



APRESENTAÇÃO DE
RESULTADOS

4T24

19 DE FEVEREIRO DE 2025





AVISO LEGAL

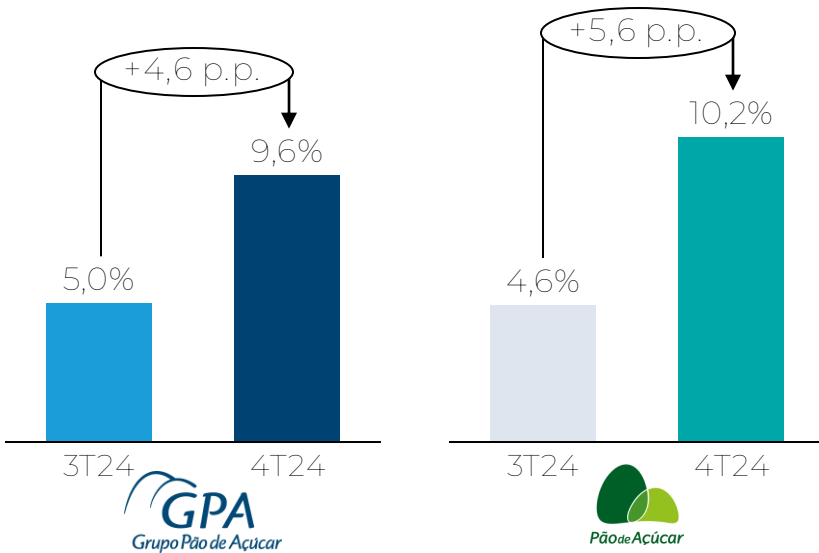
As declarações contidas neste comunicado relativas a perspectiva dos negócios da Companhia, projeções de resultados operacionais / financeiros, potencial de crescimento da Empresa e relativas às estimativas de mercado e macroeconômicas constituem-se em meras previsões e foram baseadas nas crenças, intenções 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.

DESTAQUES

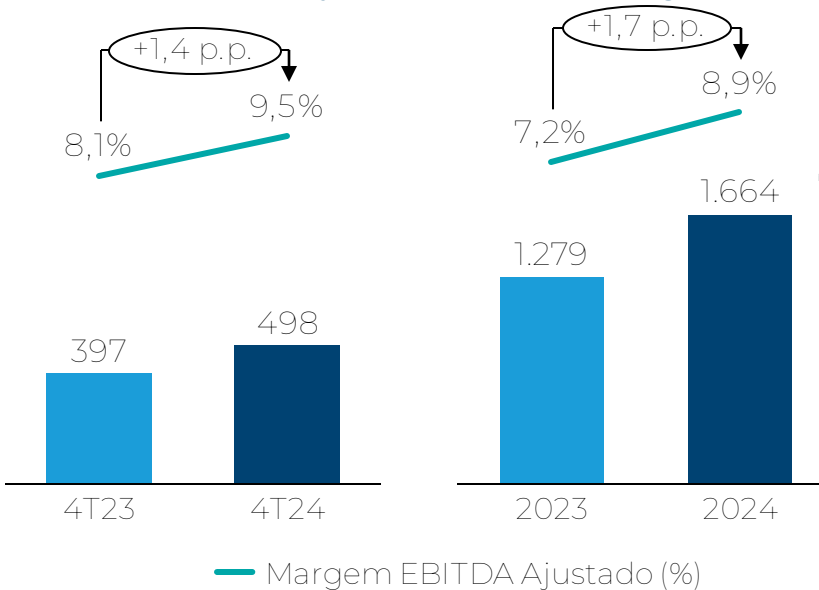
4T24

Marcelo Pimentel, CEO

Crescimento Venda Mesmas Lojas



EBITDA Ajustado⁽¹⁾ e Margem



DESTAQUES 4T24 E 2024

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

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

DESTAQUES PILARES ESTRATÉGICOS 4T24

CONSISTÊNCIA E MELHORIA CONTÍNUA DOS RESULTADOS

TOP LINE

- Aceleração na venda e volume mesmas lojas em relação ao 4T23, com destaque para Pão de Açúcar
- Ganho de 0,6 p.p. no *market share* de autosserviço em São Paulo, consolidando 2 anos de crescimento contínuo⁽¹⁾
 - Pão de Açúcar acelera a captura de *market share* no segmento premium⁽¹⁾, enquanto o formato proximidade avança 1,6 p.p. frente a pequenos supermercados⁽¹⁾⁽²⁾
- Segundo dados da Nielsen, o crescimento anual de mesmas lojas do GPA superou o do autosserviço em 2,3 p.p. e o dos atacarejos em 4,3 p.p. em São Paulo no 4T24
- Extra Mercado revitalizou 60 lojas no segundo semestre, registrando uplift de vendas de 6,7 p.p.

CLIENTES

- NPS atingiu 80 pontos , aumento de 4,2 pontos em relação ao 4T23 e 14 pontos vs. 4T22
 - Extra Mercado atingiu 84 pontos com forte evolução de 7,2 pontos em relação ao 4T23
- Extra Mercado foi eleito *Top of Mind* na Baixada Santista, região estratégica com 45 das 170 lojas da bandeira

DIGITAL

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

- Vendas com forte aumento de 16,2%
- Penetração sobre vendas totais avança 0,8 p.p. em relação ao 4T23, alcançando 12,2%
- Black Friday 2024 com recorde de vendas em um único dia, vendas cresceram 18% vs. ano anterior, com melhora na margem, *ontime* e pedidos completos



DESTAQUES PILARES ESTRATÉGICOS 4T24

CONSISTÊNCIA E MELHORIA CONTÍNUA DOS RESULTADOS

RENTABILIDADE

Margem EBITDA histórica, melhor patamar desde 2020
9 trimestres consecutivos de evolução

- Margem Bruta atingiu 27,2%, melhora de 0,2 p.p. em relação ao 4T23
- Margem EBITDA alcançou 9,5%, expansão de 1,4 p.p. vs. 4T23

EXPANSÃO

29 Lojas Inauguradas no 4T24
60 Lojas Inauguradas nos últimos 12 meses

- No 4T24, inauguração de 14 Minuto Pão de Açúcar, 12 Mini Extra e 3 Pão de Açúcar Fresh
- Em 12 meses, inauguração de 34 Minuto Pão de Açúcar, 21 Mini Extras, 4 Pão de Açúcar Fresh e 1 Pão de Açúcar



DESTAQUES PILARES ESTRATÉGICOS 4T24

CONSISTÊNCIA E MELHORIA CONTÍNUA DOS RESULTADOS

Combate as Mudanças Climáticas

No 4T24, reduzimos em 6,7% as emissões de gases de efeito estufa dos escopos 1 e 2, evitando mais de 16 mil toneladas de CO₂, resultado de investimentos em retrofit e correção de vazamentos, avançando rumo à meta de redução de 50% até 2025

Promoção da Diversidade e Inclusão

Encerramos o 4T24 com 49,6% de mulheres em liderança, superando a meta anual, e 58,7% de representatividade negra em liderança, incluindo 50,9% na alta gestão. Fomos reconhecidos em 1º lugar no Índice de Equidade Racial nas Empresas (IERE), com destaque em Recenseamento Empresarial, Capacitação e Recrutamento

Impacto Social

Encerramos o ano com mais de 1.100 participações de colaboradores do GPA no Programa de Voluntariado Colabora, superando a meta de 700. Pelo Programa Parceria Contra o Desperdício, doamos 1,2 mil toneladas de alimentos, além de 850 toneladas arrecadadas pelos clientes, beneficiando mais de 330 organizações sociais parceiras do Instituto GPA.





