



RELEASE DE
RESULTADOS
1T24

7 de maio de 2024

PCAR
B3 LISTED NM



**Teleconferência sobre
os Resultados do 1T24**

Quarta-feira

8 de maio de 2024

9h00 (horário de Brasília)

8h00 (NY)

13h00 (Londres)

Português (idioma original)

Videoconferência: www.gpari.com.br

Inglês (tradução simultânea)

Videoconferência: www.gpari.com.br

Replay: www.gpari.com.br



Divulgação de resultados 1T24

São Paulo, 7 de maio de 2024. O GPA [B3: PCAR3] anuncia o resultado do 1º trimestre de 2024.

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

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

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

Contínuo avanço operacional com aumento de 1,8 p.p. da Margem EBITDA Ajustado e expressiva redução de R\$ 1,4 bilhão da dívida líquida vs. 1T23

- **R\$ 428 milhões de geração de Caixa Livre Operacional⁽¹⁾** nos últimos 12 meses, representando uma **melhora de R\$ 736 milhões vs. 1T23**;
- **Crescimento de 8,2% da receita bruta vs. 1T23**;
 - Aumento de 10,3% nas vendas da bandeira Pão de Açúcar e 22,8% do formato Proximidade⁽²⁾;
 - Forte crescimento de 25,1% na operação de e-commerce;
- **Aumento de 8,1% nas vendas mesmas lojas (5,4% ex. efeito calendário) vs. 1T23**;
 - Forte crescimento de 9,3% (6,7% ex. efeito calendário) da bandeira Pão de Açúcar e robusta performance na sazonalidade;
- **Sexto trimestre consecutivo de evolução do market share⁽³⁾ com avanço de 0,2 p.p. vs. 1T23**;
- **Margem Bruta de 27,2%, evolução de 1,5 p.p. vs. 1T23**;
- **Margem EBITDA Ajustado⁽⁴⁾⁽⁵⁾ de 8,1%, aumento de 1,8 p.p. vs. 1T23, e crescimento de 41,4% no mesmo período**;
- **Redução de R\$ 1,4 bilhão da dívida líquida com diminuição de 6,8x da alavancagem pré-IFRS 16⁽⁶⁾ vs. 1T23**.

DRE (R\$ milhões, exceto quando indicado)	GPA Consolidado			GPA Consolidado			GPA Consolidado	
	1T24	Postos IFRS 5	1T24 c/ Postos	1T23	Postos IFRS 5	1T23 c/ Postos	Δ	Δ c/ Postos
Receita Bruta	4.867	356	5.223	4.496	340	4.836	8,2%	8,0%
Receita Líquida	4.586	356	4.942	4.157	339	4.496	10,3%	9,9%
Lucro Bruto	1.245	31	1.276	1.068	28	1.096	16,6%	16,4%
Margem Bruta	27,2%	8,6%	25,8%	25,7%	8,4%	24,4%	1,5 p.p.	1,4 p.p.
Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas	(919)	(23)	(942)	(842)	(22)	(863)	9,2%	9,1%
% da Receita Líquida	20,0%	6,4%	19,1%	20,2%	6,3%	19,2%	-0,2 p.p.	-0,1 p.p.
Equivalência Patrimonial Operações Nacionais	16	0	16	8	0	8	100,4%	100,4%
EBITDA Ajustado GPA Brasil⁽⁴⁾⁽⁵⁾	372	8	380	263	7	270	41,4%	40,7%
Margem EBITDA Ajustado GPA Brasil ⁽⁴⁾⁽⁵⁾	8,1%	2,2%	7,7%	6,3%	2,1%	6,0%	1,8 p.p.	1,7 p.p.
Equivalência Patrimonial Operações Internacionais ⁽⁷⁾	0	0	0	(46)	0	(46)	0,0%	-100,0%
EBITDA Ajustado GPA Consolidado⁽⁵⁾	372	8	380	217	7	224	71,1%	69,3%
Margem EBITDA Ajustado ⁽⁵⁾	8,1%	2,2%	7,7%	5,2%	2,1%	5,0%	2,9 p.p.	2,7 p.p.
Outras Despesas e Receitas Operacionais	(205)	(0)	(205)	(51)	0	(51)	300,0%	300,0%
Lucro Líquido Controladores – Operações Continuadas	(407)	5	(402)	(319)	4	(315)	27,6%	27,6%
Margem Líquida – Controladores – Operações Continuadas	-8,9%	1,3%	-8,1%	-7,7%	1,1%	-7,0%	-1,2 p.p.	-1,1 p.p.
Lucro Líquido Controladores – Operações Descontinuadas⁽⁸⁾	(253)	(5)	(258)	71	(4)	67	n.d.	n.d.
Lucro Líquido Controladores Consolidado⁽⁹⁾	(660)	0	(660)	(248)	0	(248)	166,5%	166,5%

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



Eventos subsequentes, vendas de participações societárias e ativos não *core*, e oferta pública de ações

- Em 16 de outubro de 2023, o Conselho de Administração do GPA aprovou a celebração de um pré-acordo para a venda da totalidade da participação remanescente do GPA no Éxito de 13,3% por US\$ 156 milhões (R\$ 789 milhões) para o Grupo Calleja, detentor do grupo varejista de supermercados líder em El Salvador, no âmbito de uma Oferta Pública de Ações (OPA) lançada pelo Grupo Calleja na Colômbia e Estados Unidos. Acesse o fato relevante com mais detalhes no [link](#). Em janeiro de 2024, a OPA foi concluída e a Companhia anunciou o recebimento de R\$ 789 milhões. Dessa forma, a Companhia concluiu a venda da totalidade da participação remanescente de 13,3% detida no Éxito. Acesse o fato relevante com mais detalhes no [link](#);
- Em 13 de março de 2024, a Companhia concluiu o processo a oferta pública de distribuição primária de ações de emissão da Companhia, mediante à emissão de 220 milhões de novas ações, perfazendo o valor de R\$ 704 milhões. Acesse o fato relevante com mais detalhes no [link](#);
- Em 2 de abril de 2024, após a oferta pública de distribuição primária de ações, o Grupo Casino anunciou a redução da sua participação na Companhia para 22,5% ([link](#)), resultando em sua saída do controle do GPA;
- Em 18 de abril de 2024, o novo Conselho de Administração tomou posse, passando a contar com nove membros, sendo: seis membros independentes (vs. três membros anteriormente), dois membros do Grupo Casino (vs. seis membros anteriormente) e um membro do *management* (CEO). Com a maioria de membros independentes (seis de nove membros), novas expertises somadas, maior diversidade (dois novos membros mulheres) e com a nova presidência passando a ser exercida por um membro independente, demos mais um avanço importante na governança da Companhia ([link](#));
- Em 30 de abril de 2024, anunciamos a adesão ao programa de quitação de débitos de ICMS do Governo do Estado de São Paulo, que permitiu uma redução, conforme os descontos decorrentes deste acordo, de aproximadamente 80% para a quitação das contingências que somavam R\$ 3,6 bilhões. Acesse o fato relevante com mais detalhes no [link](#);
- Em 2 de maio de 2024, anunciamos a venda da nossa sede administrativa como parte das iniciativas de venda de ativos não *core* para a redução da alavancagem financeira da Companhia. O valor da transação totalizou R\$ 218 milhões. Acesse o fato relevante com mais detalhes no [link](#).



