



RELEASE DE  
**RESULTADOS**  
4T24

18 de fevereiro de 2025



Teleconferência sobre  
os Resultados do 4T24

Quarta-feira

**19 de fevereiro de 2025**

9h00 (horário de Brasília)

7h00 (NY)

12h00 (Londres)

**Português (idioma original)**

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

**Inglês (tradução simultânea)**

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

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

## Divulgação de resultados 4T24

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

Em decorrência do processo de descontinuidade das atividades dos hipermercados Extra, em 2021, e do Almacenes Éxito S.A. (“Éxito”), em 2022, conforme divulgado em fatos relevantes e comunicados ao mercado, essas operações passaram a ser tratadas contabilmente como operações descontinuadas (IFRS 5/CPC 31). Assim, os efeitos nas Demonstrações de Resultado foram ajustados retroativamente, conforme a Deliberação CVM nº 598/09, que trata de ativos não circulantes mantidos para venda e operações descontinuadas.

A partir do 1T24, as atividades dos postos de combustíveis (“Postos”) também começaram a ser classificadas como operações descontinuadas (IFRS 5/CPC 31), resultando em ajustes retroativos na demonstração do resultado e nas notas explicativas, de acordo com a Deliberação CVM nº 598/09, que trata de ativos não circulantes mantidos para venda e operações descontinuadas.

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

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

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

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

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

## Temas Estruturantes e Excepcionais registrados no 4T24

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

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

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

Abaixo, detalhamos cada um dos temas na tabela.

TEMAS ESTRUTURANTES	Efeito Resultado (R\$ milhões)	Efeito Caixa	Comentários	
Acordos Tributários e Outros	Consolidado	(186)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Acordo com o Estado Bahia: <b>pgto. no 1T25 (desconto de 50%)</b></li> <li>Acordo Federal: <b>pgto. em 12 parcelas a partir do 3T25</b> com utilização parcial de créditos fiscais. <b>(desconto de 70%)</b></li> </ul>	Acordos firmados com: (i) o Estado da Bahia para contingências de ICMS, com resolução total do tema; (ii) o MP Federal para contingências previdenciárias, com resolução total do tema
	Continuado	(80)		
	Descontinuado	(107)		
Impairment	Consolidado	(155)	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Não há impacto caixa</b></li> </ul>	Redução do valor recuperável para um grupo de lojas localizadas em regiões não estratégicas ou com baixa performance
	Continuado	(150)		
	Descontinuado	(5)		
Reestruturação Administrativa	Consolidado	(44)	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Impacto caixa líquido positivo, considerando uma economia anual estimada em R\$ 100 milhões</b></li> </ul>	Projeto para o aumento da eficiência da estrutura administrativa, impulsionado, principalmente, pela implementação de automação de processos
	Continuado	(43)		
	Descontinuado	(1)		
Total Estruturantes	Consolidado	(385)		
	Continuado	(272)		
	Descontinuado	(113)		

TEMAS EXCEPCIONAIS	Efeito Resultado (R\$ milhões)	Efeito Caixa	Comentários	
Provisão de Contingência de INSS	Consolidado	(303)	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Expectativa de impacto caixa no longo prazo com base no histórico de ações semelhantes (histórico: 5 a 8 anos)</b></li> <li><b>Possível acordo para redução antes do pagamento, com base no histórico de discussões</b></li> </ul>	Trata-se de tese adotada no mercado que considera a não incidência do INSS patronal sobre benefícios. Após decisão desfavorável no STJ, classificação para perda provável, com julgamento final pendente. Vale ressaltar que a ação do GPA se encontra em esfera administrativa
	Continuado	(191)		
	Descontinuado	(111)		
Recomposição de Provisão Trabalhista	Consolidado	(200)	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Impacto no longo prazo</b></li> </ul>	Recomposição do saldo provisionado com estimativas atualizadas de desembolso histórico e probabilidade de perda por caso
	Continuado	(100)		
	Descontinuado	(100)		
Total Excepcionais	Consolidado	(503)		
	Continuado	(291)		
	Descontinuado	(211)		

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

## Mensagem do CEO

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

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

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

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

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

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

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

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

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





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

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

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



# Desempenho de Vendas

## Crescimento de vendas totais

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

(1) As lojas remanescentes do Compre Bem foram convertidas para Extra Mercado entre julho e agosto de 2023; (2) Receitas provenientes principalmente do aluguel de galerias comerciais e Stix Fidelidade; (3) Modelo de venda direta para pequenos comércios; (4) Exclui receita de postos de combustível que foi classificada em atividades descontinuadas a partir do 1T24; (5) Ajuste de +0,3 p.p. na venda mesmas lojas.

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

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

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

## Crescimento mesmas lojas por bandeira e formato

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

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

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

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

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

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

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

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

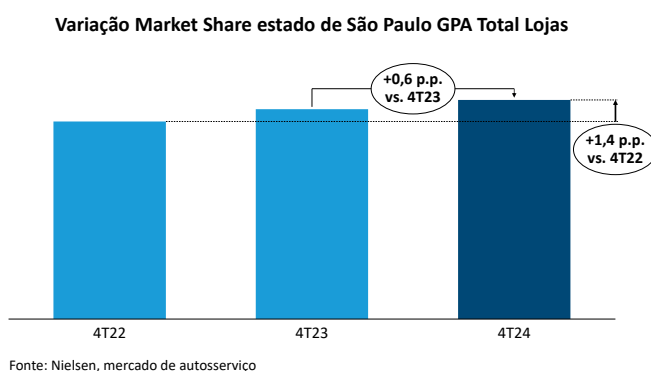
Por fim, o **formato de Aliados**, voltado para a venda direta a pequenos comércios, gerou R\$ 251 milhões em vendas no trimestre, representando uma redução de 23,8% em relação ao 4T23. Desde o início de 2024, iniciamos um processo de reequilíbrio desse modelo, priorizando a rentabilidade, o que justifica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