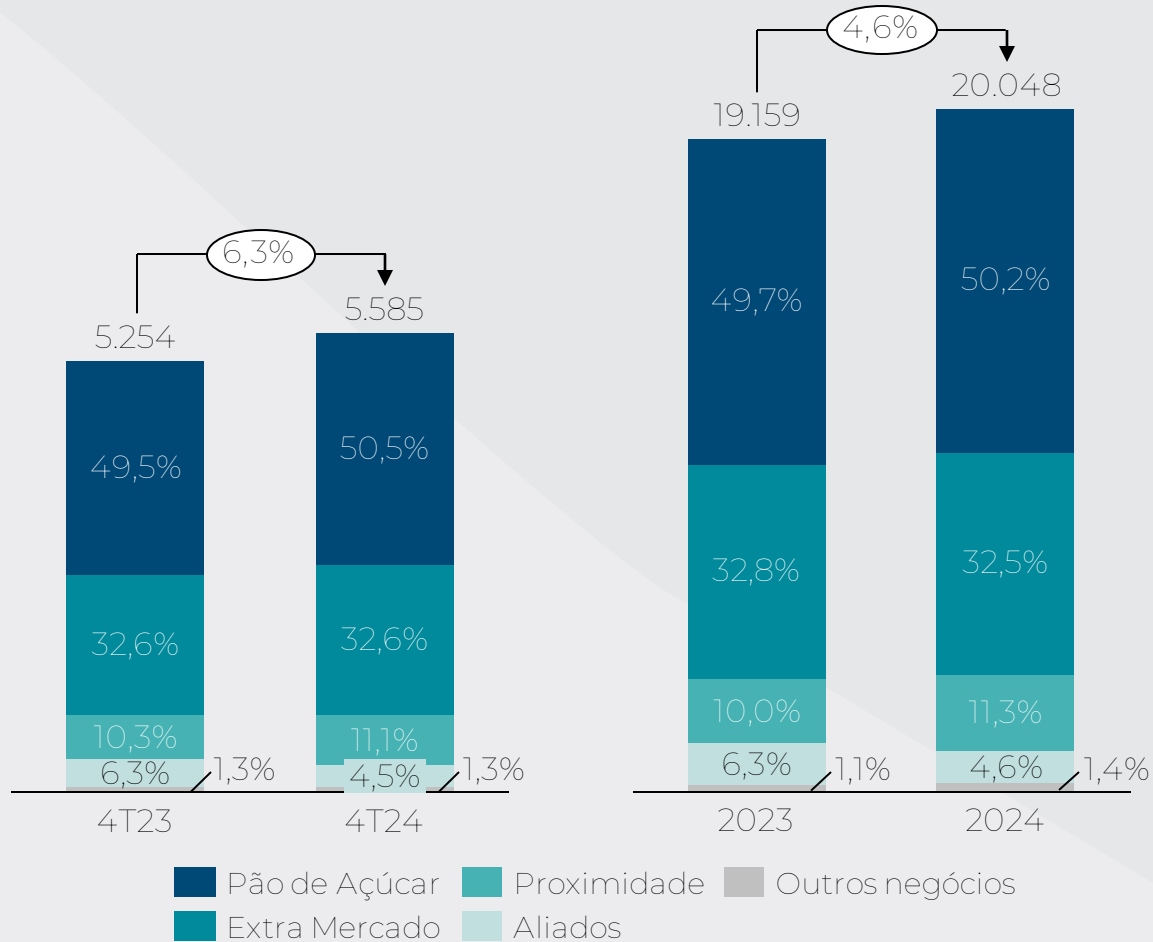
DESEMPENHO FINANCEIRO

Rafael Russowsky,
CFO

DESEMPENHO FINANCEIRO

+9,6% VENDAS MESMAS LOJAS¹

+6,0% VENDAS MESMAS LOJAS



Vendas totais do GPA somaram R\$ 5,6 bilhões no 4T24 e R\$ 20,0 bilhões em 2024

Crescimento mesmas lojas avança 9,6%⁽¹⁾ na comparação com o 4T23 com aumento do volume e ticket médio

Vendas pelo e-commerce cresceram 16,2% no 4T24 com penetração de 12,2% sobre as vendas totais (+0,8 p.p. vs. 4T23)

Vendas Mesmas Lojas no 4T24 com destaque para PdA e Extra



+10,2%⁽¹⁾, impulsionado pelo aumento do volume de vendas e do ticket médio, destacando-se como o principal fator para o ganho de *market share* em São Paulo



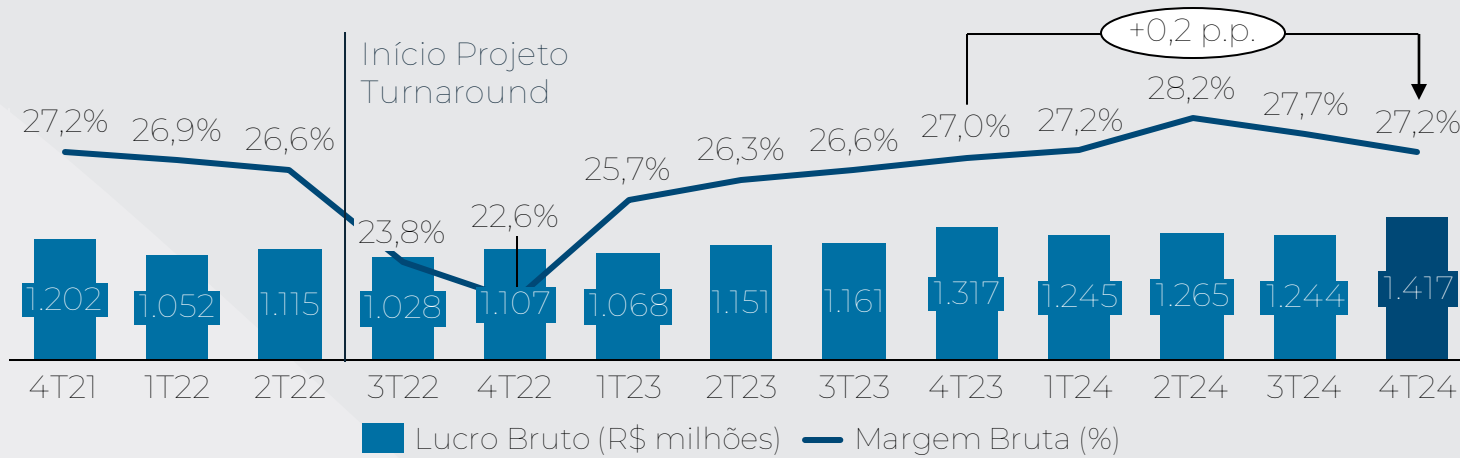
+4,9%⁽¹⁾ com contribuição significativas das lojas inauguradas a partir de 2022. Ganho expressivo de 1,6 p.p. de *market share*⁽²⁾ vs. supermercados de pequeno porte na grande SP.