Mensagem do CEO

O GPA registrou um sólido crescimento em receita, em todas as suas bandeiras, com destaque para a bandeira Pão de Açúcar, em um processo de melhoria contínua da performance operacional. A margem EBITDA Ajustado chegou ao seu melhor resultado nos últimos nove trimestres, de 8,1%, uma sólida expansão de 41,4% na comparação com o 1T23, resultado que evidencia a consistência do nosso projeto de turnaround que chega, em 2024, ao fim do seu primeiro triênio.

A disciplina e, especialmente, a consistência na execução para a entrega dos objetivos e metas estabelecidas nos seis pilares estratégicos, tem alcançado, mês a mês, mais reconhecimento dos nossos clientes: já são seis trimestres consecutivos de aumento de *market share*, considerando o mercado de autosserviço, mesmo frente a uma forte base de comparação com o 1T23; e um avanço de 13 pontos de NPS nos últimos 12 meses.

A entrega operacional vem acompanhada de um movimento bastante sólido de melhoria da estrutura de capital, com eventos importantes iniciados em 2023, E que envolve desde a venda de ativos não *core*, ao processo de follow on, que culminou no aumento do capital social do GPA e uma nova estrutura societária, até o encaminhamento definitivo a questões relevantes como o tema de contingências, anunciado recentemente.

Iniciamos 2024 com uma companhia mais leve, com uma estrutura ainda mais equilibrada, que nos dá mais flexibilidade para executar o plano de retomada do negócio para qual nos propomos, com aumento da rentabilidade e aceleração dos resultados

Marcelo Pimentel
Diretor Presidente do GPA



Desempenho de Vendas

Robusto crescimento mesmas lojas com sexto trimestre consecutivo de ganho de *market share*

RECEITA BRUTA (R\$ milhões)	1T24		Variação 1T24/1T23		
	Vendas totais	Participação das vendas (%)	Total lojas	Mesmas lojas	Mesmas lojas ex. efeito calendário ⁽⁵⁾
Pão de Açúcar	2.433	50,0%	10,3%	9,3%	6,7%
Extra Mercado ⁽¹⁾	1.618	33,2%	5,3%	7,2%	4,5%
Proximidade ⁽²⁾	535	11,0%	22,8%	4,9%	2,3%
Outros negócios ⁽³⁾	63	1,3%	2,7%	n.d.	n.d.
GPA ex. Aliados	4.649	95,5%	9,7%	8,1%	5,4%
Aliados	219	4,5%	-15,1%	n.d.	n.d.
GPA⁽⁴⁾	4.867	100,0%	8,2%	8,1%	5,4%

(1) As lojas remanescentes do Compre Bem foram convertidas para Extra Mercado entre julho e agosto de 2023; (2) Exclui receita de Aliados; (3) Receitas provenientes principalmente do aluguel de galerias comerciais e Stix Fidelidade; (4) Exclui receita de Postos que foi classificada em atividades descontinuadas a partir do 1T24; (5) Ajuste de 2,7 p.p., principalmente devido à Páscoa (31/3 em 2024 vs. 9/4 em 2023) e um dia a mais de venda em 29/2/24.

As vendas totais atingiram R\$ 4,9 bilhões no 1T24, aumento de 8,2%. Destaques para a bandeira Pão de Açúcar que apresentou crescimento duplo dígito de 10,3%, impulsionado pelo desempenho da venda em mesmas lojas, e para o formato proximidade com aumento de 22,8%, suportada pela abertura de 61 lojas nos últimos 12 meses (sendo 9 lojas no 1T24) que mostraram maturação acelerada (aproximadamente sete meses, em média).

O crescimento foi mais uma vez superior ao mercado de autosserviço, com aumento de 0,2 p.p. de *market share*, apesar da forte base de comparação com o 1T23, no qual já tínhamos o efeito positivo das conversões de parte das lojas de hipermercado em supermercado.

A partir deste trimestre, optamos pela segregação gerencial de parte das vendas de proximidade que tem como característica a venda direta para pequenos comércios (**formato Aliados**). Dentro do contexto da evolução do plano de *turnaround*, essa decisão tem como objetivo dar maior visibilidade aos diferentes perfis de negócio da Companhia. Nos últimos dois anos, passamos a investir de forma mais significativa na expansão de lojas de proximidade *premium* com a **bandeira Minuto Pão de Açúcar**, tornando esse formato um dos pilares estratégicos da Companhia com forte avenida de crescimento.

Por fim, neste trimestre passamos a demonstrar os **Postos de Combustíveis** como operação descontinuada (IFRS 5/CPC 31) e, desta forma, a receita bruta, assim como custos e despesas, passaram a ser consolidados na linha de resultado de atividades descontinuadas.

Robusto crescimento mesmas lojas, acima da inflação de alimentos

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

(1) Exclui efeito calendário de 2,7 p.p.; (2) Exclui receita de Aliados.

As vendas mesmas lojas apresentaram crescimento de 8,1% (5,4% ex. efeito calendário), com performance consideravelmente superior à inflação do período, medida em 2,5%.

No Pão de Açúcar, as vendas mesmas lojas cresceram 9,3% (6,7% ex. efeito calendário), também apresentando forte evolução em relação ao 1T23. O aumento foi impulsionado tanto pelo volume das vendas quanto pelo aumento do preço médio e do fluxo de clientes nas lojas. As categorias de destaque da bandeira foram FLV (frutas, verduras e legumes), Peixaria e Merceria Complementar, as duas últimas impulsionadas pelos eventos sazonais ocorridos neste trimestre. Merceria Básica também apresentou um crescimento relevante, impulsionada pela inflação de alguns itens alimentares (como arroz, açúcar refinado e azeite). Por fim, vale mencionar o contínuo aumento da base de clientes Premium & Valiosos, pilar estratégico para o aumento de vendas e rentabilidade, com crescimento de 5,9% vs. o ano anterior.

No Extra Mercado, o aumento de vendas mesmas lojas atingiu 7,2% (4,5% ex. efeito calendário), o melhor crescimento mesmas lojas desde o 2T22. Também foram destaques as categorias FLV (frutas, verduras e legumes), Peixaria e Merceria Complementar. No 1T24, continuamos o avanço da experiência dos clientes, com melhora no NPS, e a implementação do projeto de gestão de categorias e revisão de sortimento e preços, cujo impacto positivo nas vendas da bandeira é esperado nos próximos trimestres deste ano.