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

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

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

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

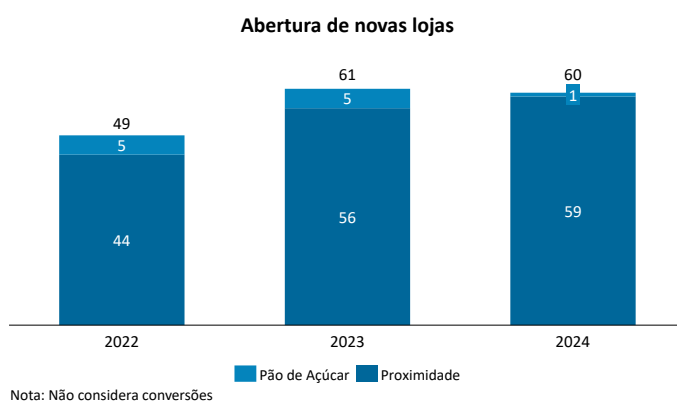


Essa evolução contínua é reflexo, principalmente, do nosso foco estratégico no segmento *premium*, com o fortalecimento da proposta de valor da bandeira Pão de Açúcar que tem entregado um sólido crescimento na base de mesmas lojas, com performance superior ao mercado *premium*, assim como a expansão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

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

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

O foco da nossa expansão de lojas é o formato de proximidade *premium*, com a bandeira Minuto Pão de Açúcar. Esta bandeira já possui formato maduro, escalável e com maior potencial de capilaridade, prevendo o adensamento e verticalização da cidade e região metropolitana de São Paulo. As lojas, direcionadas ao público mais afluyente, estão localizadas em pontos de alta qualidade e apresentam rápida maturação, com uma média de sete meses, além de alta performance. As safras de 2022, 2023 e 2024 superaram as margens das lojas inauguradas anteriormente e apresentam uma rentabilidade média superior à rentabilidade consolidada da Companhia.



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

## Liderança no e-commerce de alimentos

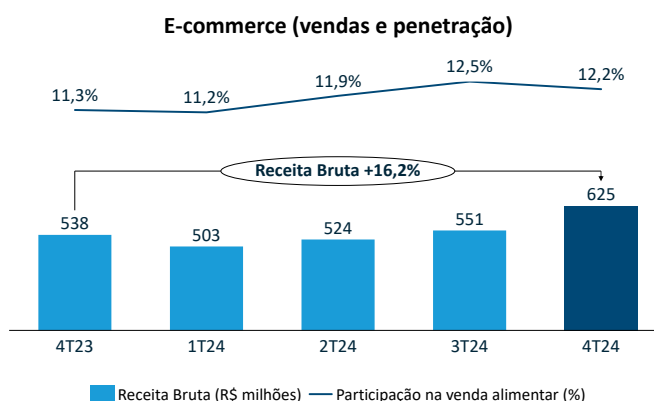
Forte trajetória de crescimento em 2024, com expansão da margem EBITDA e impacto positivo na margem consolidada

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

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

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

Após o processo de ganhos de eficiência iniciado no 4T22 e, mais recentemente, com a migração das operações do e-commerce do Centro de Distribuição para um modelo 100% *ship from store*, a margem de contribuição do e-commerce registrou um avanço significativo em 2024. Esse movimento gerou uma margem incremental para nossas lojas e impactou positivamente a margem consolidada.



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

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

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

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


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

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

Outro resultado encorajador da estratégia que estamos executando é o aumento da fidelidade dos nossos clientes com a **evolução do *share of wallet* dos clientes *premium***, com uma evolução de 2,2 pontos percentuais nos últimos 12 meses, somado ao constante crescimento da base de clientes *Premium* & *Valiosos* suportada pelo programa de fidelidade (programa Pão de Açúcar Mais).

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





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

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

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

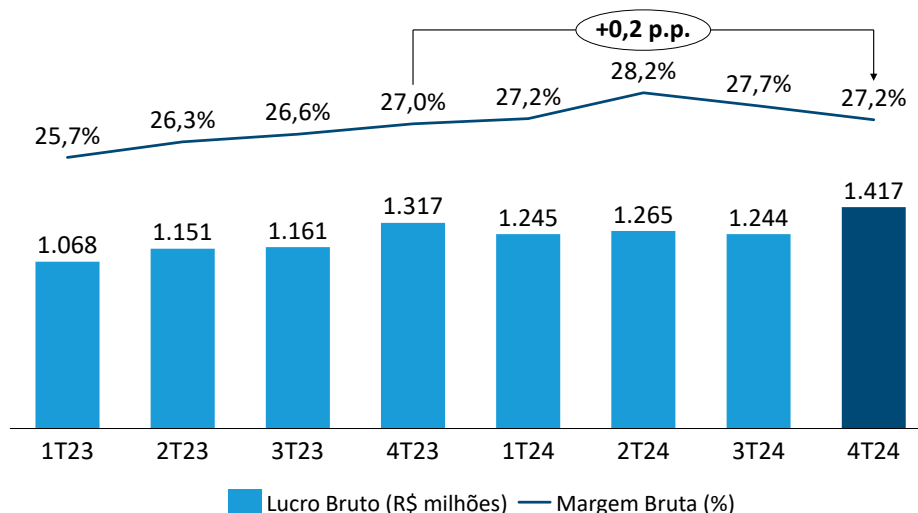
A estratégia da Stix foca no aumento do gasto médio e da frequência de compras dos clientes por meio da integração dos programas de fidelidade, proporcionando uma experiência mais conveniente para acumular e resgatar pontos. Como reflexo dessa abordagem, em 2024, o volume de pontos acumulados cresceu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