+10,3%⁽¹⁾, maior crescimento da série histórica iniciada no 1T22, sustentado pelo aumento do volume de vendas, com destaque para a categoria de mercearia

DESEMPENHO FINANCEIRO

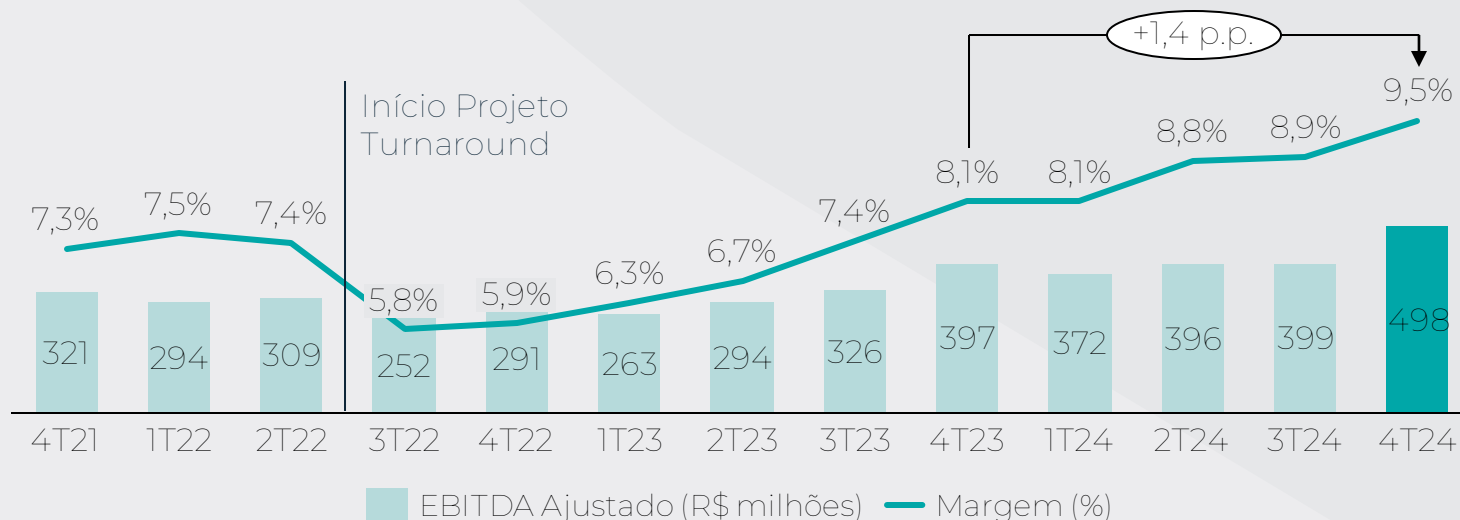
LUCRO BRUTO (R\$ milhões) E MARGEM (%)



Evolução da margem bruta, como resultado de (i) melhor eficiência das negociações comerciais; (ii) ajustes operacionais nas bandeiras e formatos; e (iii) crescimento das receitas de retail media, que apresentam margens mais atrativas

Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas, apresentaram ganhos de eficiência de 1,3 p.p. em comparação com o 4T23, impulsionado pela alavancagem operacional positiva, com o forte crescimento mesmas lojas, e redução de despesas operacionais

EBITDA CONSOLIDADO AJUSTADO⁽¹⁾ (R\$ milhões) E MARGEM (%)

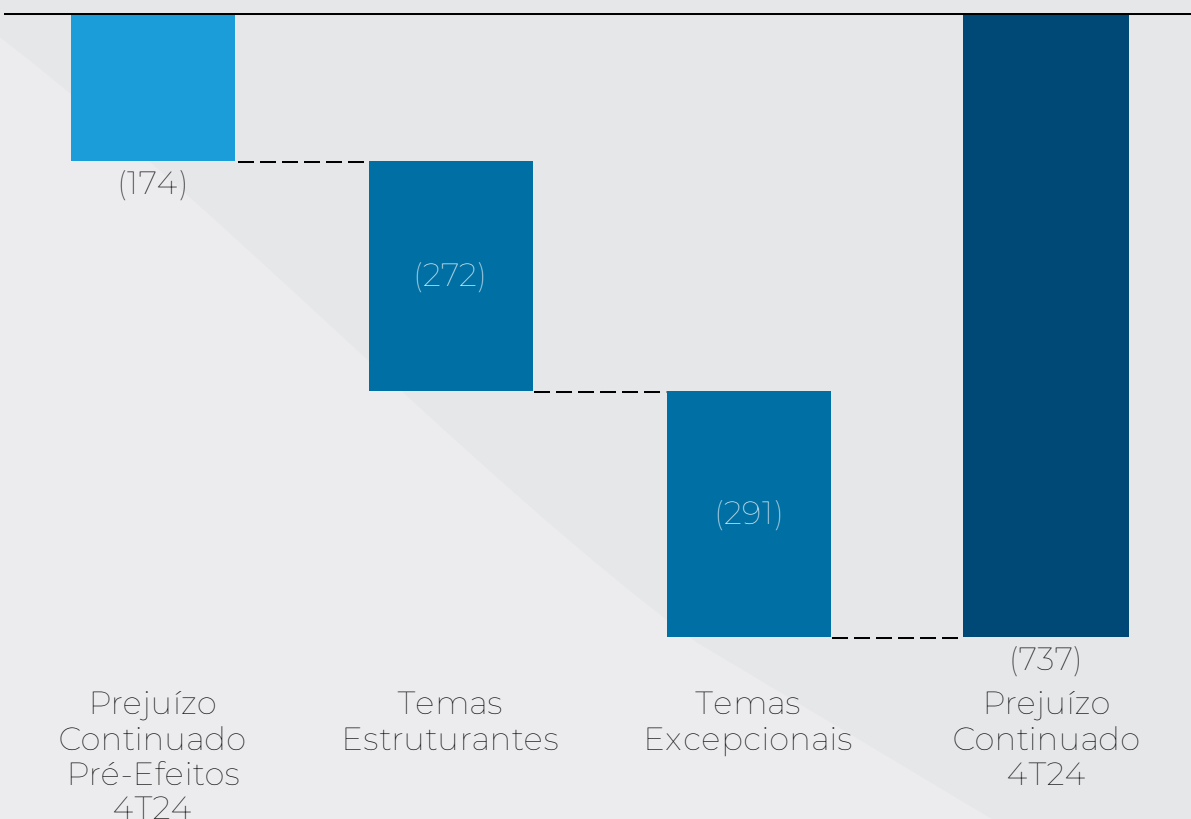


EBITDA Ajustado de R\$ 498 milhões, crescimento de 25% vs. 4T23, margem EBITDA Ajustado de 9,5%, melhora de 1,4 p.p. vs. 4T23

(1) Lucro operacional antes de juros, impostos, depreciação e amortização ajustado pelas Outras Despesas e Receitas Operacionais. Exclui impactos do perímetro internacional (Cnova) em 2023.