No formato de Proximidade, apresentamos um forte crescimento no total lojas de 22,8%, alavancado pelo *ramp-up* acelerado das novas lojas. Na comparação mesmas lojas, apresentamos um aumento de 4,9% (2,3% ex. efeito calendário), com destaque para as safras de lojas inauguradas a partir de 2021, que apresentaram crescimento mesmas lojas de duplo dígito e que já apresentam vendas por metro quadrado, em média, 8% superior às lojas mais antigas. Essa performance é explicada pelo ajuste efetuado no processo de expansão nos últimos anos, com melhor posicionamento demográfico das lojas, foco na bandeira *premium* Minuto Pão de Açúcar nos bairros mais afluentes da cidade de São Paulo, melhor posicionamento das categorias de perecíveis, dentre outros aspectos. No 1T24, assim como nos trimestres anteriores, continuamos ganhando *market share* (+0,9 p.p.) com um formato promotor de margem para a Companhia.

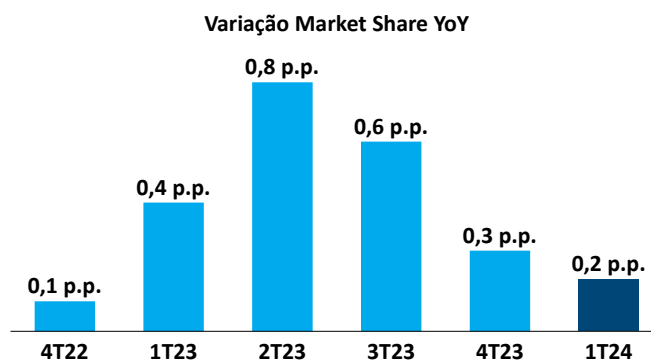
O formato de Aliados, que passamos a apresentar de forma segregada a partir desse trimestre, é o modelo de venda direta do formato Proximidade para pequenos comércios, cuja operação foi iniciada em 2017. Atualmente, temos mais de 2,2 mil parceiros nesse formato, que geraram uma venda de R\$ 219 milhões neste trimestre. Este formato apresenta como características principais baixo investimento e significativas sinergias comerciais e logísticas com o restante da operação. A partir do início de 2024, iniciamos um processo de reequilíbrio deste formato, com foco na rentabilidade, oferecendo um *mix* de sortimento com maior margem, aumento da eficiência promocional e maior diluição dos custos logísticos, resultando em uma venda menor, porém mais rentável, que deve contribuir positivamente no plano de recuperação da margem operacional da Companhia.

Consistência do ganho de *market share* em todos os formatos

Seis trimestres consecutivos de aumento de *market share*

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

No 1T24, crescemos 0,2 p.p. nosso *market share* em relação ao ano anterior, sendo este o sexto trimestre consecutivo de aumento, segundo dados da consultoria Nielsen, considerando o mercado de autosserviço Brasil.

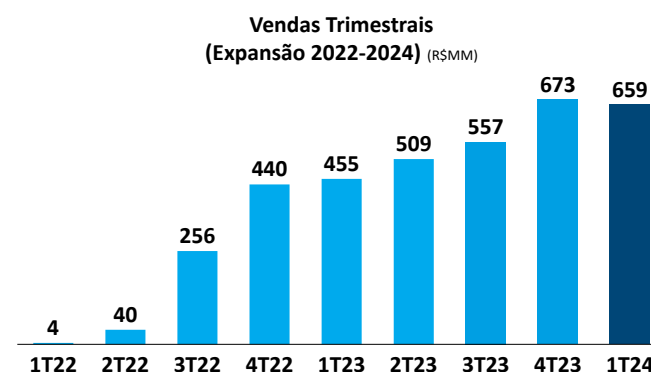


O Pão de Açúcar apresentou uma evolução de 0,1 p.p. vs. o mercado de autosserviço em comparação com o ano anterior. O contínuo avanço de *market share* é resultado, principalmente, da melhoria nas categorias de perecíveis, com a captura de novos clientes e crescimento da base de clientes Premium & Valiosos. O Extra Mercado, por sua vez, permaneceu estável na comparação com a mesma base. O formato de proximidade, com as bandeiras Minuto Pão de Açúcar e Mini Extra, ganhou de 0,9 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: 64 lojas inauguradas nos últimos 12 meses, sendo 9 lojas no 1T24

R\$ 659 milhões de venda incremental no trimestre gerada pelas lojas inauguradas desde 2022

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



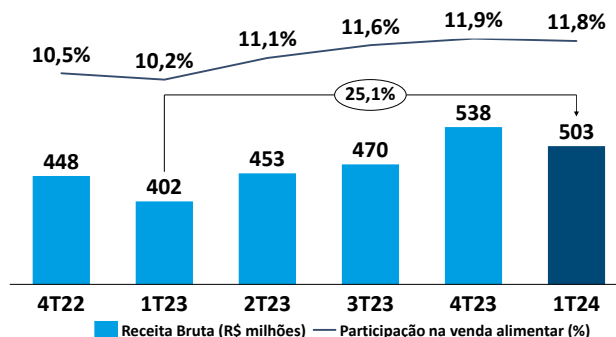
No 1T24, inauguramos 9 lojas, sendo 7 do Minuto Pão de Açúcar e 2 do Mini Extra. Nos últimos 12 meses, acumulamos 64 novas lojas, sendo: (i) 61 no formato proximidade, 53 do Minuto Pão de Açúcar e 8 do Mini Extra; e (ii) 3 do Pão de Açúcar.

Forte crescimento com aceleração das vendas do e-commerce e melhora de indicadores no 1P

Crescimento forte de 25,1%, com avanço na rentabilidade e melhoria dos indicadores operacionais

No 1T24, apresentamos crescimento de 25,1% na receita do e-commerce, uma aceleração em relação aos trimestres anteriores, atingindo R\$ 503 milhões em vendas. A penetração atingiu 11,8% da venda alimentar total, representando um aumento de 1,6 p.p. em relação ao ano anterior. Ambos os canais, 1P e 3P, apresentaram forte aumento de dois dígitos nas vendas.

Dentre os destaques do trimestre, está o aumento da penetração de perecíveis no canal 1P, que avançou 6,3 p.p. vs o 1T23, passando para 34% da venda do canal, sendo este um pilar fundamental de diferenciação da nossa proposta de valor.



Adicionalmente, outros indicadores críticos da operação 1P têm apresentado sólida evolução. O pedido perfeito (pedido com 0% de ruptura) e o *on time in full* (entregues com pontualidade e com todos os itens comprados) evoluíram 4,4 p.p. e 7,5 p.p., respectivamente, vs. o 1T23.

Por fim, a margem EBITDA do formato atingiu um dígito alto, com uma melhora expressiva na comparação com o 1T23.