## Desempenho Financeiro

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

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

#### Evolução da Rentabilidade – Lucro Bruto



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

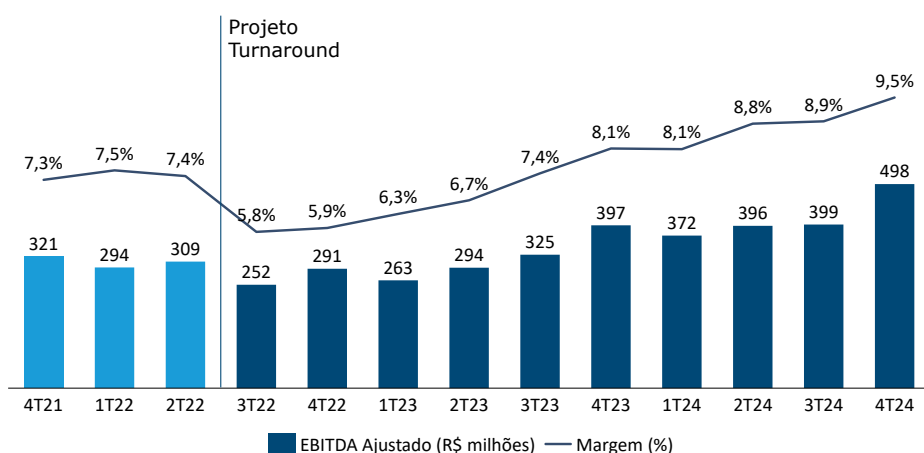
O projeto de **Retail Media** tem avançado significativamente, fortalecendo sua proposta de valor para os fornecedores ao oferecer uma solução integrada que combina ativos físicos, digitais, inteligência comercial e ações personalizadas baseadas no comportamento dos clientes. Esse modelo permite uma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

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

## Margem EBITDA Ajustado Consolidado renova melhor nível desde 2021

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

### Evolução da Rentabilidade – EBITDA Ajustado



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

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

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

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

### Outras Receitas e Despesas Operacionais

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

## Resultado Financeiro

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

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

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

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

### Lucro Líquido Continuado e Descontinuado

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

## Geração de Caixa e Dívida Líquida

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

(1) considera o EBITDA ajustado por efeitos em Outras Receitas e Despesas Operacionais, com o resultado da Equivalência Patrimonial Operações Nacionais e com custos e despesas com aluguéis; (2) líquido de financiamento no formato *built to suit* para as novas lojas do Pão de Açúcar; (3) inclui receitas com vendas de ativos e com projetos estratégicos, como a venda das lojas de hipermercado e a venda das participações no Éxito e, também, o resultado da oferta pública realizada em março/2024; (4) inclui juros da dívida bruta, rentabilidade do caixa, custos com fianças bancárias e custos com descontos de recebíveis

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

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

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

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

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

## Dívida líquida consolidada

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

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

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

## Investimentos

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

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

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

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



## ESG NO GPA

### Agenda de iniciativas sociais e de meio ambiente

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

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

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

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

## Movimentação de Lojas por Bandeira

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

Os fechamentos realizados no trimestre estão em linha com o processo de ajuste do parque de lojas diante da avaliação da performance das lojas, condições do mercado competitivo e movimentações do restante do parque.

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



## Demonstrações Financeiras Consolidadas

### Balço Patrimonial

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

## Demonstrações Financeiras Consolidadas

### Balço Patrimonial

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

## Demonstrações Financeiras Consolidadas

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

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

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

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

## Demonstrações Financeiras Consolidadas

### Demonstração de Resultado do Exercício – 2024

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

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

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



EARNINGS  
**RELEASE**  
4Q24

February 18, 2025



Conference call about the  
4Q24 Earnings

Wednesday

**February 19, 2025**

9h00 am (Brasília)

7h00 am (NY)

12h00 pm (London)

**Portuguese (original language)**

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

**English (simultaneous translation)**

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

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

## Earnings release 4Q24

São Paulo, February 18, 2025. GPA [B3: PCAR3] announces the results for the 4<sup>th</sup> quarter of 2024.

As a result of the process of discontinuing the activities of the Extra hypermarkets, in 2021, and Almacenes Éxito S.A. (“Éxito”), in 2022, as disclosed in the material facts and notices to the market, these operations are accounted for as discontinued (IFRS 5 / CPC 31). Accordingly the income statement were retroactively adjusted, as defined by CVM Deliberation 598/09 – Non-current assets held for sale and discontinued operations.

From 1Q24, gas stations activities (“Gas Stations”) passed to be accounted as discontinued activities (IFRS 5 / CPC 31). Accordingly the Income statement and the notes of financial statement were retroactively adjusted, as defined by CVM Deliberation 598/09 – Non-current assets held for sale and discontinued operations.

The following comments refer to the results of continued operations, including the effects of IFRS 16/CPC 06 (R2), and comparison relative to the same period in 2023, unless otherwise indicated.

### 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<sup>(1)</sup> of 9.5%, an increase of 1.4 p.p. vs. 4Q23;**
- **Net Debt with a significant reduction of R\$ 883 million (-40%) over 12 months, while the financial leverage pre-IFRS 16<sup>(2)</sup> reached 1.6x compared to 5.0x in 4Q23.**

INCOME STATEMENT (R\$ million, except when indicated)	GPA Consolidated					
	4Q24	4Q23	Δ	12M24	12M23	Δ
Gross Revenue	5,585	5,254	6.3%	20,048	19,159	4.6%
Net Revenue	5,220	4,884	6.9%	18,790	17,793	5.6%
Gross Profit	1,417	1,317	7.6%	5,172	4,697	10.1%
Gross Margin	27.2%	27.0%	0.2 p.p.	27.5%	26.4%	1.1 p.p.
Selling, General and Administrative Expenses	(961)	(964)	-0.2%	(3,688)	(3,585)	2.9%
% of Net Revenue	18.4%	19.7%	-1.3 p.p.	19.6%	20.1%	-0.5 p.p.
National Equity Income	15	15	1.1%	64	51	26.6%
International Equity Income <sup>(3)</sup>	0	0	-	0	717	-100.0%
Adjusted EBITDA Consolidated <sup>(1)</sup>	498	397	25.4%	1,664	1,996	-16.6%
Adjusted EBITDA Margin Consolidated <sup>(1)</sup>	9.5%	8.1%	1.4 p.p.	8.9%	11.2%	-2.3 p.p.
Other Operating Revenue (Expenses)	(628)	(89)	602.4%	(939)	(213)	339.6%
Net Income Controlling Shareholders - Continued Operations	(737)	(91)	710.2%	(1,669)	71	-
Net Margin Controlling Shareholders - Continued Operations	-14.1%	-1.9%	-12.2 p.p.	-8.9%	0.4%	-9.3 p.p.
Net Income Controlling Shareholders - Discontinued Operations <sup>(4)</sup>	(367)	(212)	73.2%	(738)	(2,342)	-68.5%
Net Income Controlling Shareholders Consolidated <sup>(5)</sup>	(1,104)	(303)	264.6%	(2,407)	(2,271)	6.0%