DESEMPENHO FINANCEIRO

LUCRO/PREJUÍZO LÍQUIDO¹
ATIVIDADES CONTINUADAS
(R\$ milhões)



Temas Estruturantes: efeitos não caixa ou que proporcionarão economia futura

- Redução do valor recuperável (*impairment*) de ativos não estratégicos: R\$ 150 milhões
- Acordos Tributários com incentivo: R\$ 80 milhões
- Reestruturação administrativa: R\$ 43 milhões

Temas Excepcionais: provisões com impacto caixa esperado no longo prazo e suscetíveis a acordos com potencial redução do valor provisionado

- Provisão contingência INSS: R\$ 191 milhões
- Recomposição provisão trabalhista: R\$ 100 milhões

Prejuízo Líquido Descontinuado totalizou R\$ (367) milhões, também impactado por: (i) temas estruturantes R\$ (113) milhões e (ii) temas excepcionais R\$ (211) milhões

(1) Dos acionistas controladores

FLUXO DE CAIXA GERENCIAL VARIÇÃO DA DÍVIDA LÍQUIDA

	LTM 4T24	LTM 4T23	Δ R\$
EBITDA Ajustado Consolidado pré-IFRS16 ⁽¹⁾	811	438	374
(-) Equiv. Patrimonial Oper. Nacional	(64)	(51)	(13)
Variação do Capital de Giro de Mercadorias	109	206	(97)
Variação em outros Ativos e Passivos Operacionais	76	439	(363)
Capex Ajustado por BTS ⁽²⁾	(674)	(726)	52
Fluxo de Caixa Livre Operacional	256	305	(50)
Outras Receitas e Despesas Operacionais	(702)	(805)	103
Dividendos	124	250	(126)
Venda de Ativos ⁽³⁾	1.828	792	1.036
Fluxo de Caixa depois da Venda de Ativos	1.506	542	963
Custo Financeiro Líquido ⁽⁴⁾	(595)	(735)	140
Variação da Dívida Líquida	911	(192)	1.103

Fluxo de Caixa Livre Operacional LTM de R\$ 256 milhões no 4T24, com melhora expressiva de 85% do EBITDA pré-IFRS 16 e redução do Capex

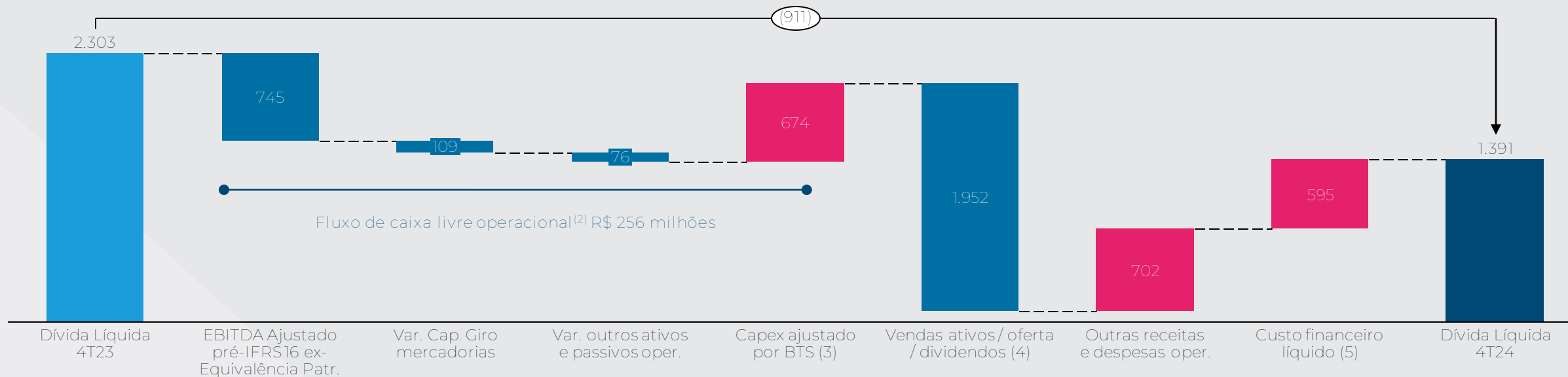
Fluxo de Caixa depois da venda de ativos de R\$ 1,5 bilhão no LTM, impactado pela venda de ativos não core e FON

Custo Financeiro Líquido de R\$ (595) milhões LTM, melhora de R\$ 140 milhões vs. 4T23, resultado da redução da dívida no período

(1) Considera o EBITDA ajustado por efeitos em Outras Receitas e Despesas Operacionais, inclui o resultado da Equivalência Patrimonial Operações Nacionais e inclui custos e despesas com aluguéis; (2) Líquido de financiamento no formato *built to suit* para as novas lojas do Pão de Açúcar; (3) inclui receitas com vendas de ativos e com projetos estratégicos, como oferta pública primária de ações, a venda das lojas de hipermercado e a venda das participações no Éxito; (4) inclui juros da dívida bruta, rentabilidade do caixa, custos com fianças bancárias e custos com descontos de recebíveis

DESEMPENHO FINANCEIRO

DÍVIDA LÍQUIDA ⁽¹⁾ (R\$ milhões)



Dívida Líquida 4T23 pré-IFRS 16	2.303
Carteira de Recebíveis de Cartão de Crédito não antecipados	(118)
Dívida Líquida incl. recebíveis de Cartão de Crédito não antecipados	2.185
EBITDA Ajustado LTM pré-IFRS16	438
Dívida Líquida pré-IFRS16 / EBITDA ajustado LTM pré-IFRS16	5.0x

Dívida Líquida 4T24 pré-IFRS16	1.391
Carteira de Recebíveis de Cartão de Crédito não antecipados	(88)
Dívida Líquida incl. recebíveis de Cartão de Crédito não antecipados	1.303
EBITDA Ajustado LTM pré-IFRS16	811
Dívida Líquida pré-IFRS16 / EBITDA ajustado LTM pré-IFRS16	1.6x

(1) Dívida Líquida = Dívida Bruta bancária menos Caixa e Equivalentes. Para cálculo da alavancagem considera EBITDA Ajustado pré-IFRS-16 dos últimos 12 meses; (2) Fluxo de caixa operacional gerencial após capex; (3) Líquido de financiamento no formato built to suit (BTS) para as novas lojas Pão de Açúcar; (4) inclui receitas com vendas de ativos não core; (5) inclui juros da dívida bruta, rentabilidade do caixa e outros custos financeiros

GPA
Grupo Pão de Açúcar

Q&A

www.gpari.com.br





MENSAGENS FINAIS

Marcelo Pimentel, CEO

MENSAGENS FINAIS



Pilares Estratégicos



EARNINGS

PRESENTATION

4Q24

FEBRUARY 19th, 2025





DISCLAIMER

Statements contained in this release regarding the Company's business outlook, projections of operating / financial profit and loss, the Company's growth potential, and related to market and macroeconomic estimates constitute mere forecasts and were based on the beliefs, intentions, and expectations of the Management regarding the future of the Company. These estimates are highly dependent on changes in the market, the general economic performance of Brazil, the industry, and international markets and, therefore, are subject to change.