Clientes & NPS: Significativa melhoria na satisfação do cliente

Maior satisfação do cliente é traduzida em maior fluxo e recorrência

A consistência do foco no cliente no centro das nossas decisões continua produzindo avanços importantes no NPS em todas as nossas bandeiras. **No 1T24, atingimos 77 pontos no NPS**, considerando todas as bandeiras, **uma forte evolução de 13 pontos nos últimos 12 meses**, com destaques para as melhorias alcançadas na percepção de preço e tempo de espera na fila dos caixas. Cabe ressaltar também a excelente percepção dos clientes em relação à qualidade dos produtos e do atendimento em loja. Essa forte evolução do NPS permeia todas as nossas bandeiras e, portanto, continuamos a enxergar oportunidades para continuarmos evoluindo ao longo dos próximos trimestres de 2024.

No Pão de Açúcar, continuamos observamos crescimento de clientes **Black e Gold (Programa Mais)**, classificações com maior nível de fidelização. Esse aumento continua impulsionando avanços do número de clientes Premium & Valiosos, grupo com maior frequência de compra e maior gasto mensal, que apresentou aumento de 5,9%, evidenciando a efetividade do novo programa na geração de valor para o cliente.

Ainda no tema fidelização do cliente, temos uma posição privilegiada em **Marcas Próprias** e um grande potencial para o desenvolvimento desta plataforma, que está conectada com a forte confiança que os nossos clientes têm em nossas bandeiras. No 1T24, aumentamos as vendas em 12,0% vs. 1T23 e alcançamos a penetração de 21% na venda total das nossas bandeiras, melhora de 0,9 p.p. vs. 1T23. A proposta de valor em Marcas Próprias tem como objetivo entregar ao cliente produtos de alta qualidade, comparáveis ao líder da categoria, com preço extremamente competitivo. Na bandeira Extra Mercado a presença das Marcas Próprias exerce papel ainda mais relevante e apresentou no 1T24 penetração de 26% das vendas, 1,2 p.p. superior ao mesmo período de 2023. A alta capacidade de fidelização dos nossos produtos de marca própria é evidenciada pela participação nas cestas dos clientes, os nossos produtos de marca própria estão presentes em 8 de cada 10 cestas, com destaque para a frequência média 2,4 vezes maior dos clientes que compram Marca Própria em comparação com aqueles que não compram.

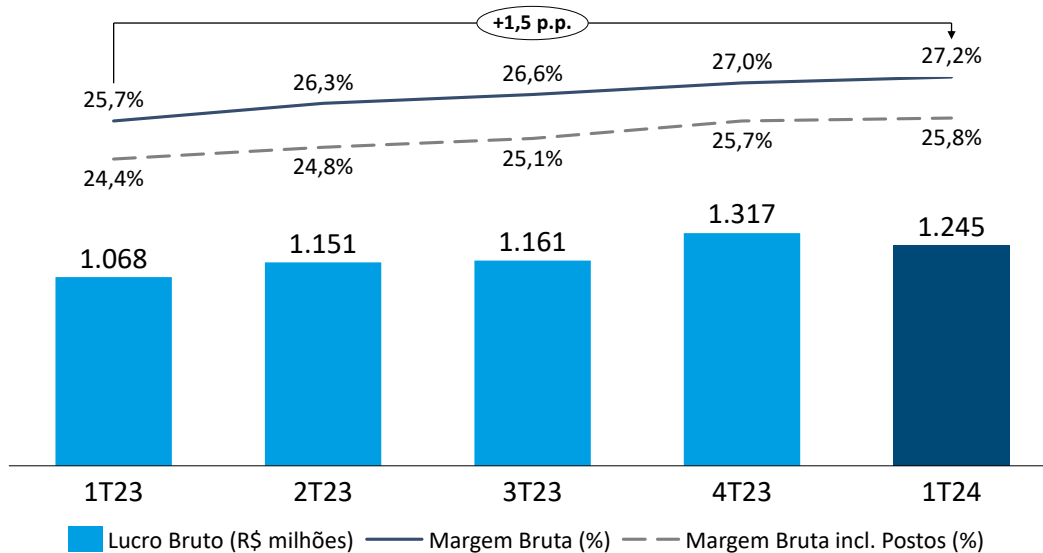
Destacamos também a **Stix**, a plataforma de coalizão de fidelidade do GPA, que reúne os parceiros Pão de Açúcar, Extra, Droga Raia e Drogasil, Sodimac, C&A, Lívolo e, a partir de abril de 2024 os postos Shell. A plataforma atingiu 6,9 milhões de clientes ativos, aumento de 15% na comparação com o 4T23, e 9,5 bilhões de pontos resgatados, crescimento de mais de 100% em relação ao 1T23.

Desempenho Financeiro

Diante da descontinuidade no resultado das atividades dos Postos (IFRS 5), que estão classificados como disponível para venda, demonstraremos, a título de comparação, as margens bruta e EBITDA Ajustado nas visões sem e com a inclusão dos Postos. O Lucro Bruto e o EBITDA Ajustado refletem a operação excluindo os Postos.

Aceleração dos ganhos na margem bruta

Sólida expansão de 1,5 p.p. na comparação com 1T23 e 0,2 p.p. vs. 4T23



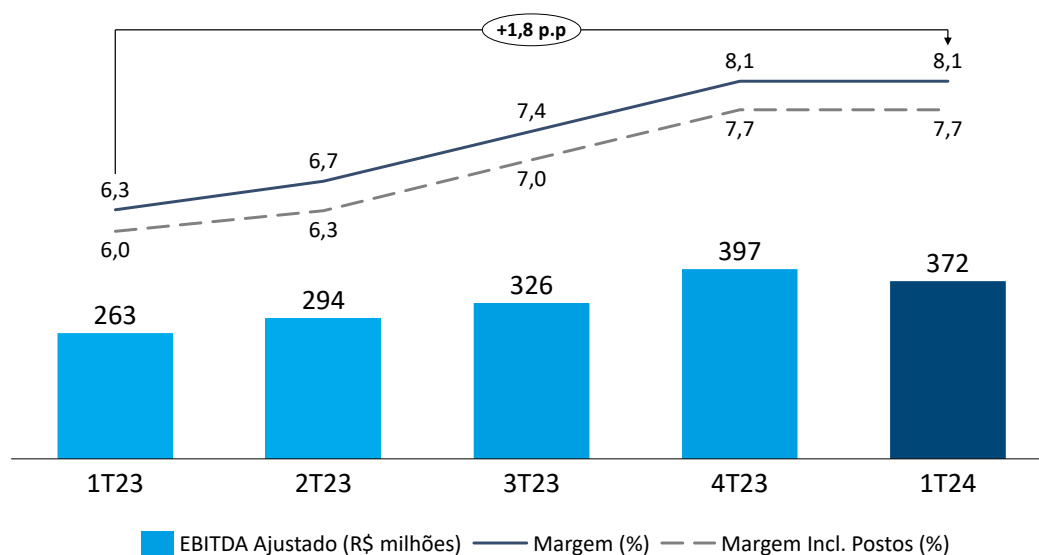
O **Lucro Bruto** totalizou R\$ 1,2 bilhão no 1T24, com margem de 27,2%, demonstrando melhora de 1,5 p.p. e 0,2 p.p. em relação ao 1T23 e 4T23, respectivamente. A contínua evolução do Lucro Bruto na comparação com o ano anterior é resultado, principalmente, do avanço contínuo nas negociações comerciais, redução da quebra e ganhos de eficiência em custos logísticos.