(1) Operating income before interest, taxes, depreciation and amortization adjusted by other Operating Income and Expenses. Excludes impacts from the international perimeter (Cnova) in 2023; (2) Net Debt divided by Consolidated Adjusted EBITDA pre-IFRS 16 LTM; (3) As of 4Q23, due to the sale of the total participation held in Cnova, the equity income from international operations is null; (4) It includes the results from the discontinued operation of hypermarkets, gas stations and Éxito Group; (5) It considers results from continued and discontinued operations

## Structuring and Exceptional Matters Recorded in 4Q24

In 4Q24, we made progress on relevant and structuring long-term matters that totaled R\$ (385) million in the result, with R\$ (272) million in continued operations and R\$ (113) million in discontinued operations. The cash effect of these matters is concentrated to the installments of the tax agreements, which resulted in a reduction of the amounts under discussion, and the severance costs in the administrative restructuring project, which are expected to bring savings of around R\$ 100 million in 2025.

Additionally, the result was impacted by exceptional matters related to tax and labor provisions, totaling R\$ (503) million, with R\$ (291) million in continued operations and R\$ (211) million in discontinued operations, with expected long-term cash impact and the possibility of interim agreements.

Excluding these effects, the net loss from continued operations would decrease from R\$ (737) million to R\$ (174) million, while the net loss from discontinued operations would decrease from R\$ (367) million to R\$ (43) million.

Below, we detail each of the matters in the table.

STRUCTURING MATTERS	Income Statement Effect (R\$ million)		Cash Effect	Comments
Tax Agreements and Others	Consolidated	(186)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bahia State Agreement: <b>payment in 1Q25 (50% discount)</b></li> <li>Federal Agreement: <b>payment in 12 installments starting from 3Q25</b> with partial use of tax credits <b>(70% discount)</b></li> </ul>	Agreements signed with: (i) The State of Bahia for ICMS contingencies, with full resolution of the matter; (ii) The Federal Public Ministry for social security contingencies, with full resolution of the matter
	Continued	(80)		
	Discontinued	(107)		
Impairment	Consolidated	(155)	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>There is no cash impact</b></li> </ul>	Reduction of the recoverable amount for a group of underperforming stores located in non-strategic regions
	Continued	(150)		
	Discontinued	(5)		
Administrative Restructuring	Consolidated	(44)	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Positive net cash impact, considering an estimated annual savings of R\$ 100 million</b></li> </ul>	Project aimed at increasing the efficiency of the administrative structure, primarily driven by the implementation of process automation
	Continued	(43)		
	Discontinued	(1)		
Total Structuring	Consolidated	(385)		
	Continued	(272)		
	Discontinued	(113)		

EXCEPTIONAL MATTERS	Income Statement Effect (R\$ million)		Cash Effect	Comments
Provision of INSS Contingency	Consolidated	(303)	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>The expected long-term cash outflow based on similar historical claims (typically 5 to 8 years)</b></li> <li><b>Potential agreement for reduction before payment, in line with past discussions</b></li> </ul>	This is a thesis adopted in the market that considers the non-incidence of employer's social security contributions (INSS) on benefits. After an unfavorable decision by the Superior Court of Justice (STJ), it is classified as a probable loss, with the final judgment pending
	Continued	(191)		
	Discontinued	(111)		
Reassessment of Labor Provision	Consolidated	(200)	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Long-term impact</b></li> </ul>	Reassessment of the provision balance based on updated estimates of historical disbursements and case-specific probability of loss
	Continued	(100)		
	Discontinued	(100)		
Total Exceptionals	Consolidated	(503)		
	Continued	(291)		
	Discontinued	(211)		

Total Structuring and Exceptionals	Consolidated	(887)		
	Continued	(563)		
	Discontinued	(324)		

## Message from the CEO

We have reached the year that marks the delivery of the first triennium of GPA's turnaround project. We have completed this phase of our recovery process with a sense of duty fulfilled and the surpassing of all our expectations, reaffirming the resilience and potential of our Company and our people. Despite 2024 being marked by a macroeconomic context more challenging than anticipated, we were able to overcome adversity and achieve exceptional results, grounded in our six strategic pillars: Top line, customers, digital, expansion, profitability, and ESG and culture.

There were many milestones and significant advances that place the Company at a new level. To mention a few: we progressed in our multichannel strategy, consolidating the transformation started in 2023, with the migration of 100% of orders to separation and delivery from our distribution centers to our stores. This allowed us to achieve record penetration results and faster delivery times, in line with the expectations and needs of our customers. We continued with our expansion plan, focusing on proximity stores in the State of São Paulo, particularly the Minuto Pão de Açúcar banner, delivering 60 new units in the year.

In this year, we replicated the category management and inventory adjustment work carried out the previous year at Pão de Açúcar for Extra stores, and we began having the right product, at the right store, in the right quantity, reducing losses and ensuring customer satisfaction. Another highlight was our retail media business, with the sale of advertising spaces in our stores and the monetization of our digital assets.

We consolidated the value proposition of our banners with the launch of the *"Você Feliz é Tudo de Pão"* campaign, bringing back the essence of happiness expressed in the DNA of Pão de Açúcar, emphasizing that the banner is always present in the special moments of our customers. At Extra, we launched *"Mais que mais barato"* highlighting characteristics beyond savings, such as shopping experience, quality, variety, and great service, positioning the banner as the best supermarket in the neighborhood.

Our passion for customers, one of the Company's values, has reflected positive results, with the evolution of customer satisfaction, measured by the Net Promoter Score (NPS), which had an incredible improvement, jumping from 72.6 points in January to 80 points in December 2024.

Our initiatives in the environmental, social, and governance pillars continued to improve. In the social area, the GPA Institute stands out, with the expansion of the *"Mãos na Massa"* program, focusing on training and income generation in the food sector. We reached the mark of 49.6% of women in leadership positions, in line with the 50% target by 2025; we signed the *"Raça é Prioridade"* and *"Movimento Transparência 100%"* movements, both carried out by the UN Global Compact for racial equity and corporate governance, respectively. We also renewed our commitment to combating climate change with the goal of reducing greenhouse gas emissions by 70% by 2040.