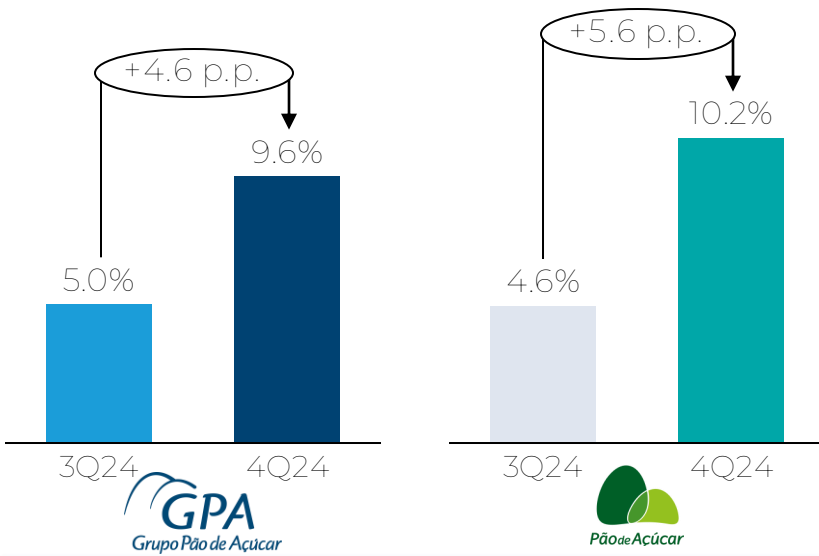
HIGHLIGHTS

4Q24

Marcelo Pimentel, CEO

HIGHLIGHTS 4Q24 AND 2024

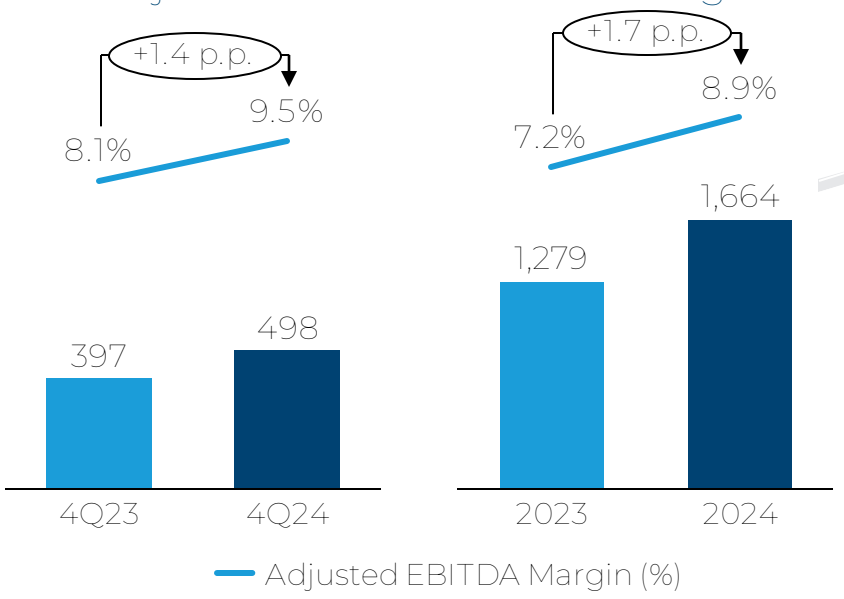
Same-Store Sales Growth



Adjusted EBITDA Margin of 9.5%, the highest level since 2020, driven by an acceleration in same-store sales performance

- Same-store sales grew by 9.6%, representing a strong acceleration of 4.6 p.p. vs. 3Q24;
 - Pão de Açúcar banner increased by 10.2%, with acceleration of 5.5 p.p. vs. 3Q24;
 - Extra Mercado banner increased by 10.3%, with acceleration of 4.5 p.p. vs. 3Q24;
- E-commerce continues its high-growth trajectory with 16.2% in the quarter, with its penetration in total sales reaching 12.2%;
- Market share gained 0.6 p.p. in São Paulo in the self-service market, consolidating two years of continuous gains;
 - Pão de Açúcar accelerates market share capture in the premium segment, while the proximity format advances 1.6 p.p. compared to small supermarkets;
- Gross Margin reached 27.2%, a progress of 0.2 p.p. vs. 4Q23;
- Adjusted EBITDA Margin⁽¹⁾ of 9.5%, an increase of 1.4 p.p. vs. 4Q23;
- Net Debt with a significant reduction of R\$ 883 million over 12 months, while the financial leverage pre-IFRS16⁽²⁾ reached 1.6x compared to 5.0x in 4Q23.

Adjusted EBITDA⁽¹⁾ and Margin



(1) Operating income before interest, taxes, depreciation and amortization adjusted by other Operating Income and Expenses. Excludes impacts of international perimeter (Chova) in 2023, (2) Net Debt divided by Adjusted EBITDA Consolidated pre-IFRS 16 LTM

4Q24 STRATEGIC PILLARS HIGHLIGHTS

CONSISTENCY AND CONTINUOUS IMPROVEMENTS OF RESULTS



TOP LINE

- Acceleration of growth in same-store sales compared to 4Q23, with highlights to Pão de Açúcar and Extra Mercado
- Gain of 0.6 p.p. in the self-service market share in São Paulo, consolidating 2 years of continuous growth⁽¹⁾
 - Pão de Açúcar accelerates market share capture in the premium⁽¹⁾ segment, while the proximity format advances 1.6 p.p. over small supermarkets⁽¹⁾⁽²⁾
- According to Nielsen data, GPA's annual same-store growth in 4Q24 outperformed the self-service segment by 2.3 p.p. and the cash-and-carry segment by 4.3 p.p. in São Paulo
- Extra Mercado revitalized 60 stores in the second half, recording sales growth 8 p.p. higher than pre-revitalization

CUSTOMERS

- NPS reached 80 points, an increase of 4.2 points compared to 4Q23 and 14 points vs. 4Q22
 - Extra Mercado reached 84 points with strong improvement of 7.2 points compared to 4Q23
- Extra Mercado was elected Top of Mind in *Baixada Santista* (Costal area of São Paulo), a strategic region with 45 of the 170 stores of the banner.