As **Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas** totalizaram R\$ 919 milhões no trimestre, representando 20,0% da receita líquida, sendo esse o menor patamar desde o 1T23, com exceção do 4T23 que é favorecido pelas vendas sazonais do fim do ano. O ganho de eficiência foi de 0,2 p.p. vs. 1T23 devido, principalmente, a economias em despesas operacionais nas lojas, principalmente *utilities* e *facilities*, e, em parte, como resultado das capturas do projeto de Orçamento Base Zero.

A **Equivalência Patrimonial**, formada pela participação do GPA nos resultados da FIC, totalizou R\$ 16 milhões, um aumento de R\$ 8 milhões na comparação com o 1T23. Essa melhora deve-se substancialmente à mudança do programa de pontos do cartão Pão de Açúcar e à redução de custos com PDD. Vale lembrar que, desde o 4T23, com a alienação integral da participação do GPA na Cnova, não temos mais o impacto negativo da equivalência patrimonial das operações internacionais.

Melhor margem EBITDA Ajustado dos últimos nove trimestres

Sólida expansão de 1,8 p.p. na comparação com o 1T23 e estabilidade vs. 4T23



Como resultado dos efeitos mencionados acima, o **EBITDA Ajustado** do GPA foi de R\$ 372 milhões, representando um crescimento de 41,4% vs. 1T23, e margem EBITDA Ajustado de 8,1%, apresentando melhora de 1,8 p.p. vs. 1T24. Estes resultados evidenciam a consistência do processo de *turnaround* da Companhia, com a expansão sequencial na margem EBITDA Ajustado.

Para os próximos trimestres, continuaremos avançando: (i) na negociação com nossos fornecedores sobre aspectos comerciais; (ii) na finalização dos projetos que trarão impacto no reequilíbrio das categorias diante da nova proposta de valor do GPA; (iii) na captura da redução de despesas baseada no projeto de implementação da metodologia de Orçamento Base Zero; e (iv) no melhor equilíbrio promocional com a percepção crescente da nova proposta de valor das bandeiras pelos clientes.

OUTRAS RECEITAS E DESPESAS OPERACIONAIS CONSOLIDADA

No trimestre, as Outras Receitas e Despesas atingiram R\$ (205) milhões. Esse resultado deve-se, principalmente, despesas relacionadas com: (i) adesão ao programa de quitação de débitos de ICMS do Estado de São Paulo (R\$ 86 milhões); (ii) *impairment* relacionado a venda da sede administrativa da Companhia (R\$ 25 milhões); e (iii) reestruturações, fechamentos de lojas e outras despesas extraordinárias.

Após a análise individual dos processos judiciais elegíveis, ponderando riscos e benefícios, a Companhia aderiu ao programa de quitação de débitos do Estado de São Paulo ("Acordo") com o montante de R\$ 533 milhões de contingências de risco provável (provisionadas) e R\$ 3,1 bilhões relacionadas a contingências possíveis. Diante dos descontos proporcionados pelo Estado, o valor resultante do Acordo totalizou R\$ 794 milhões, representando uma redução de cerca de 80% em relação aos valores das contingências, para pagamentos em 10 anos, corrigidos pela SELIC. Com a conclusão do Acordo realizamos uma provisão de R\$ 261 milhões no resultado do 1T24, sendo R\$ 86 milhões em outras receitas e despesas da operação continuada e R\$ 175 milhões em operações descontinuadas.

RESULTADO FINANCEIRO CONSOLIDADO

RESULTADO FINANCEIRO (R\$ milhões)	GPA		
	1T24	1T23	Δ %
Receitas financeiras	79	92	-14,1%
Despesas financeiras	(254)	(313)	-18,8%
Custo da dívida	(164)	(223)	-26,5%
Custo de antecipação de recebíveis	(17)	(19)	-10,5%
Outras despesas financeiras	(73)	(71)	2,8%
Resultado Financeiro Líquido	(175)	(221)	-20,8%
% Receita Líquida	3,8%	5,3%	-1,5 p.p.
Juros sobre passivo de arrendamento	(122)	(110)	10,9%
Resultado Financeiro Líquido - Pós IFRS 16	(297)	(331)	-10,3%
% Receita Líquida - Pós IFRS 16	6,5%	8,0%	-1,5 p.p.

Ao final do 1T24, o resultado financeiro líquido da Companhia totalizou R\$ (175) milhões, representando 3,8% da receita líquida. Esse resultado representa uma melhora de 20,8% em relação ao mesmo período do ano passado, principalmente devido à redução de R\$ 1,4 bilhão da dívida líquida e redução da taxa básica de juros. Adicionando os juros sobre o passivo de arrendamento, o montante alcançou R\$ (297) milhões, equivalente a 6,5% da receita líquida.

LUCRO LÍQUIDO CONSOLIDADO CONTINUADO E DESCONTINUADO

EFEITOS PONTUAIS LUCRO LÍQUIDO CONTINUADO (R\$ milhões, exceto quando indicado)	GPA		
	1T24	1T23	Δ R\$
Lucro Líquido Controladores - Operações Continuadas	-407	-319	-88
(+) Ajustes em Outras Despesas e receitas Operacionais	111	0	111
Provisão Acordo ICMS São Paulo	86	0	86
Impairment venda sede corporativa	25	0	25
(+) Não reconhecimento de Créditos IR/CSLL	99	15	84
Lucro Líquido Controladores Ajustado - Operações Continuadas	-197	-304	107

O **Prejuízo Líquido Continuada** atingiu R\$ (407) milhões no 1T24 vs. um prejuízo de R\$ (319) milhões no mesmo período do ano passado. O aumento do prejuízo, apesar da melhora do EBITDA Ajustado e do Resultado Financeiro, deve-se, principalmente, aos efeitos pontuais relacionados com: (i) o impacto em Outras Receitas e Despesas Operacionais gerado pela adesão ao programa de quitação de débitos de ICMS com o Estado de São Paulo e *impairment* após a venda da sede administrativa; e (ii) o menor reconhecimento de créditos fiscais no Imposto de Renda e CSLL relacionados o prejuízo fiscal acumulado.

Desconsiderando esses efeitos pontuais o **Prejuízo Líquido Continuada Ajustado** atingiria R\$ (197) milhões, com melhora de R\$ 107 milhões em relação ao 1T23.

