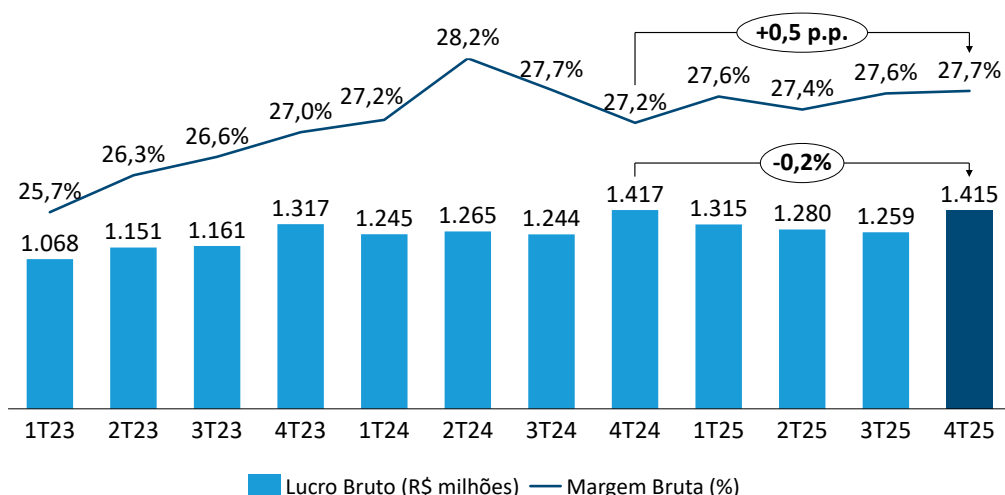
Outra frente estratégica de fidelização é a Stix, um ecossistema de programas de fidelidade de grandes marcas, no qual o GPA é o sócio majoritário. A plataforma reúne grandes marcas do varejo, como Pão de Açúcar, Extra Mercado, Raia, Drogasil, Sodimac, C&A, Shell e Petlove — e conta com a Liveloo como parceira financeira para ampliar a base de clientes. A estratégia da Stix foca em aumentar o gasto médio e a frequência de compras, por meio da integração dos programas de fidelidade e de uma experiência prática e conveniente para acúmulo e resgate de pontos.

No trimestre, a Stix alcançou 15,1 milhões de clientes, dos quais 88% são ativos, representando um crescimento expressivo de 36% em relação ao fechamento de 2024.

Desempenho Financeiro

Margem bruta expande e reforça rentabilidade, atingindo 27,7%

Expansão de 0,5 p.p. na comparação com o 4T24



No 4T25, o Lucro Bruto atingiu R\$ 1,4 bilhão, com uma margem de 27,7%, representando ganho de 0,5 p.p. frente ao mesmo período do ano anterior. Seguimos focados em extrair maior eficiência da operação, o que tem sustentado a expansão e a resiliência da margem bruta, mesmo diante da volatilidade do varejo alimentar. Essa resiliência confere à Companhia maior flexibilidade para calibrar a intensidade das alavancas promocionais de suas bandeiras, preservando a trajetória positiva da rentabilidade operacional.

Entre as principais iniciativas, destacam-se: (i) maior eficiência e assertividade nas negociações comerciais; (ii) aprimoramentos operacionais contínuos nas bandeiras e formatos, favorecendo ganhos sustentáveis de rentabilidade; (iii) redução das quebras, com impacto direto no lucro bruto; e (iv) expansão das receitas de Retail Media, segmento reconhecido por margens superiores.

A Equivalência Patrimonial, correspondente à participação do GPA nos resultados da FIC, totalizou R\$ 6 milhões, com queda em comparação com os R\$ 15 milhões reportados no 4T24. A redução nesse trimestre ocorre em função da aplicação de uma nova resolução com impacto na metodologia para a contabilização dos saldos de provisão de perdas.