In the same year, as a reflection of the Company's new moment, we renewed our culture, based on listening and research with our employees, business partners, the market, and society. We maintain the purpose of *"Feeding dreams and lives,"* focusing on respect for people and food, and anchored in a new mission and values aligned with the essence of the Company.

We invested in our employees through development and training programs – with more than 689 thousand hours of training in the year – and internal opportunities for professional growth. We continued with our affirmative internship program for Black and Brown individuals, with a record of more than 1,600 applicants, and relaunched our Trainee Program after more than ten years.

This is a moment of celebration for all the advances made in this first triennium and a moment to thank our employees, who believed in our proposals and helped us build a new GPA, our partners and suppliers, who believe that together we can go further, and the Board of Directors for all the guidance and support in our decisions.







We remain optimistic, starting 2025 at a new level for the Company, strengthened by the assertiveness of the strategy adopted, which will continue to be based on our six pillars, and focused on accelerating gains, working every day to deliver the best results for our shareholders and, most importantly, the best shopping experience for our customers.

**Marcelo Pimentel**  
**GPA CEO**



# Sales Performance

## Total sales growth

GROSS REVENUE (R\$ million)	4Q24		Variation 4Q24/4Q23	
	Total sales	Share of Sales (%)	Total sales	Same-Store Sales ex. calendar effect <sup>(5)</sup>
Pão de Açúcar	2,822	50.5%	8.4%	10.2%
Extra Mercado <sup>(1)</sup>	1,819	32.6%	6.3%	10.3%
Proximity	619	11.1%	14.4%	4.9%
Other Businesses <sup>(2)</sup>	74	1.3%	6.0%	n.d.
<b>GPA ex. Aliados</b>	<b>5,334</b>	<b>95.5%</b>	<b>8.3%</b>	<b>9.6%</b>
Aliados <sup>(3)</sup>	251	4.5%	-23.8%	n.d.
<b>GPA<sup>(4)</sup></b>	<b>5,585</b>	<b>100.0%</b>	<b>6.3%</b>	<b>9.6%</b>

(1) Remaining Compre bem stores were converted into Extra Mercado between July and August 2023; (2) Revenues mainly from commercial centers rentals agreements and Stix Fidelidade; (3) Direct sales model for small businesses; (4) Excludes Gas Stations revenue, which was classified as discontinued activities since 1Q24; (5) Adjustment of +0.3 p.p. of calendar effect in same-store sales.

In 4Q24, total sales reached R\$ 5.6 billion, an increase of 6.3%. Excluding the Aliados format, a direct sales model for small businesses, sales reached R\$ 5.3 billion, with a growth of 8.3%.

The Proximity format continues being a highlight, with an increase of 14.4%, supported by the opening of 59 stores in the last 12 months (29 of which were opened in 4Q24). The new stores continue to show accelerated maturation (approximately seven months on average).

The 4Q24 clearly reflected the operational advances achieved in recent quarters, driven by the complementarity of our offering through different banners and formats. This progress translated into a significant acceleration in same-store growth and the continuation of market share gains. In addition to strong growth, there was a consistent increase in volume, particularly in the premium format.

## Same-store sales growth by banner and format

YoY Growth Same-Store Sales <sup>(1)</sup>	4Q22	1Q23	2Q23	3Q23	4Q23	1Q24	2Q24	3Q24	4Q24
Pão de Açúcar	6.7%	7.5%	8.6%	7.2%	4.2%	6.7%	2.7%	4.6%	10.2%
Extra Mercado	4.1%	2.2%	3.5%	2.5%	2.0%	4.5%	3.4%	5.8%	10.3%
Proximity	13.5%	8.8%	5.4%	0.4%	0.2%	2.3%	6.9%	4.6%	4.9%

(1) Excludes calendar effect of 0.3 p.p. in 4Q24

Same-store sales increased by 9.6% ex. calendar effect.

**In Pão de Açúcar, same-store sales grew by 10.2**, showing a strong acceleration compared to the previous quarter. This growth was driven by an increase in sales volume combined with the higher average ticket, especially in the perishable categories, which were most impacted by inflation during the period. The banner also stood out as the main driver of market share gains in São Paulo, outperforming self-service formats, cash&carry, and premium banners.

**At Extra Mercado, same-store sales growth reached 10.3%**, once again marking the highest increase in the historical series starting from 1Q22. This performance mainly reflects the increase in sales volume, with a focus on grocery categories. Just like Pão de Açúcar, perishables also stood out due to the significant increase in average prices, impacted by inflation of key items.

In 2Q24, we began a project to review the assortment and category management at Extra Mercado. In this process, the banner's new value proposition, store profiles, and category roles were defined, aligned with the new strategy. As part of this transformation, (i) we revitalized 60 stores in 2024 (43 of them in 4Q24) with new departmentalization and adjustments to store facades; (ii) we revised price and promotion clustering; and (iii) we implemented a strategic review of the assortment.

The results so far have been very positive, confirming the growth and profitability potential of the banner. The 60 revitalized stores showed an 6.7 p.p. sales uplift in the post-revitalization period, contributing to the banner's sales acceleration. The new value proposition positions Extra Mercado as a mainstream neighborhood supermarket, with excellence in service and customer care, integrating into the customers' replenishment journey and strengthening the categories of Meats, Poultry, and Bakery, while maintaining a competitive focus on Basic Groceries.

**In the Proximity format, same-store sales grew by 4.9%.** The units opened since 2022 continue to contribute significantly to this growth, registering double-digit growth in same-store sales, highlighting the effectiveness of the expansion projects in recent years. In 4Q24, we recorded a significant market share increase (+1.6 p.p.) compared to small supermarkets (under 1,000 m<sup>2</sup>), maintaining profitability discipline in a format that offers attractive margins for the Company.