DIGITAL

Leader⁽³⁾ in food E-commerce in 1P and 3P channel

- Strong growth of 16.2% in revenue
- Penetration of total sales increased by 1.4 p.p. compared to 4Q23, reaching 12.2%
- Black Friday 2024 set a sales record for a single day, with sales growing 18% compared to the previous year, along with improvements in margin, on-time delivery, and complete orders

(1) Internal analysis based on Nielsen disclosed data; (2) Compared to small supermarkets (under 1,000 m²) in Greater São Paulo; (3) Internal analysis considering public and internal data

4Q24 STRATEGIC PILLARS HIGHLIGHTS

CONSISTENCY AND CONTINUOUS IMPROVEMENTS OF RESULTS

PROFITABILITY

Historic EBITDA margin, the best level since 2020

9 consecutive quarters of growth

- Gross Margin reached 27.2%, an improvement of 0.2 p.p. compared to 4Q23
- EBITDA Margin reached 9.5%, expansion of 1.4 p.p. vs. 4Q23

EXPANSION

29 Stores opened in 4Q24
60 Stores opened in the last 12 months

- In 4Q24, were opened 14 Minuto Pão de Açúcar, 12 Mini Extra and 3 Pão de Açúcar Fresh
- In 12 months, were opened 34 Minuto Pão de Açúcar, 21 Mini Extras, 4 Pão de Açúcar Fresh e 1 Pão de Açúcar



4Q24 STRATEGIC PILLARS HIGHLIGHTS

CONSISTENCY AND CONTINUOUS IMPROVEMENTS OF RESULTS

Combating Climate Change

In 4Q24, we reduced greenhouse gas emissions from scopes 1 and 2 by 6.7%, preventing over 16,000 tons of CO₂, as a result of investments in retrofitting and leak correction, moving towards the goal of a 50% reduction by 2025.

Promotion of Diversity and Inclusion

We concluded 4Q24 with 49.6% of in leadership position, surpassing our annual target, and 58.7% Black representation in leadership, including 50.9% in senior management. We were recognized in 1st place in the Corporate Racial Equity Index, with highlights in Business Census, Training, and Recruitment.

Social Impact

We ended the year with over 1,100 employee participations in the GPA *Colabora* Volunteering Program, surpassing the target of 700. Through the Partnership Against Waste Program, we donated 1.2 thousand tons of food, in addition to 850 tons collected by customers, benefiting more than 330 social organizations partnered with the GPA Institute.





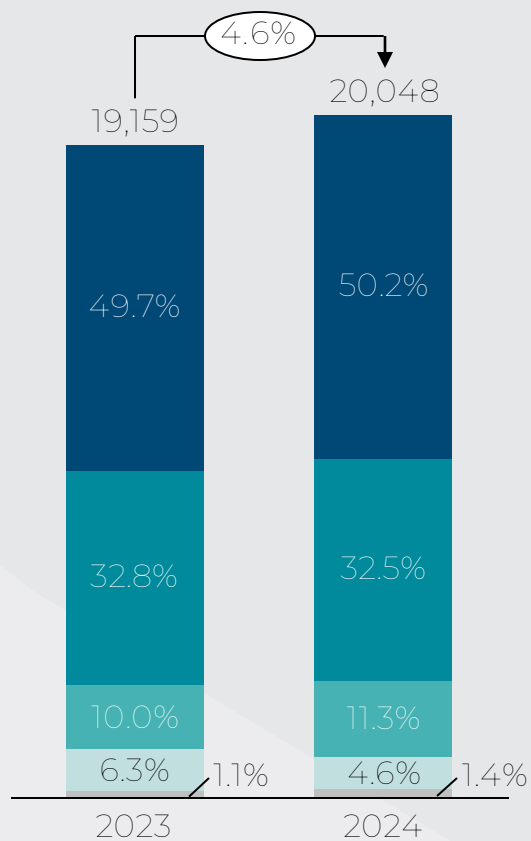
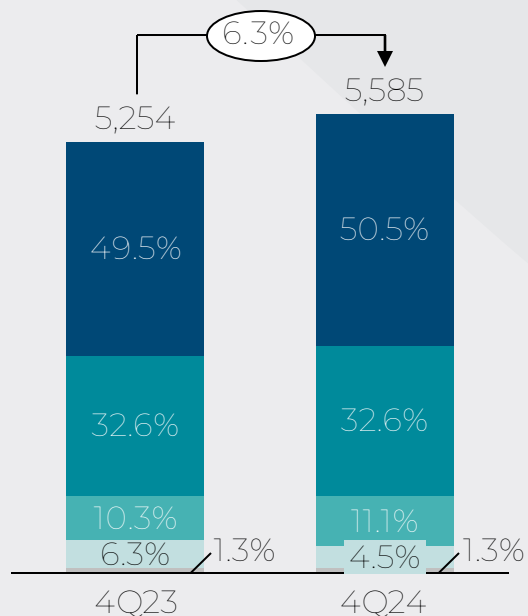
FINANCIAL PERFORMANCE

Rafael Russowsky,
CFO

FINANCIAL PERFORMANCE

+9.6% SAME-STORE SALES¹

+6.0% SAME-STORE SALES



■ Pão de Açúcar
 ■ Proximity
 ■ Other Businesses
■ Extra Mercado
 ■ Aliados

Total sales of GPA reached R\$ 5.6 billion in 4Q24 and R\$ 20.0 billion in 2024

Same-store sales grew by 9.6%⁽¹⁾ compared to 4Q23 with an increase in volume and average ticket

E-commerce sales grew by 16.2% in 4Q24 with penetration of 12.2% of total sales (+0.8 p.p. vs. 4Q23)

Same-store sales in 4Q24 with highlight to PdA and Extra



+10.2%⁽¹⁾, driven by the increase in sales volume and average ticket, standing out as the main factor for the market share gain in São Paulo.



+4.9%⁽¹⁾ with significant contributions from stores opened since 2022. Significant gain of 1.6 p.p. in market share⁽²⁾ vs. small supermarkets in the greater São Paulo area