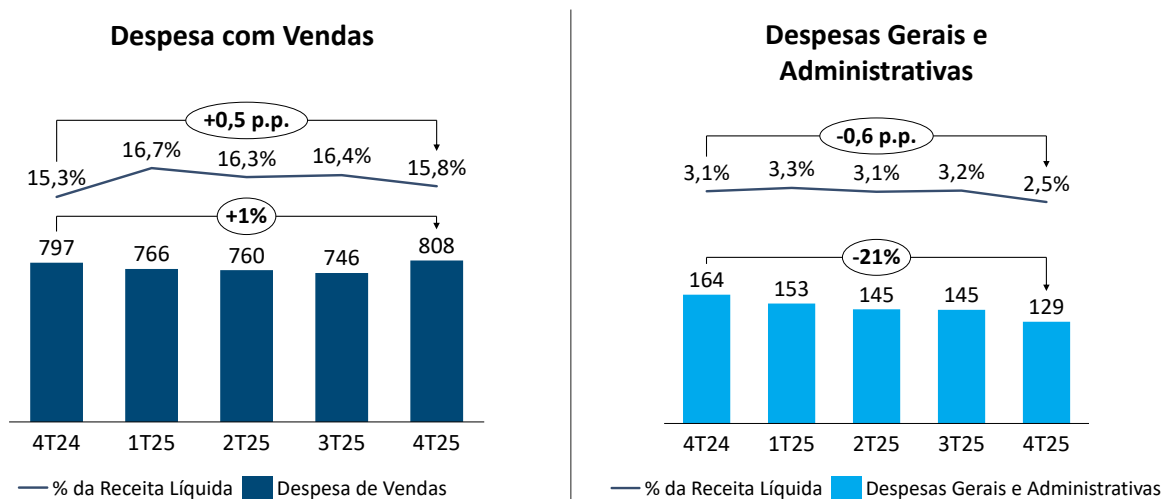
Adicionalmente, e em linha com a estratégia de venda de ativos, a Companhia anunciou a venda de sua participação na FIC pelo montante de R\$ 260,1 milhões, cujo recebimento está condicionado ao cumprimento de certas condições precedentes (maiores detalhes [aqui](#)).

Com a conclusão da operação, a Companhia estará habilitada a firmar novos acordos de parceria na área de serviços financeiros, com o objetivo de explorar os balcões presentes em suas bandeiras – que somam 728 lojas e registram

fluxo superior a 20 milhões de clientes por mês – e do seu e-commerce que atualmente é o maior do Brasil, destravando e potencializando o valor de seus ativos.

Margem EBITDA Ajustado atinge 10,0%

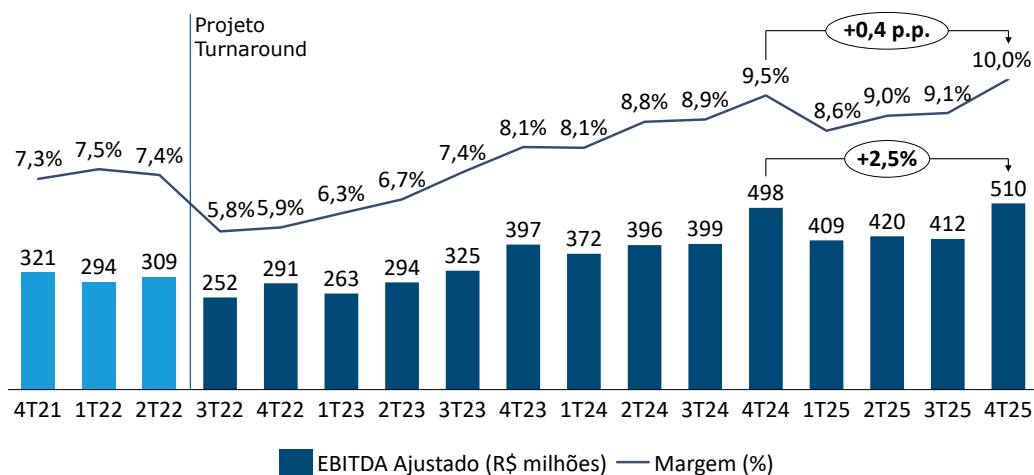
Resultado reflete as iniciativas voltadas ao ganho de eficiência nas despesas, sobretudo nas despesas administrativas



No 4T25, o SG&A totalizou R\$ 938 milhões, equivalente a 18,3% da receita líquida, representando ganho de eficiência de 0,1 p.p. em relação ao 4T24, mesmo com um crescimento mais moderado da receita. Houve redução do SG&A, impulsionado pela expressiva redução do G&A que recuou 21% na comparação anual, como reflexo da disciplina financeira adotada pela Companhia.

Conforme anunciado, a Companhia está executando um Plano de Eficiência para 2026 com objetivo de reduzir despesas operacionais em pelo menos R\$ 415 milhões. Nesse contexto, mais de 80% do valor já está mapeado e validado, com início da captura a partir do 1T26.

Evolução da Rentabilidade – EBITDA Ajustado



Como resultado dessas iniciativas, o EBITDA Ajustado alcançou R\$ 510 milhões no trimestre, com crescimento de 2,5% em relação ao 4T24 e margem de 10,0%, representando expansão de 0,4 p.p. na comparação anual. O desempenho evidencia a consistência das ações em curso, com foco na redução de despesas e na otimização da estrutura de custos operacionais.

Outras Receitas e Despesas Operacionais

No trimestre, as Outras Receitas e Despesas totalizaram R\$ (618) milhões, sendo R\$ (527) milhões referentes ao reconhecimento de *impairment* associado à venda da participação na FIC, decorrente da diferença entre o valor contábil do investimento e o preço de venda acordado. Excluindo esse efeito não recorrente e sem impacto caixa, as Outras Receitas e Despesas somariam R\$ (91) milhões, dos quais, principalmente, R\$ (46) milhões relacionados a provisões trabalhistas, tributárias e cíveis/regulatórias e R\$ (13) milhões referentes a despesas com reestruturação e fechamento de lojas.