Finally, the **“Aliados” format**, focused on direct sales to small businesses, generated R\$ 251 million in sales during the quarter, representing a 23.8% decrease compared to 4Q23. Since the beginning of 2024, we have initiated a process to rebalance this model, prioritizing profitability, which justifies the observed decline in sales volume. The process of rebalancing this format was completed in 2024, so the new comparison base is already reflected from the beginning of 2025.

## An increase of 1.4 p.p. in market share in the state of São Paulo over 24 months

Consistency in market share gains, in line with our strategic plan to enhance profitability

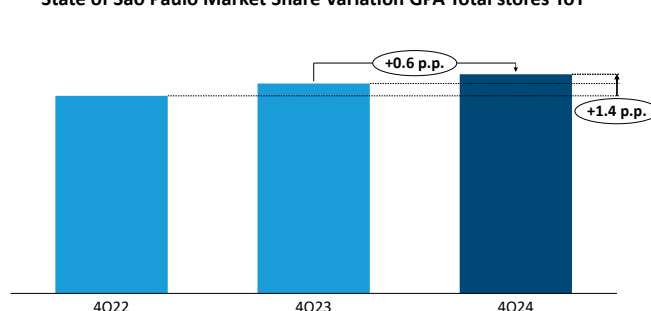
Since April 2022, we have been following our strategic plan with discipline and consistency, which has led to increasing recognition from our clients, as evidenced by the significant progress we have made in market share gains.

In 4Q24, we recorded an **increase of 0.6 p.p. in market share in the state of São Paulo**, consolidating two years of continuous growth. **Over a two-year period**, the advancement was even more significant, with a **growth of 1.4 p.p.**

This continuous evolution is primarily a reflection of our strategic focus on the premium segment, with the strengthening of the value proposition of the Pão de Açúcar banner, which has delivered solid growth in same-store sales, outperforming the premium market. Additionally, it includes the expansion of the premium proximity format with Minuto Pão de Açúcar.

The **proximity format**, with the Minuto Pão de Açúcar and Mini Extra banners, continued to show **significant market share growth, gaining 1.6 p.p.** compared to small supermarkets in the Greater São Paulo area, confirming the success of the value proposition delivered to customers in this format.

State of São Paulo Market Share Variation GPA Total stores YoY

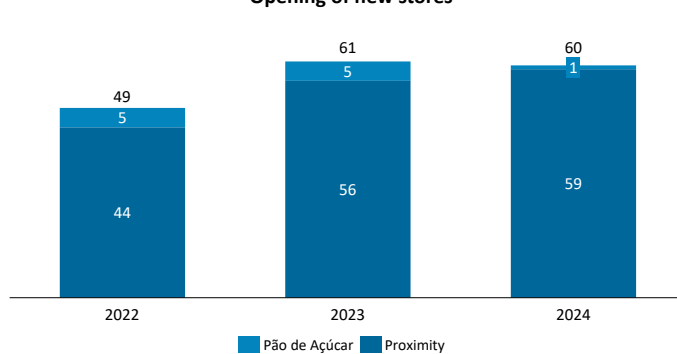


Source: Nielsen, self-service market

## Expansion: Success in maturing proximity stores. Opening of 60 stores in the last 12 months, including 29 stores in 4Q24

The focus of our stores expansion project is the proximity format, with the Minuto Pão de Açúcar banner. This banner has a scalable and mature format, with strong capillarity potential, foreseeing the densification and verticalization of the city of São Paulo and its metropolitan region. The stores, focused on the high income public, are in premium locations and present a quickly maturation, seven months in average, with high performance, and the newest stores, opened in 2022, 2023 e 2024, overcome, in terms of profitability, the stores opened previously, and with an average profitability higher than the Company’s consolidated profitability.

Opening of new stores



Note: Does not consider conversions

In 4Q24, we opened 29 Proximity stores: 14 Minuto Pão de Açúcar, 12 Mini Extra and 3 Pão de Açúcar Fresh. In 2024, we opened a total of 60 new stores, being: (i) 59 in proximity format, which includes 34 Minuto Pão de Açúcar, 21 Mini Extra and 4 Pão de Açúcar Fresh; and (ii) 1 Pão de Açúcar.

## Leader in food E-commerce

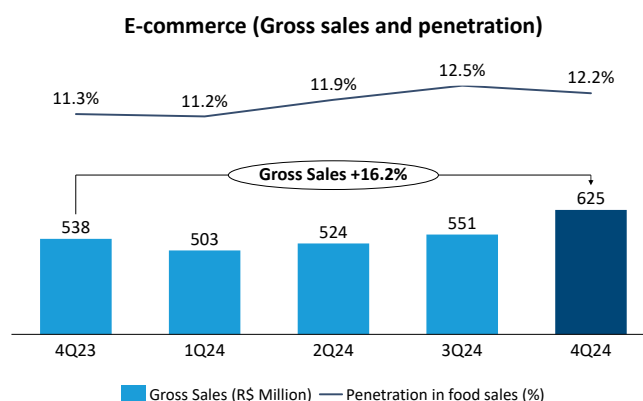
Strong growth trajectory in 2024, with expansion of the EBITDA margin and positive impact on the consolidated margin

In 4Q24, our e-commerce revenue grew by 16.2%, reinforcing our leadership in both our own channel (1P) and partner platforms (3P). In 2024, we recorded an 18.0% increase compared to 2023, totaling R\$ 2.2 billion in sales. Additionally, the penetration of e-commerce in total food sales reached 12.2% in 4Q24, an increase of 0.8 p.p. compared to the previous year.

The quarter was marked by Black Friday, which has been gaining increasing relevance in the food retail calendar. According to Nielsen, in 2024, it was the most impactful seasonal event of the year.

The performance of e-commerce during Black Friday deserves special mention: we achieved our all-time sales record in a single day, registering an 18% growth compared to 2023, with an improved margin. This result reflects the success of our planning and execution, ensuring an excellent experience for our customers. The on-time delivery rate reached 89%, while the percentage of complete orders hit 91%, both showing significant improvements compared to the previous year.

Following the efficiency gains process started in 4Q22 and more recently with the migration of e-commerce operations from the Distribution Center to 100% ship-from-store, the contribution margin of this channel has significantly improved, positively contributing to the plan to improve the consolidated margin.