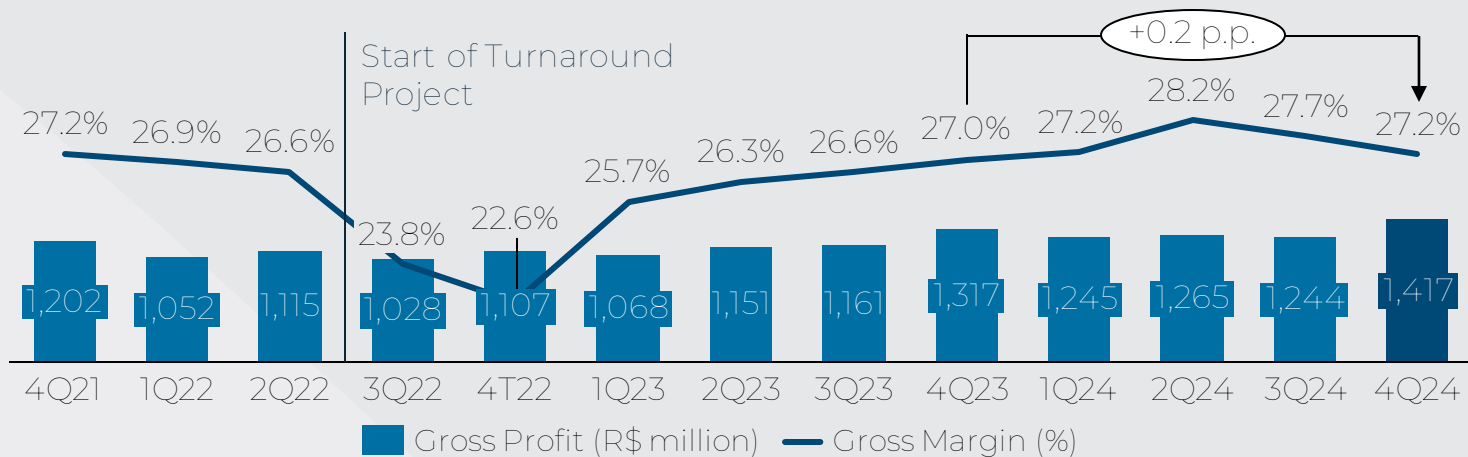


+10.3%⁽¹⁾, the highest growth in the historical series that began in 1Q22, sustained by the increase in sales volume, with a highlight on the grocery category

(1) Excluding calendar effect of +0.3% (2) Internal analysis based on Nielsen disclosed data

FINANCIAL PERFORMANCE

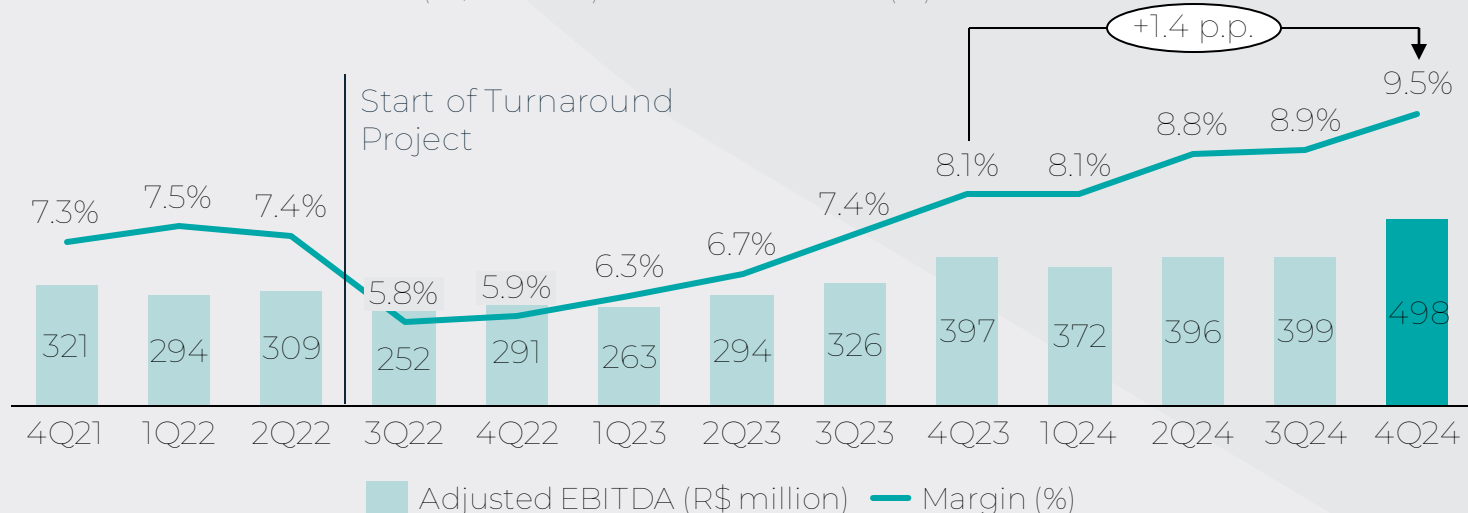
GROSS PROFIT (R\$ million) AND MARGIN (%)



Gross Margin progress, as a result of (i) greater efficiency in commercial negotiations; (ii) operational adjustment in our banners and formats; e (iii) growth in retail media revenue, which offer more attractive margins

Sales, General and Administrative Expenses showed efficiency gains of 1.3 p.p. compared to 4Q23, driven by positive operational leverage, with strong same-store growth and a reduction in operating expenses

ADJUSTED EBITDA⁽¹⁾ (R\$ million) AND MARGIN (%)

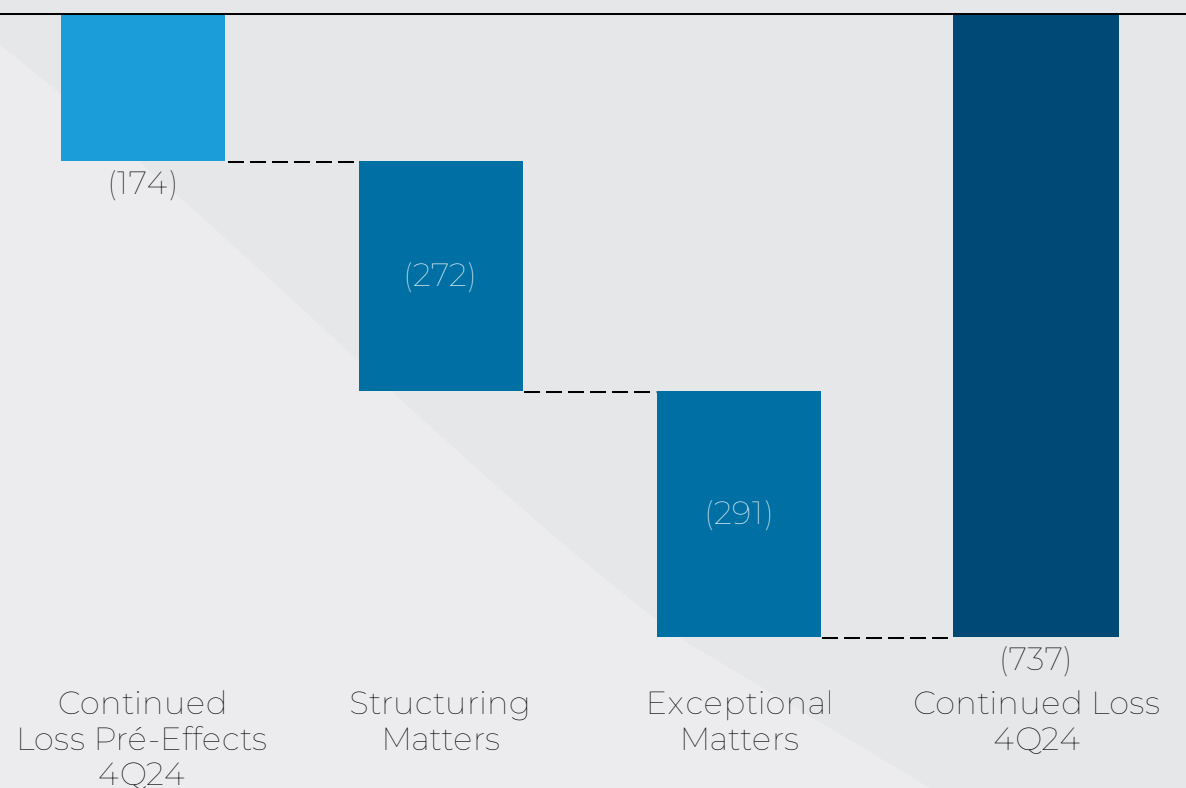


Adjusted EBITDA of R\$ 498 million, a growth of 25% vs. 4Q23, Adjusted EBITDA Margin of 9.5%, an increase of 1.4 p.p. vs. 4Q23