Resultado Financeiro

RESULTADO FINANCEIRO (R\$ milhões)	4T25	4T24	Δ	12M25	12M24	Δ
Receitas Financeiras	113	56	103,5%	416	238	75,0%
Despesas Financeiras – pré-IFRS 16	(313)	(247)	27,0%	(1.177)	(992)	18,7%
Custo da dívida	(172)	(136)	25,9%	(656)	(583)	12,5%
Custo de antecipação de recebíveis	(29)	(22)	34,1%	(101)	(73)	38,5%
Outras despesas financeiras	(112)	(88)	26,9%	(420)	(336)	25,0%
Resultado Financeiro Líquido – pré-IFRS 16	(200)	(191)	4,7%	(761)	(754)	0,9%
% Receita Líquida – pré-IFRS 16	-3,9%	-3,7%	-0,2 p.p.	-4,0%	-4,0%	0,0 p.p.
Juros sobre passivo de arrendamento	(125)	(122)	2,2%	(503)	(487)	3,3%
Resultado Financeiro Líquido – pós-IFRS 16	(325)	(313)	3,7%	(1.264)	(1.241)	1,9%
% Receita Líquida – pós-IFRS 16	-6,4%	-6,0%	-0,4 p.p.	-6,6%	-6,6%	0,0 p.p.

No 4T25, o Resultado Financeiro Líquido pré-IFRS 16 totalizou R\$ (200) milhões, representando 3,9% da receita líquida. Abaixo, destacam-se os principais impactos na comparação com o mesmo período do ano anterior:

- Receitas Financeiras: cresceram 103,5%, impulsionadas principalmente por um efeito não recorrente de R\$ 86 milhões, relacionado ao reconhecimento da atualização monetária de créditos tributários extemporâneos.
- Despesas Financeiras: aumentaram 27,0%, refletindo (i) a elevação do custo da dívida em função do aumento da taxa Selic e (ii) o custo financeiro das garantias associadas as contingências.

Considerando o efeito do IFRS 16, o Resultado Financeiro Líquido, incluindo os juros sobre o passivo de arrendamento, totalizou R\$ (325) milhões no 4T25, equivalente a 6,4% da receita líquida.

Prejuízo Líquido Continuado e Descontinuado

No 4T25, o Prejuízo Líquido das Operações Continuadas totalizou R\$ (523) milhões, apresentando melhora em relação aos R\$ (737) milhões registrados no 4T24. A redução do prejuízo decorre, principalmente, do efeito positivo na linha de Imposto de Renda que totalizou R\$ 179 milhões, com o reconhecimento do ativo fiscal diferido sobre o *impairment* registrado na venda da participação na FIC.

Excluindo, no 4T25, os efeitos não recorrentes do *impairment* associado à venda da participação na FIC, líquido do ativo fiscal diferido, o Prejuízo Líquido das Operações Continuadas seria de R\$ (175) milhões.

Ainda no 4T25, o Prejuízo Líquido das Operações Descontinuadas totalizou R\$ (49) milhões, também com melhora relevante frente aos R\$ (367) milhões registrados no 4T24.

Geração de Caixa e Dívida Líquida

VARIAÇÃO DA DÍVIDA LÍQUIDA - ABERTURA GERENCIAL (R\$ milhões)	4T25	4T24	Δ R\$	12M25	12M24	Δ R\$
EBITDA Ajustado Consolidado pré-IFRS 16⁽¹⁾	280	286	(5)	848	811	36
Equivalência Patrimonial	(6)	(15)	9	(60)	(64)	5
Imposto de Renda Pago	(2)	(1)	(1)	(5)	(2)	(3)
Variação do capital de giro de mercadorias	516	766	(250)	230	109	121
Variação em Estoques	(58)	(3)	(55)	51	(62)	112
Variação em Fornecedores	612	857	(245)	56	120	(64)
Variação em Recebíveis	(38)	(88)	50	123	50	73
Variação em outros ativos e passivos operacionais	144	45	99	268	76	192
Fluxo de Caixa Operacional	933	1.081	(148)	1.282	930	352
Capex ajustado por BTS ⁽²⁾	(115)	(178)	62	(612)	(674)	62
Fluxo de Caixa Livre Operacional	818	903	(86)	669	256	413
Outras receitas e despesas operacionais	38	(131)	170	(549)	(702)	153
Dividendos	0	0	0	17	124	(107)
Fluxo de Caixa Livre Operacional Ajustado	856	772	84	138	(322)	460
Vendas de ativos / oferta ⁽³⁾	13	20	(7)	96	1.828	(1.732)
Fluxo de Caixa depois da venda de ativos	869	791	77	234	1.506	(1.272)
Custo financeiro líquido ⁽⁴⁾	(259)	(156)	(103)	(920)	(595)	(325)
Variação da dívida líquida	610	635	(25)	(686)	911	(1.597)

(1) Considera o EBITDA ajustado por efeitos em Outras Receitas e Despesas Operacionais, com o resultado da Equivalência Patrimonial 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 não core e não estratégicos 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, as variações são analisadas com base nos últimos 12 meses encerrados no 4T25 (12M25), exceto quando indicado.