## Clients & NPS: Excellence in Service with 80 points in NPS

Greater customer satisfaction translates into increased share of wallet of premium costumers

In 4Q24, we continued to show significant improvement in service quality, **achieving an NPS score of 80**, an increase of 4.2 points. As in previous quarters, this improvement was felt across all of our banners, with special mention to Extra Mercado, which reached 84 NPS points, a rise of 7.2 points.

This progress is the result of several initiatives, with a focus on continuous employee training and stores revitalization, as well as improvements in customer experience, particularly regarding price perception, product availability, and store layout. In this last aspect, throughout 2024, we revitalized 86 stores (26 Pão de Açúcar and 60 Extra Mercado).


Extra Mercado also won the Top of Mind award in the supermarket category, being the most remembered brand in *Baixada Santista* (Costal area of São Paulo) – a strategic region where we operate 45 of the 170 stores of the banner.

Furthermore, reaffirming our commitment to exceeding the expectations of customers and suppliers, we won three categories at the “*Popai Brasil*” Awards, which highlight the best merchandising, actions, and retail marketing initiatives in retail. We took first place in: (i) Best Point of Sale Material, with the collectibles campaign for our *Cliente Mais* program; (ii) Best Trade Marketing and Retail Media Actions, for the Pão de Açúcar retail media circuit project; and (iii) Best Retail Project, with the flagship store in partnership with Heineken.

Another encouraging result of our strategy is the increased customer loyalty with the **growth of the share of wallet of premium customers**, showing a 2.2 p.p. increase over the last 12 months, combined with the constant growth of the Premium & Valuable customer base supported by the loyalty program (*Programa Pão de Açúcar Mais*).

Regarding customer loyalty, **Private Labels** play a key role and still have significant development potential, given the strong trust our customers place in our brands and banners. The value proposition of Private Labels aims to offer high-quality products comparable to category leaders, at extremely competitive prices. The effectiveness of our private label loyalty is evident in their share of shopping baskets. Our products are present in 8 out of every 10 baskets, and customers who purchase Private Labels have an average purchase frequency 2.4 times higher compared to those who do not buy them. In 4Q24, we achieved a penetration of 20.6% in total sales across our banners, with special mention to Extra Mercado, which reached a penetration of 24.2%.

Another important front in customer loyalty is **Stix**, an **ecosystem of loyalty programs** from major brands, with GPA as the majority partner. This ecosystem brings together leading retail partners such as Pão de Açúcar, Extra Mercado, Raia, Drogasil, Sodimac, C&A, and Shell, and includes Livelo as a financial partner to attract new customers.



In the fourth quarter of 2024, Stix reached 11.3 million customers, of which 90% are active, representing a significant growth of 88% compared to the end of 2023. This growth was driven by the acquisition of Livelo and Shell customers, who recently joined the ecosystem.

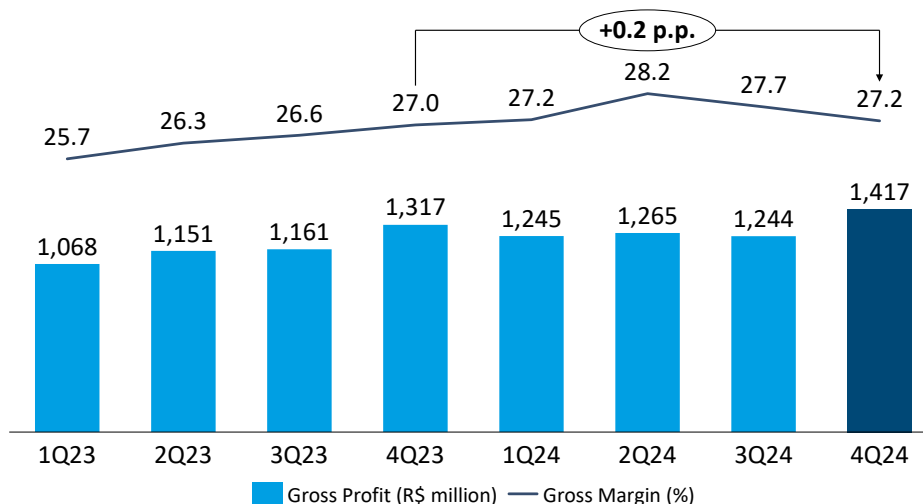
Stix's strategy focuses on increasing average spending and purchase frequency by integrating loyalty programs, offering a more convenient experience for accumulating and redeeming points. As a result of this approach, in 2024, the volume of accumulated points grew by 102% compared to 2023, also driven by the expansion of the partner network. Point redemptions saw an even more significant increase, rising by 107% compared to the previous year. This growth was primarily driven by the implementation of PagStix Livelo, a model that allows for direct payment at the checkout using Livelo points. Notably, 96% of redemptions were made using points generated by the coalition for direct payment at the checkout, consolidating its essential role in increasing customer frequency and average ticket size in our stores.

## Financial Performance

### Solid gross margin, with continuous annual growth

Expansion of 0.2 p.p. when compared to 4Q23

#### Profitability Evolution – Gross Profit GPA



**Gross Profit** totaled R\$ 1.4 billion in 4Q24, with a margin of 27.2%, representing an improvement of 0.2 p.p. vs. 4Q23. The continuous improvement in Gross Profit compared to the previous year is mainly due to: (i) greater efficiency in commercial negotiations; (ii) operational adjustments in our banners and formats, optimizing profitability; and (iii) growth in retail media revenue, which offer more attractive margins.