O **Prejuízo Líquido Descontinuado** alcançou R\$ (253) milhões, principalmente, devido ao impacto do provisionamento para: (i) contingências trabalhistas do Extra Hiper; e (ii) adesão ao programa de quitação de débitos de ICMS com o Estado de São Paulo, com impacto de R\$ (175) milhões.



GERAÇÃO DE CAIXA E DÍVIDA LÍQUIDA

VARIÇÃO DA DÍVIDA LÍQUIDA - ABERTURA GERENCIAL (R\$ milhões)	GPA					
	1T24	1T23	Δ R\$	LTM ⁽⁵⁾ 1T24	LTM ⁽⁵⁾ 1T23	Δ R\$
EBITDA Ajustado GPA Brasil pré-IFRS16⁽¹⁾	157	62	95	527	309	219
(-) Equivalência Patrimonial Oper. Nacional	(16)	(8)	(8)	(59)	(44)	(15)
Imposto de Renda Pago	(0)	(0)	(0)	(1)	(0)	(0)
Varição do capital de giro de mercadorias	(665)	(670)	6	211	221	(10)
Varição em Estoques	67	(34)	101	196	(12)	208
Varição em Fornecedores	(795)	(732)	(63)	98	229	(131)
Varição em Recebíveis	63	95	(32)	(83)	4	(87)
Varição em outros ativos e passivos operacionais	(19)	0	(19)	426	232	194
Fluxo de Caixa Operacional	(543)	(616)	74	1.106	718	388
Capex ajustado por BTS ⁽²⁾	(157)	(205)	49	(678)	(1.026)	348
Fluxo de Caixa Livre Operacional	(699)	(821)	122	428	(308)	736
Outras receitas e despesas operacionais	(167)	(159)	(8)	(813)	(1.310)	497
Dividendos	94	230	(136)	114	560	(446)
Fluxo de Caixa Livre Operacional Ajustado	(772)	(750)	(22)	(271)	(1.058)	787
Vendas de ativos / oferta ⁽³⁾	1.500	21	1.479	2.271	3.616	(1.345)
Fluxo de Caixa depois da venda de ativos	729	(729)	1.458	2.000	2.559	(558)
Custo financeiro líquido ⁽⁴⁾	(146)	(204)	58	(677)	(860)	183
Varição da dívida líquida	583	(933)	1.516	1.323	1.698	(375)

(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 alugueis; (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; (4) inclui juros da dívida bruta, rentabilidade do caixa, custos com fianças bancárias e custos com descontos de recebíveis; (5) Last twelve months (LTM) – últimos 12 meses.

No 1T24 a dívida líquida apresentou redução de R\$ 583 milhões vs. o 4T23, impactada pela venda da participação remanescente no Grupo Éxito (R\$ 789 milhões) e pela oferta pública primária de ações (R\$ 704 milhões). O Fluxo de Caixa Livre Operacional foi negativo em R\$ 699 milhões refletindo a sazonalidade do primeiro trimestre, com maior emprego de capital de giro em fornecedores, porém na comparação com igual período de 2023 apresentou melhora de R\$ 122 milhões com ganho de eficiências nas principais linhas operacionais: EBITDA, estoque e Capex. Essas evoluções são resultado direto das iniciativas de ganho da eficiência operacional, com aumento das margens operacionais, controle das despesas, ganho de eficiência no giro dos estoques e maior controle dos projetos de investimento.

No período de 12 meses findos no 1T24, a dívida líquida foi reduzida em R\$ 1,3 bilhão, excluindo recebíveis não descontados, impactada pelas vendas de ativos não *core* e pela oferta pública primária de ações, que totalizaram R\$ 2,3 bilhões e, também, pela geração de caixa livre operacional que somou R\$ 428 milhões em comparação com um consumo de R\$ 308 milhões no período de 12 meses encerrado no 1T23. Essa expressiva melhora de R\$ 736 milhões no fluxo de caixa livre operacional é resultado do aumento do EBITDA e giro dos estoques, e redução do Capex. Nas demais linhas do fluxo de caixa, vale mencionar: (i) a melhora de R\$ 497 milhões em Outras Receitas e Despesas Operacionais resultado, principalmente, da redução de contingências trabalhistas e outros custos relacionados à venda das lojas do Extra Hiper; e (ii) a melhora de R\$ 183 milhões no custo financeiro líquido impactada pela redução da alavancagem financeira. Abaixo tabela com detalhe do capital de giro das mercadorias, com destaque para a melhora de oito dias no giro dos estoques na comparação entre 1T24 e 1T23.

CAPITAL DE GIRO DE MERCADORIAS (R\$ milhões)	GPA						
	1T23	2T23	3T23	4T23	1T24	1T24 vs 1T23	1T24 vs 4T23
(+) Fornecedores	2.127	2.197	2.219	3.020	2.225	98	(795)
(-) Estoques	(2.079)	(1.965)	(1.992)	(1.950)	(1.882)	196	67
(-) Recebíveis	(322)	(292)	(352)	(468)	(405)	(83)	63
(=) Capital de giro após recebíveis	(273)	(59)	(126)	603	(62)	211	(665)
Dias de CMV							
(+) Fornecedores	54	55	54	73	53	(1)	(20)
(-) Estoques	(53)	(49)	(49)	(47)	(45)	8	2
(-) Recebíveis	(8)	(7)	(9)	(11)	(10)	(1)	2
(=) Capital de giro após recebíveis	(7)	(1)	(3)	15	(1)	5	(16)



Dívida líquida consolidada

Forte redução de R\$ 1,4 bilhão com diminuição de 6,8x da alavancagem pré-IFRS 16

ENDIVIDAMENTO (R\$ milhões)	GPA		
	31.03.2024	31.03.2023	Δ R\$
Dívida de Curto Prazo	1.016	1.124	(108)
Empréstimos e Financiamentos	952	1.044	(92)
Debêntures	64	80	(15)
Dívida de Longo Prazo	3.536	5.436	(1.900)
Empréstimos e Financiamentos	168	2.244	(2.075)
Debêntures	3.368	3.192	175
Total da Dívida Bruta	4.552	6.560	(2.007)
Caixa e Equivalentes	(2.832)	(3.516)	684
Dívida Líquida	1.720	3.043	(1.323)
Carteira de Recebíveis de Cartão de Crédito não antecipados	(115)	(30)	(84)
Dívida Líquida incluindo Recebíveis de Cartão de Crédito não antecipados	1.606	3.013	(1.407)
EBITDA Ajustado GPA Brasil (últimos 12 meses)	1.388	1.092	297
Dívida Líquida incluindo Recebíveis de Cartão de Crédito não antecipados / EBITDA Ajustado GPA Brasil (últimos 12 meses)	1,2x	2,8x	-1,6x
EBITDA Ajustado GPA Brasil pré-IFRS 16 (últimos 12 meses)	527	307	220
Dívida Líquida incluindo Recebíveis de Cartão de Crédito não antecipados / EBITDA Ajustado GPA Brasil pré-IFRS 16 (últimos 12 meses)	3,0x	9,8x	-6,8x

A dívida líquida, incluindo o saldo de recebíveis não antecipados, alcançou R\$ 1,6 bilhão, redução de R\$ 1,4 bilhão vs. o mesmo período do ano anterior. A alavancagem financeira pré-IFRS 16, medida pela dívida líquida dividida pelo EBITDA Ajustado do GPA Brasil pré-IFRS 16, que inclui as despesas de aluguéis, apresentou redução de 6,8x na comparação com o 1T23, atingindo 3,0x.