O EBITDA Ajustado pré-IFRS 16 totalizou R\$ 848 milhões, refletindo uma evolução de 4,5% em relação ao período anterior. Já o Fluxo de Caixa Operacional, após as variações de capital de giro, atingiu R\$ 1,3 bilhão, avançando 37,8% em relação ao período anterior, com melhora na gestão operacional no capital de giro de mercadorias. Destaque-se, nesse contexto, o aumento de 5 dias no prazo de pagamento de fornecedores na comparação anual, decorrente de negociações comerciais, bem como a redução com despesas legais em outros passivos operacionais.

O CAPEX somou R\$ 612 milhões, registrando redução de 9% em relação ao ano anterior. Na comparação trimestral, a queda foi de 35%, refletindo a maior seletividade nos investimentos e a descontinuidade do plano de expansão.

As Outras Receitas e Despesas Operacionais registraram despesa líquida de R\$ 549 milhões, redução de R\$ 153 milhões em relação ao período anterior. Os efeitos recorrentes que impactaram essa rubrica somaram R\$ 151 milhões, compostos principalmente por pagamentos de contingências tributárias, cíveis e regulatórias, além de honorários advocatícios. Por outro lado, os efeitos não recorrentes totalizaram R\$ 398 milhões e são compostos por: (i) desembolsos com processos trabalhistas, em sua maior parte relacionados ao Extra Hiper, atualmente em fase de redução, no valor aproximado de R\$ 389 milhões; (ii) pagamentos referentes a acordos tributários, incluindo a adesão ao Acordo Paulista e Anistia da Bahia, totalizando aproximadamente R\$ 129 milhões; (iii) despesas com reestruturações, incluindo fechamento de lojas, estimadas em R\$ 73 milhões, contrabalanceados pelo impacto positivo da (iv) restituição de impostos no valor de R\$ 138 milhões; e pela (v) indenização relacionada à processo tributário no valor de R\$ 55 milhões.

A frente de vendas de ativos não estratégicos totalizou R\$ 96 milhões no período, com destaque para as parcelas recebidas pela venda dos postos de combustíveis, além da venda de imóveis e lojas deficitárias.

Por fim, o custo financeiro líquido totalizou R\$ 920 milhões, um aumento de R\$ 325 milhões em relação ao mesmo período do ano anterior. A variação reflete a elevação da taxa SELIC, o aumento da dívida líquida e a concentração de pagamento de prêmios relacionados às renovações de seguros-garantia vinculados a discussões tributárias em esfera judicial. Vale ressaltar que cerca de um terço das garantias mantidas pela Companhia foi renovado ao longo deste ano. Em diversas dessas operações, a Companhia realiza o pagamento antecipado dos prêmios correspondentes ao período total de vigência das garantias contratadas — que, em muitos casos, é de até cinco anos. Assim, embora o efeito seja reconhecido nos resultados conforme o regime de competência, o desembolso impacta imediatamente o fluxo de caixa no momento da contratação.

Abaixo a tabela com detalhe do capital de giro das mercadorias na comparação entre 4T25 e 4T24.

CAPITAL DE GIRO DE MERCADORIAS (R\$ milhões)	3T24	4T24	1T25	2T25	3T25	4T25	4T25 vs 4T24	4T25 vs 3T25
(+) Fornecedores	2.219	3.133	2.518	2.431	2.577	3.189	56	612
(-) Estoques	(1.992)	(2.014)	(2.114)	(1.929)	(1.905)	(1.963)	51	(58)
(-) Recebíveis	(352)	(408)	(309)	(292)	(247)	(285)	123	(38)
(=) Capital de giro após recebíveis	(126)	711	95	209	425	941	230	516
Dias de CMV								
(+) Fornecedores	54	64	57	60	64	69	5	5
(-) Estoques	(49)	(41)	(48)	(48)	(47)	(42)	(1)	5
(-) Recebíveis	(9)	(8)	(7)	(7)	(6)	(6)	2	0
(=) Capital de giro após recebíveis	(3)	15	2	5	11	20	6	10