(1) Operating income before interest, taxes, depreciation and amortization adjusted by other Operating Income and Expenses. Excludes impacts of international perimeter (Cnova) in 2023

FINANCIAL PERFORMANCE

NET INCOME/LOSS¹
CONTINUED OPERATION
(R\$ million)



Structuring Matters: non-cash effects or those that will provide future savings

- Reduction in recoverable value (impairment) of non-strategic assets: R\$150 million
- Tax Agreements with incentives: R\$ 80 million
- Administrative Restructuring: R\$ 43 million

Exceptional Matters: provisions with expected long-term cash impact and subject to agreements with potential reduction in the provisioned amount

- Provision of INSS Contingency: R\$191 million
- Reassessment of Labor Provision: R\$ 100 million

Discontinued Net Loss totaled R\$ (367) million, also impacted by: (i) structuring matters R\$ (113) million e (ii) exceptional matters R\$ (211) million

FINANCIAL PERFORMANCE

MANAGERIAL CASH FLOW NET DEBT VARIATION

	LTM 4Q24	LTM 4Q23	Δ R\$
Adjusted EBITDA Consolidated pre-IFRS16 ⁽¹⁾	811	438	374
(-) Equity Income (Brazil)	(64)	(51)	(13)
Working Capital of Goods Variation	109	206	(97)
Other Operational Asset and Liabilities Variation	76	439	(363)
Capex Adjusted by BTS ⁽²⁾	(674)	(726)	52
Operational Free Cash Flow	256	305	(50)
Other Operation Income and Expenses	(702)	(805)	103
Dividends	124	250	(126)
Sale of Assets ⁽³⁾	1,828	792	1,036
Cash Flow after Sale of Assets	1,506	542	963
Net Financial Cost ⁽⁴⁾	(595)	(735)	140
Net Debt Variation	911	(192)	1,103

LTM Operational Free Cash Flow of R\$ 256 million in 4Q24, with a significant improvement of 85% in pre-IFRS 16 EBITDA and a reduction in Capex

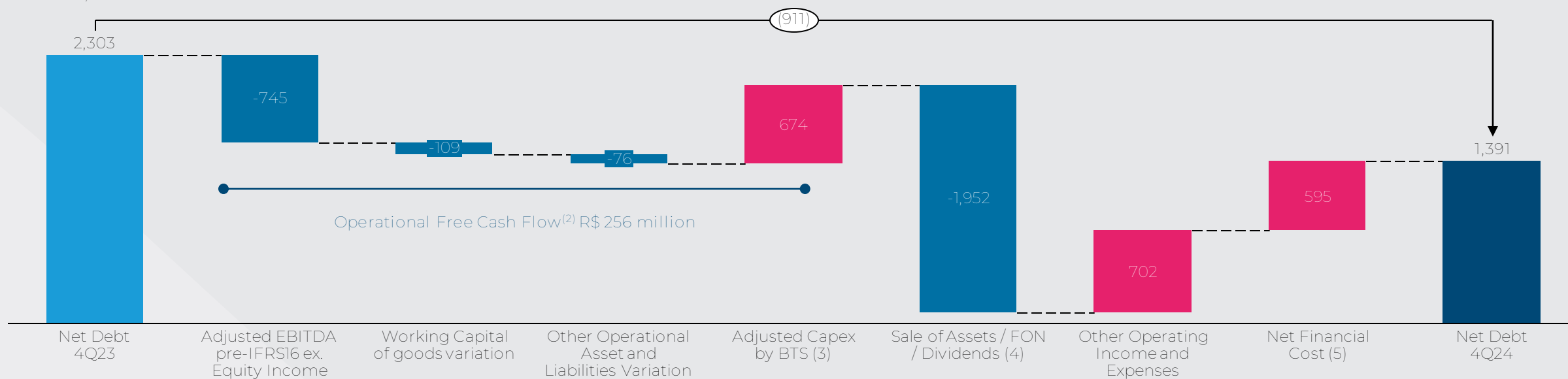
Cash Flow after asset sales of R\$ 1.5 billion in LTM, impacted by the sale of non-core assets and FON

Net Financial Cost of R\$ (595) million LTM, an improvement of R\$ 140 million vs. 4Q23, due to the reduction in debt during the period.

(1) Considers EBITDA adjusted for effects in Other Operating Income and Expenses, includes the results from Equity Pick-up of National Operations, and includes rental costs and expenses; (2) Net of financing in the built-to-suit format for the new Pão de Açúcar stores; (3) Includes revenue from asset sales and strategic projects, such as the primary public offering of shares, the sale of hypermarket stores, and the divestment of Éxito stakes; (4) Includes interest on gross debt, cash yield, bank guarantee costs, and receivables discounting costs.

FINANCIAL PERFORMANCE

NET DEBT⁽¹⁾
(R\$ million)



Net Debt 4Q23 pre-IFRS16	2,303
On Balance Credit Card Receivables non-discounted	(118)
Net Debt incl. Credit Card Receivables non-discounted	2,185
Adjusted EBITDA LTM pre-IFRS16	438
Net Debt pre-IFRS16 / Adjusted EBITDA LTM pre-IFRS16	5.0x

Net Debt 4Q24 pre-IFRS16	1,391
On Balance Credit Card Receivables non-discounted	(88)
Net Debt incl. Credit Card Receivables non-discounted	1,303
Adjusted EBITDA LTM pre-IFRS16	811
Net Debt pre-IFRS16 / Adjusted EBITDA LTM pre-IFRS16	1.6x

(1) Net Debt = Bank Gross Debt minus Cash and Equivalents. Leverage calculation considers Adjusted EBITDA pre-IFRS-16 of the last 12 months; (2) Managerial operational Cash Flow after capex; (3) Net from financing in built to suit (BTS) format for new Pão de Açúcar stores; (4) It Includes income of non-core assets sales; (5) It Includes interest of gross debt, cash profitability and other financial costs

GPA
Grupo Pão de Açúcar

Q&A

www.gpari.com.br





FINAL MESSAGES

Marcelo Pimentel, CEO

FINAL MESSAGES



Pilares Estratégicos