INVESTIMENTOS

CAPEX AJUSTADO ⁽¹⁾ (R\$ milhões)	GPA					
	1T24	1T23	Δ R\$	LTM ⁽²⁾ 1T24	LTM ⁽²⁾ 1T23	Δ R\$
Novas Lojas e Aquisição de Terrenos	43	39	4	131	172	(42)
Reformas, Conversões e Manutenções	40	84	(44)	216	475	(259)
TI, Digital e Logística	74	82	(8)	331	378	(47)
Total	157	205	(49)	678	1.026	(348)

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

No 1T24, o Capex ajustado para as operações de *built to suit* (“Capex Ajustado”) atingiu R\$ 157 milhões, com redução de R\$ 49 milhões vs. o 1T23, principalmente em Reformas, Conversões e Manutenção. Na visão 12 meses, o Capex Ajustado atingiu R\$ 678 milhões, com redução de R\$ 348 milhões vs. 12 meses findos no 1T23, principalmente em Reformas, Conversões e Manutenção, que em 2022 apresentou maior concentração de investimentos em reformas para as conversões de lojas do Extra hipermercado para o formato de supermercados.



ESG NO GPA

Agenda de iniciativas sociais e de meio ambiente

Promoção da diversidade e inclusão: reforçando nosso compromisso pela equidade racial, iniciamos no 1T24 a terceira turma do Programa de Estágio exclusivo para pessoas pretas e pardas sendo que das 30 vagas disponibilizadas, 54% foram preenchidas por mulheres negras. Continuamos reforçando esse tema em todos os processos de seleção das Companhia, com o objetivo de atingirmos, ao menos, 50% de nosso quadro de colaboradores por pessoas autodeclaradas pretas e pardas. Fortalecendo o compromisso com equidade de gêneros, durante o mês de março foram realizadas mais de 17 ações em celebração ao Dia Internacional das Mulheres, dentre palestras, treinamentos, oficinas e ações de engajamento interno, ao todo foram mais de 4.100 colaboradores diretamente impactados durante o período.

Combate às mudanças climáticas: como resultado das ações e projetos para substituição de gases e *retrofit* das casas de máquinas iniciados, além de uma melhoria contínua em nossos processos de identificação preventiva e rápida remediação em casos de vazamentos de gases refrigerantes, reduzimos em 8% nossas emissões (escopo 1 e 2) no 1T24 (em comparação com o 1T23), em linha com nosso compromisso público de reduzir as emissões nesses escopos em 50% até 2025 (ano-base 2015).

Bem-estar animal na cadeia de valor: no 1T24, atingimos 44,5% da venda de ovos sendo livres de gaiola em nossas lojas, com destaques para Marcas Próprias que alcançaram 66,9% e e-commerce com 58,5%. Essa evolução é fruto de uma estratégia que envolve comunicação ao consumidor, abastecimento de lojas, desenvolvimento de fornecedores, treinamentos internos, atuação setorial, entre outros. Reforçando nosso compromisso de sensibilizar os consumidores no tema, em nosso e-commerce, a partir do 1T24, produtos com atributos de bem-estar animal agora são identificados por um selo, apoiando e incentivando o consumidor a escolher esses produtos.

Impacto social: renovamos a nossa parceria de sucesso com a ONG Gerando Falcões, com o lançamento no 1T24 de mais um produto social (salgadinho nachos) cujo todo lucro proveniente da venda será direcionado aos projetos da ONG, que atua para interromper o ciclo de pobreza nas favelas com inovação e tecnologia. Essa iniciativa reforça nosso propósito de alimentar sonhos e vidas.

Ética e Transparência: no 1T24, divulgamos informações sobre o nosso impacto ambiental por meio do CDP (*Carbon Disclosure Project*) com atingimento de nota "A-" no questionário de Mudanças Climáticas. No ranking do CDP Florestas, evoluímos de B para A- na categoria cadeia de carne bovina, atingindo a melhor nota do varejo, reforçando nosso compromisso no combate ao desmatamento. Além disso, o relatório anual de sustentabilidade foi reconhecido entre um dos 10 melhores do mercado de acordo com o Relatório *Reporting Matters* Brasil 2023, realizado pelo Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS), que analisou 77 relatórios de sustentabilidade. Esse é mais um reconhecimento a todo o trabalho realizado em dar maior transparência na divulgação de informações.



MOVIMENTAÇÃO DE LOJAS POR BANDEIRAS

No 1T24 abrimos 9 novas lojas do formato proximidade (7 Minuto Pão de Açúcar e 2 Mini Extra), e fechamos 7 lojas (1 Pão de Açúcar, 5 Mini Extra e 1 Minuto 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	4T23	1T24				Nº de lojas	Área de vendas m ² (mil)
	Nº de Lojas	Abertas	Abertas por conversão	Fechadas	Fechadas para conversão		
GPA	767	9	0	-7	0	769	644
Pão de Açúcar	194	0	0	-1	0	193	265
Extra Mercado	178	0	0	0	0	178	212
Mini Extra	147	2	0	-5	0	144	36
Minuto Pão de Açúcar	176	7	0	-1	0	182	46
Postos de combustíveis	71	0	0	0	0	71	83
Lojas em Conversão / Análise	1	0	0	0	0	1	2



DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS CONSOLIDADAS

Balanco Patrimonial

BALANÇO PATRIMONIAL			
(R\$ milhões)	ATIVO		
	Consolidado		
	31.03.2024	31.03.2023	
Ativo Circulante	6.428	27.985	
Caixas e Equivalentes de Caixa	2.832	3.516	
Aplicações financeiras	17	0	
Contas a Receber	405	322	
Cartões de Crédito	115	30	
Tickets de vendas e duplicatas a receber	269	268	
Provisão para Devedores Duvidosos	(2)	(3)	
Provenientes de Acordos Comerciais	24	26	
Estoques	1.883	2.079	
Tributos a Recuperar	605	1.058	
Créditos com Controladores - CP	0	0	
Ativos Disponíveis para Venda	310	20.531	
Créditos com Partes Relacionadas	0	0	
Despesas Antecipadas e Outras Contas a Receber	376	479	
Ativo Não Circulante	14.434	15.469	
Realizável a Longo Prazo	5.442	5.727	
Contas a Receber	0	0	
Cartões de Crédito	0	0	
Tributos a Recuperar	2.862	2.766	
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	1.099	1.106	
Partes Relacionadas	54	295	
Depósitos para Recursos Judiciais	474	742	
Despesas Antecipadas e Outros	953	818	
Investimentos	786	835	
Propriedades para Investimento	0	0	
Imobilizado	6.257	6.905	
Intangível	1.949	2.003	
TOTAL DO ATIVO	20.863	43.454	

DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS CONSOLIDADAS

Balanco Patrimonial

BALANÇO PATRIMONIAL			
(R\$ milhões)	PASSIVO		
	Consolidado		
	31.03.2024	31.03.2023	
Passivo Circulante	5.763	16.715	
Fornecedores	2.401	2.304	
Fornecedores - convênio	104	147	
Empréstimos e Financiamentos	952	1.044	
Debêntures	64	80	
Passivo de Arrendamento	449	497	
Salário e Encargos Sociais	397	287	
Impostos e Contribuições a Recolher	592	264	
Financiamento Compra de Imóveis	145	74	
Partes Relacionadas	15	315	
Propaganda	17	15	
Provisão para Reestruturação	14	6	
Receitas a apropriar	171	221	
Passivos sobre Ativos Não-Correntes a Venda	22	11.112	
Outros	420	349	
Passivo Não Circulante	10.433	13.072	
Empréstimos e Financiamentos	168	2.244	
Debêntures	3.368	3.192	
Passivo de Arrendamento	3.872	3.555	
Imposto de renda e contribuição social a recolher	271	0	
Financiamento por compra de ativos	0	0	
Partes Relacionadas	0	31	
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	0	4	
Impostos Parcelados	664	104	
Provisão para Demandas Judiciais	1.611	2.682	
Receitas a apropriar	70	91	
Provisão para perda de investimento em associadas	(0)	889	
Outros	409	280	
Patrimônio Líquido	4.667	13.667	
Atribuído aos Acionistas Controladores	4.660	11.442	
Capital Social	2.511	8.466	
Reservas de Capital	(75)	15	
Reservas de Lucro	2.226	4.800	
Outros resultados Abrangentes no Patrimônio	(1)	(1.839)	
Participação de Acionistas não Controladores	6	2.225	
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	20.863	43.454	

DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS CONSOLIDADAS
DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO DO EXERCÍCIO – 1º TRIMESTRE DE 2024

(R\$ Milhões)	Consolidado		
	1T24	1T23	Δ
Receita Bruta	4.867	4.496	8,2%
Receita Líquida	4.586	4.157	10,3%
Custo das Mercadorias Vendidas	(3.311)	(3.061)	8,2%
Depreciação (Logística)	(29)	(29)	2,2%
Lucro Bruto	1.245	1.068	16,6%
Despesas com Vendas	(766)	(711)	7,8%
Despesas Gerais e Administrativas	(153)	(131)	17,0%
Desp. com Vendas, Gerais e Adm.	(919)	(842)	9,2%
Resultado da Equiv. Patrimonial	16	(37)	n.d.
Outras Despesas e Receitas Operacionais	(205)	(51)	300,0%
Depreciação e Amortização	(256)	(247)	3,4%
EBIT - Lucro operac. antes do result. financeiro e impostos	(118)	(110)	7,2%
Receitas Financeiras	79	92	-14,4%
Despesas Financeiras	(376)	(423)	-11,1%
Resultado Financeiro Líquido	(298)	(331)	-10,1%
Lucro (Prejuízo) Operacional Antes I.R.	(415)	(441)	-5,8%
Imposto de Renda	10	122	-91,8%
Lucro (Prejuízo) Líquido Companhia - operações em continuidade	(405)	(319)	27,3%
Lucro (Prejuízo) Líquido Companhia - operações descontinuadas	(253)	124	n.d.
Lucro Líquido Companhia Consolidado	(659)	(195)	238,1%
Lucro (Prejuízo) Líquido dos Acionistas Controladores - op. em continuidade	(407)	(319)	27,6%
Lucro (Prejuízo) dos Acionistas Controladores - op. Descontinuadas	(253)	71	n.d.
Lucro (Prejuízo) dos Acionistas Controladores Consolidado	(660)	(248)	166,5%
Participação de Acionistas Não Controladores - op. em continuidade	1	0	6318,7%
Participação de Acionistas Não Controladores - op. descontinuadas	0	53	-100,0%
Participação de Acionistas Não Controladores Consolidado	1	53	-97,8%
EBITDA - Lucro oper. antes da deprec. resultado financeiro e impostos	167	166	0,6%
EBITDA Ajustado⁽¹⁾	372	217	71,1%

% da Receita Líquida	Consolidado		
	1T24	1T23	Δ
Lucro Bruto	27,2%	25,7%	1,5 p.p.
Despesas com Vendas	-16,7%	-17,1%	0,4 p.p.
Despesas Gerais e Administrativas	-3,3%	-3,1%	-0,2 p.p.
Desp. com Vendas, Gerais e Adm.	-20,0%	-20,2%	0,2 p.p.
Resultado da Equiv. Patrimonial	0,4%	-0,9%	n.d.
Outras Despesas e Receitas Operacionais	-4,5%	-1,2%	-3,2 p.p.
Depreciação e Amortização	-5,6%	-5,9%	0,4 p.p.
EBIT - Lucro operac. antes do result. financeiro e impostos	-2,6%	-2,6%	0,1 p.p.
Resultado Financeiro Líquido	-6,5%	-8,0%	1,5 p.p.
Lucro (Prejuízo) Operacional Antes I.R.	-9,1%	-10,6%	1,6 p.p.
Imposto de Renda	0,2%	2,9%	-2,7 p.p.
Lucro (Prejuízo) Líquido Companhia - operações em continuidade	-8,8%	-7,7%	-1,2 p.p.
Lucro Líquido Companhia Consolidado	-14,4%	-4,7%	-9,7 p.p.
Lucro (Prejuízo) Líquido dos Acionistas Controladores - op. em continuidade	-8,9%	-7,7%	-1,2 p.p.
Lucro (Prejuízo) dos Acionistas Controladores Consolidado	-14,4%	-6,0%	-8,4 p.p.
Participação de Acionistas Não Controladores - op. em continuidade	0,0%	0,0%	0,0 p.p.
Participação de Acionistas Não Controladores Consolidado	0,0%	1,3%	-1,2 p.p.
EBITDA - Lucro oper. antes da depr., result. financeiro e impostos	3,6%	4,0%	-0,4 p.p.
EBITDA Ajustado⁽¹⁾	8,1%	5,2%	2,9 p.p.

(1) EBITDA Ajustado exclui Outras Receitas e Despesas Operacionais