Dívida líquida consolidada

ENDIVIDAMENTO (R\$ milhões)	31.12.2025	31.12.2024	Δ R\$
Dívida de Curto Prazo	1.700	850	850
Empréstimos e Financiamentos	224	16	208
Debêntures	1.476	834	642
Dívida de Longo Prazo	2.367	3.173	(806)
Empréstimos e Financiamentos	1.209	722	487
Debêntures	1.194	2.474	(1.280)
Instrumentos Financeiros	(36)	(23)	(13)
Total da Dívida Bruta	4.067	4.022	45
Caixa e Equivalentes	(1.990)	(2.631)	641
Dívida Líquida	2.077	1.391	686
Carteira de Recebíveis de Cartão de Crédito não antecipados	(44)	(88)	44
Dívida Líquida incluindo Recebíveis de Cartão de Crédito não antecipados	2.033	1.303	729
EBITDA Ajustado Consolidado (últimos 12 meses)	1.751	1.664	87
Dívida Líquida incluindo Recebíveis de Cartão de Crédito não antecipados / EBITDA Ajustado Consolidado (últimos 12 meses)	1,2x	0,8x	0,4x
EBITDA Ajustado Consolidado pré-IFRS 16 (últimos 12 meses)	848	811	36
Dívida Líquida incluindo Recebíveis de Cartão de Crédito não antecipados / EBITDA Ajustado Consolidado pré-IFRS 16 (últimos 12 meses)	2,4x	1,6x	0,8x

A dívida líquida, incluindo o saldo de recebíveis não antecipados, totalizou R\$ 2,0 bilhões ao final do período. A alavancagem financeira pré-IFRS 16 — medida pela relação entre a dívida líquida e o EBITDA Ajustado Consolidado pré-IFRS 16 dos últimos 12 meses (incluindo despesas com aluguéis) — alcançou 2,4x no 4T25.

Investimentos

CAPEX AJUSTADO ⁽¹⁾ (R\$ milhões)	4T25	4T24	Δ R\$	12M25	12M24	Δ R\$
Expansão	8	33	(25)	112	134	(23)
Reformas, Conversões e Manutenções	44	44	(0)	208	223	(15)
TI, Digital e Logística	63	101	(38)	293	317	(24)
Total	115	178	(62)	612	674	(62)

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

No 4T25, o Capex Ajustado, que exclui os efeitos das operações de *built to suit*, totalizou R\$ 115 milhões, com reduções em todas as linhas, levando a uma redução de 35% ou de R\$ 62 milhões em comparação ao mesmo período do ano anterior. É possível observar significativa redução dos investimentos em abertura de novas lojas, diante da descontinuidade do plano de expansão, além de reformas.

Conforme divulgado, no contexto do Plano de Eficiência 2026, a Companhia projeta reduzir o CAPEX anual para o intervalo entre R\$ 300 milhões e R\$ 350 milhões, principalmente em função da descontinuidade da expansão e da redução de investimentos em TI e reformas de lojas. Essas iniciativas reforçam o foco na preservação de caixa e na eficiência na alocação de capital, contribuindo para a redução da dívida líquida.



ESG NO GPA

Agenda de iniciativas sociais e de meio ambiente

Em 2025, o GPA avançou de forma consistente em sua agenda ESG, com fortalecimento das iniciativas em Diversidade, Equidade e Inclusão, avanços ao longo da cadeia de valor e reconhecimento em rankings e índices relevantes de sustentabilidade. A Companhia mitigou impactos socioambientais e gerou resultados expressivos por meio de investimentos sociais, pilares centrais de sua estratégia.

Pela primeira vez, o GPA alcançou o nível de liderança em sustentabilidade ambiental no *Carbon Disclosure Project* (CDP), com classificação A em Carne Bovina e A- em Mudanças Climáticas e Palma. O desempenho reflete as contínuas ações de combate ao desmatamento e a redução das emissões de CO₂ das operações (escopos 1 e 2), com a meta de 50% até 2025 (meta alcançada), de 60% até 2030 e 70% até 2040, considerando o ano-base de 2015.

Respeito às Pessoas: No 4T25, a Companhia atingiu antecipadamente, em outubro, o compromisso público de alcançar 50% de mulheres em cargos de liderança até 2025, totalizando mais de 2.800 posições ocupadas por mulheres. Em equidade racial, o GPA foi a única varejista reconhecida pelo Movimento pela Equidade Racial (MOVER) como a empresa mais engajada e atuante, com mais de 1.160 colaboradores participando de formações exclusivas para pessoas negras. Adicionalmente, foi reconhecido como destaque na categoria Recenseamento Empresarial do Índice de Equidade Racial Empresarial (IERE), da Iniciativa Empresarial pela Equidade Racial.

A Companhia também passou a integrar o Fórum Empresas com Refugiados como Empresa Mobilizadora, iniciativa da ACNUR em parceria com o Pacto Global da ONU no Brasil, e consolidou a inclusão de refugiados e imigrantes como eixo estratégico, totalizando mais de 400 contratações em 2025.

No campo do impacto social, houve crescimento expressivo na arrecadação de alimentos nas lojas, totalizando mais de 365 toneladas no período, o equivalente a mais de 671 mil refeições complementadas — aumento de 30% em relação ao 4T24.

Respeito ao Alimento: O GPA encerrou 2025 com o cumprimento integral do compromisso, assumido em 2017, de garantir que 100% dos ovos de Marcas Próprias e Exclusivas comercializado sejam provenientes de sistemas de criação de galinhas livres de gaiolas, reforçando sua liderança em bem-estar animal e responsabilidade socioambiental.

No combate ao desperdício de alimentos, a venda de sacolas-surpresa por meio da parceria com a *Food to Save* cresceu 271% em relação a 2024, contribuindo para a redução de perdas e para o estímulo a práticas de consumo mais sustentáveis.

Respeito ao Negócio: Pelo décimo quinto ano consecutivo, o GPA integrou o Índice Carbono Eficiente (ICO2) da B3, um dos principais índices relacionados às mudanças climáticas do mercado brasileiro. Presente na carteira desde 2011, a Companhia reafirma seu compromisso com a transição para uma economia de baixo carbono, com avanços na redução de emissões, uso de energia renovável e modernização dos sistemas de refrigeração.

Movimentação de Lojas por Bandeira

No 4T25, inauguramos apenas uma loja pontual da bandeira Pão de Açúcar, com área de venda de 416 m², portanto abaixo da média de 1,4 mil m² da bandeira. Cabe ressaltar que não há novas aberturas previstas para os próximos trimestres.

No mesmo período, encerramos as operações de quatro lojas — duas da bandeira Extra Mercado, uma do Pão de Açúcar e uma do Minuto Pão de Açúcar. Todos os fechamentos ocorreram em função de baixa performance, como parte do processo contínuo de revisão e otimização do parque de lojas.

Lojas por Bandeira	3T25	4T25					
	Nº de Lojas	Abertas	Abertas por conversão	Fechadas	Fechadas para conversão	Nº de lojas	Área de vendas m ² (mil)
GPA	731	1	0	-4	0	728	548
Pão de Açúcar	187	1	0	-1	0	187	258
Extra Mercado	166	0	0	-2	0	164	194
Mini Extra (Proximidade)	155	0	0	0	0	155	38
Minuto Pão de Açúcar (Proximidade)	222	0	0	-1	0	221	56
Lojas em Conversão / Análise	1	0	0	0	0	1	2

Demonstrações Financeiras Consolidadas

Balço Patrimonial

BALANÇO PATRIMONIAL			
(R\$ milhões)	ATIVO		
	Consolidado		
	31.12.2025	31.12.2024	
Ativo Circulante	5.860	6.116	
Caixas e Equivalentes de Caixa	1.990	2.631	
Aplicações financeiras	24	15	
Contas a Receber	285	408	
Cartões de Crédito	44	88	
Tickets de vendas e duplicatas a receber	215	286	
Provisão para Devedores Duvidosos	(1)	(1)	
Provenientes de Acordos Comerciais	26	35	
Estoques	1.963	2.014	
Tributos a Recuperar	736	648	
Ativos Disponíveis para Venda	373	122	
Créditos com Partes Relacionadas - CP	54	0	
Despesas Antecipadas e Outras Contas a Receber	435	278	
Ativo Não Circulante	12.566	13.587	
Realizável a Longo Prazo	4.807	4.892	
Tributos a Recuperar	1.878	2.368	
Instrumentos Financeiros	36	23	
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	1.691	1.184	
Partes Relacionadas	5	5	
Depósitos para Recursos Judiciais	223	332	
Despesas Antecipadas e Outros	974	979	
Investimentos	0	804	
Imobilizado	6.136	6.147	
Intangível	1.623	1.744	
TOTAL DO ATIVO	18.426	19.703	

Demonstrações Financeiras Consolidadas

Balço Patrimonial

BALANÇO PATRIMONIAL			
(R\$ milhões)	PASSIVO		
	Consolidado		
	31.12.2025	31.12.2024	
Passivo Circulante	7.084	6.356	
Fornecedores	3.013	2.975	
Fornecedores - convênio	382	372	
Empréstimos e Financiamentos	224	16	
Debêntures	1.476	834	
Passivo de Arrendamento	459	451	
Salário e Encargos Sociais	335	437	
Impostos e Contribuições a Recolher	379	457	
Financiamento Compra de Imóveis	80	156	
Partes Relacionadas	0	6	
Propaganda	15	12	
Provisão para Reestruturação	3	4	
Receitas a apropriar	161	174	
Passivos sobre Ativos Não-Correntes a Venda	78	117	
Outros	478	345	
Passivo Não Circulante	9.218	10.412	
Empréstimos e Financiamentos	1.209	722	
Debêntures	1.194	2.474	
Passivo de Arrendamento	3.911	3.877	
Imposto de renda e contribuição social a recolher	76	286	
Impostos Parcelados	623	625	
Provisão para Demandas Judiciais	2.061	2.042	
Receitas a apropriar	38	59	
Outros	106	327	
Patrimônio Líquido	2.124	2.935	
Atribuído aos Acionistas Controladores	2.106	2.926	
Capital Social	2.511	2.511	
Reservas de Capital	(60)	(63)	
Reservas de Lucro	(344)	479	
Outros resultados Abrangentes no Patrimônio	(1)	(1)	
Participação de Acionistas não Controladores	18	9	
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	18.426	19.703	

Demonstrações Financeiras Consolidadas

Demonstração de Resultado do Exercício – 4º Trimestre de 2025

(R\$ Milhões)	Consolidado		
	4T25	4T24	Δ
Receita Bruta	5.560	5.585	-0,4%
Receita Líquida	5.114	5.220	-2,0%
Custo das Mercadorias Vendidas	(3.673)	(3.777)	-2,8%
Depreciação (Logística)	(27)	(26)	0,3%
Lucro Bruto	1.415	1.417	-0,2%
Despesas com Vendas	(808)	(797)	1,4%
Despesas Gerais e Administrativas	(129)	(164)	-21,1%
Desp. com Vendas, Gerais e Adm.	(938)	(961)	-2,5%
Resultado da Equiv. Patrimonial	6	15	-59,2%
Outras Despesas e Receitas Operacionais	(618)	(628)	-1,5%
Depreciação e Amortização	(258)	(265)	-2,7%
EBIT - Lucro operac. antes do result. financeiro e impostos	(393)	(422)	-6,9%
Receitas Financeiras	113	56	103,3%
Despesas Financeiras	(438)	(369)	18,8%
Resultado Financeiro Líquido	(325)	(313)	3,7%
Lucro (Prejuízo) Operacional Antes I.R.	(718)	(735)	-2,4%
Imposto de Renda	198	(1)	-
Lucro (Prejuízo) Líquido Companhia - operações em continuidade	(520)	(736)	-29,4%
Lucro (Prejuízo) Líquido Companhia - operações descontinuadas	(49)	(367)	-86,7%
Lucro Líquido Companhia Consolidado	(569)	(1.103)	-48,4%
Lucro (Prejuízo) Líquido dos Acionistas Controladores - op. em continuidade	(523)	(737)	-29,0%
Lucro (Prejuízo) Líquido dos Acionistas Controladores - op. Descontinuadas	(49)	(367)	-86,7%
Lucro (Prejuízo) Líquido dos Acionistas Controladores Consolidado	(572)	(1.104)	-48,2%
Participação de Acionistas Não Controladores - op. em continuidade	3	1	230,1%
Participação de Acionistas Não Controladores - op. descontinuadas	0	0	-
Participação de Acionistas Não Controladores Consolidado	3	1	230,1%
EBITDA - Lucro oper. antes da deprec. resultado financeiro e impostos	(108)	(130)	-17,0%
EBITDA Ajustado⁽¹⁾	510	498	2,5%

% da Receita Líquida	Consolidado		
	4T25	4T24	Δ
Lucro Bruto	27,7%	27,2%	0,5 p.p.
Despesas com Vendas	-15,8%	-15,3%	-0,5 p.p.
Despesas Gerais e Administrativas	-2,5%	-3,1%	0,6 p.p.
Desp. com Vendas, Gerais e Adm.	-18,3%	-18,4%	0,1 p.p.
Resultado da Equiv. Patrimonial	0,1%	0,3%	-0,2 p.p.
Outras Despesas e Receitas Operacionais	-12,1%	-12,0%	-0,1 p.p.
Depreciação e Amortização	-5,0%	-5,1%	0,0 p.p.
EBIT - Lucro operac. antes do result. financeiro e impostos	-7,7%	-8,1%	0,4 p.p.
Resultado Financeiro Líquido	-6,4%	-6,0%	-0,4 p.p.
Lucro (Prejuízo) Operacional Antes I.R.	-14,0%	-14,1%	0,1 p.p.
Imposto de Renda	3,9%	0,0%	3,9 p.p.
Lucro (Prejuízo) Líquido Companhia - operações em continuidade	-10,2%	-14,1%	3,9 p.p.
Lucro Líquido Companhia Consolidado	-11,1%	-21,1%	10,0 p.p.
Lucro (Prejuízo) Líquido dos Acionistas Controladores - op. em continuidade	-10,2%	-14,1%	3,9 p.p.
Lucro (Prejuízo) dos Acionistas Controladores Consolidado	-11,2%	-21,2%	10,0 p.p.
Participação de Acionistas Não Controladores - op. em continuidade	0,1%	0,0%	0,0 p.p.
Participação de Acionistas Não Controladores Consolidado	0,1%	0,0%	0,0 p.p.
EBITDA - Lucro oper. antes da depr., result. financeiro e impostos	-2,1%	-2,5%	0,4 p.p.
EBITDA Ajustado⁽¹⁾	10,0%	9,5%	0,4 p.p.

(1) EBITDA Ajustado exclui Outras Receitas e Despesas Operacionais.

Demonstrações Financeiras Consolidadas

Demonstração de Resultado do Exercício – 2025

(R\$ Milhões)	Consolidado		
	2025	2024	Δ
Receita Bruta	20.631	20.048	2,9%
Receita Líquida	19.113	18.790	1,7%
Custo das Mercadorias Vendidas	(13.738)	(13.502)	1,8%
Depreciação (Logística)	(106)	(116)	-8,2%
Lucro Bruto	5.268	5.172	1,9%
Despesas com Vendas	(3.079)	(3.040)	1,3%
Despesas Gerais e Administrativas	(605)	(648)	-6,5%
Desp. com Vendas, Gerais e Adm.	(3.684)	(3.688)	-0,1%
Resultado da Equiv. Patrimonial	60	64	-7,1%
Outras Despesas e Receitas Operacionais	(769)	(939)	-18,0%
Depreciação e Amortização	(1.043)	(1.045)	-0,2%
EBIT - Lucro operac. antes do result. financeiro e impostos	(169)	(435)	-61,2%
Receitas Financeiras	416	238	74,9%
Despesas Financeiras	(1.680)	(1.479)	13,6%
Resultado Financeiro Líquido	(1.264)	(1.241)	1,8%
Lucro (Prejuízo) Operacional Antes I.R.	(1.433)	(1.677)	-14,6%
Imposto de Renda	791	12	6273,5%
Lucro (Prejuízo) Líquido Companhia - operações em continuidade	(642)	(1.665)	-61,4%
Lucro (Prejuízo) Líquido Companhia - operações descontinuadas	(173)	(738)	-76,5%
Lucro Líquido Companhia Consolidado	(815)	(2.403)	-66,1%
Lucro (Prejuízo) Líquido dos Acionistas Controladores - op. em continuidade	(651)	(1.669)	-61,0%
Lucro (Prejuízo) Líquido dos Acionistas Controladores - op. Descontinuadas	(173)	(738)	-76,5%
Lucro (Prejuízo) Líquido dos Acionistas Controladores Consolidado	(824)	(2.407)	-65,8%
Participação de Acionistas Não Controladores - op. em continuidade	9	4	104,9%
Participação de Acionistas Não Controladores - op. descontinuadas	0	0	-
Participação de Acionistas Não Controladores Consolidado	9	4	104,9%
EBITDA - Lucro oper. antes da deprec. resultado financeiro e impostos	981	725	35,2%
EBITDA Ajustado⁽¹⁾	1.750	1.664	5,2%

% da Receita Líquida	Consolidado		
	2025	2024	Δ
Lucro Bruto	27,6%	27,5%	0,0 p.p.
Despesas com Vendas	-16,1%	-16,2%	0,1 p.p.
Despesas Gerais e Administrativas	-3,2%	-3,4%	0,3 p.p.
Desp. com Vendas, Gerais e Adm.	-19,3%	-19,6%	0,4 p.p.
Resultado da Equiv. Patrimonial	0,3%	0,3%	0,0 p.p.
Outras Despesas e Receitas Operacionais	-4,0%	-5,0%	1,0 p.p.
Depreciação e Amortização	-5,5%	-5,6%	0,1 p.p.
EBIT - Lucro operac. antes do result. financeiro e impostos	-0,9%	-2,3%	1,4 p.p.
Resultado Financeiro Líquido	-6,6%	-6,6%	0,0 p.p.
Lucro (Prejuízo) Operacional Antes I.R.	-7,5%	-8,9%	1,4 p.p.
Imposto de Renda	4,1%	0,1%	4,1 p.p.
Lucro (Prejuízo) Líquido Companhia - operações em continuidade	-3,4%	-8,9%	5,5 p.p.
Lucro Líquido Companhia Consolidado	-4,3%	-12,8%	8,5 p.p.
Lucro (Prejuízo) Líquido dos Acionistas Controladores - op. em continuidade	-3,4%	-8,9%	5,5 p.p.
Lucro (Prejuízo) dos Acionistas Controladores Consolidado	-4,3%	-12,8%	8,5 p.p.
Participação de Acionistas Não Controladores - op. em continuidade	0,0%	0,0%	0,0 p.p.
Participação de Acionistas Não Controladores Consolidado	0,0%	0,0%	0,0 p.p.
EBITDA - Lucro oper. antes da depr., result. financeiro e impostos	5,1%	3,9%	1,3 p.p.
EBITDA Ajustado⁽¹⁾	9,2%	8,9%	0,3 p.p.

(1) EBITDA Ajustado exclui Outras Receitas e Despesas Operacionais.