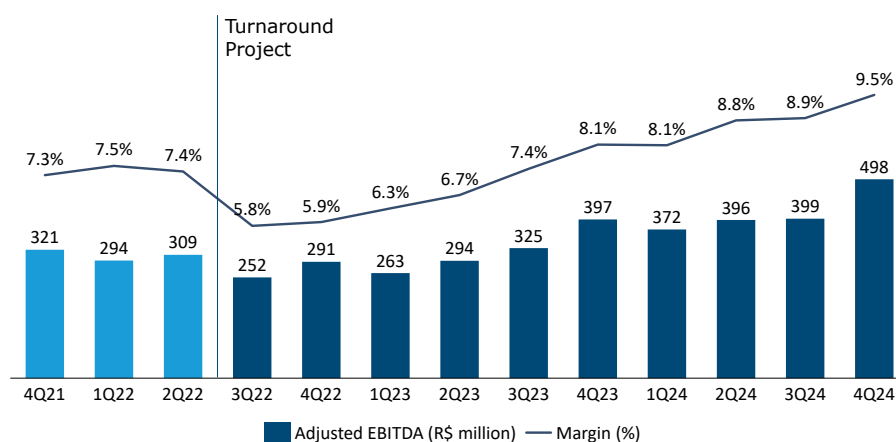
The **Retail Media** project has made significant progress, strengthening its value proposition for suppliers by offering an integrated solution that combines physical assets, digital assets, commercial intelligence, and personalized actions based on customer behavior. This model allows for a more strategic allocation of marketing investments, optimizing returns. In 2024, we more than doubled the revenue generated from retail media campaigns and products, registering a 157.4% increase compared to 2023.

**Equity Income**, formed by GPA's participation in FIC's results, totaled R\$ 15 million, stable when compared to 4Q23. The highlights of FIC in the quarter were the continued control of delinquency and a significant increase in the use of our proprietary cards in our sales channels, especially in e-commerce, where purchases with the Pão de Açúcar credit card represented 21% of total sales. This performance significantly contributes to strengthening customer loyalty with our brands.

## Adjusted EBITDA Margin Consolidated reached its highest level since 2021

Expansion of 1.4 p.p. when compared to 4Q23

### Profitability Evolution – Adjusted EBITDA



**Sales, General, and Administrative Expenses** totaled R\$ 961 million in the quarter, corresponding to 18.4% of net revenue, showing an efficiency gain of 1.3 p.p. compared to 4Q23. This improvement was driven by positive operational leverage, resulting from the acceleration of same-store growth, as well as the reduction of overall operational expenses, especially utilities, and the elimination of expenses related to the former controlling shareholder.

In 4Q24, we launched a restructuring project aimed at simplifying our administrative structure. With this initiative, we aim to increase efficiency through greater use of technology and process automation, targeting an estimated annual expense reduction of R\$ 100 million. This move continues the actions implemented in the second half of 2022, which resulted in an approximate savings of R\$ 130 million.

As a result of the effects mentioned above, GPA's **Adjusted EBITDA** was R\$ 498 million, representing a growth of 25.4% vs. 4Q23, and margin of 9.5%, showing an improvement of 1.4 p.p. vs. 4Q23. These results demonstrate the consistency of the Company's turnaround process, with the sequential expansion in the Adjusted EBITDA margin.

For the upcoming quarters, we will continue to make progress: (i) in negotiating with our suppliers on commercial aspects; (ii) continuity of projects that will promote the rebalancing of the categories in line with the new value proposition of the Pão de Açúcar and Extra Mercado banners; (iii) maturation of the retail media project; (iv) improving shrinkage management; (v) capturing expense reductions through the implementation of new phases of the zero base budget project; and (vi) capture of gains from the administrative restructuring.

### Other Operating Income and Expenses

In the quarter, Other Revenues and Expenses reached R\$ (628) million. As highlighted on page 3 of the document, we had the impact of structuring and exceptional matters on the continued result, which together totaled R\$ (563) million. Excluding these impacts, Other Revenues and Expenses would have been R\$ (65) million.

## Financial Result

FINANCIAL RESULT (R\$ million)	GPA					
	4Q24	4Q23	Δ %	12M24	12M23	Δ %
Financial Revenue	56	216	-74.0%	238	633	-62.4%
Financial Expenses	(246)	(266)	-7.7%	(991)	(1,187)	-16.5%
Cost of Debt	(136)	(182)	-25.0%	(583)	(851)	-31.5%
Cost of Receivables Discount	(22)	(18)	24.5%	(73)	(74)	-1.0%
Other financial expenses	(87)	(67)	31.1%	(335)	(262)	28.1%
<b>Net Financial Revenue (Expenses) – pre-IFRS 16</b>	<b>(190)</b>	<b>(51)</b>	<b>274.5%</b>	<b>(753)</b>	<b>(553)</b>	<b>36.1%</b>
% of Net Revenue – Pre-IFRS 16	-3.6%	-1.0%	-2.6 p.p.	-4.0%	-3.1%	-0.9 p.p.
Interest on lease liabilities	(123)	(117)	4.7%	(488)	(453)	7.7%
<b>Net Financial Revenue (Expenses) – post-IFRS 16</b>	<b>(313)</b>	<b>(168)</b>	<b>86.2%</b>	<b>(1,241)</b>	<b>(1,006)</b>	<b>23.3%</b>
% of Net Revenue - Post IFRS 16	-6.0%	-3.4%	-2.6 p.p.	-6.6%	-5.7%	-0.9 p.p.

In 4Q24, the **Net Financial Result – pre-IFRS 16** totaled R\$ (190) million, representing 3.6% of net revenue. The main impacts compared to 4Q23 are highlighted below:

- Financial Revenues decreased by 74.0%, mainly impacted by the recognition, in 4Q23, of the mark-to-market of the 13.3% stake in Éxito, which generated a positive effect of R\$ 139 million. Excluding this effect, the reduction would have been 27.4%, reflecting the lower cash position and the reduction in the interest rate remuneration.
- Financial Expenses showed a reduction of 7.7%, due to the decrease in gross debt and interest rates.

In 4Q24, the Net Financial Result – post-IFRS 16, including interest on lease liabilities, reached R\$ (313) million, equivalent to 6.0% of net revenue.

### Net Income of Continued and Discontinued Operations

As highlighted on page 3 of the document, in 4Q24, the Continued Net Loss was impacted by structuring and exceptional matters, totaling R\$ (563) million. Without these effects, the net loss from continued operations would have decreased from R\$ (737) million to R\$ (174) million. Similarly, the Discontinued Net Loss was affected by the same factors, totaling R\$ (324) million, which would reduce the loss from these operations from R\$ (367) million to R\$ (43) million.



## Cash Generation and Net Debt

NET DEBT VARIATION – MANAGERIAL VIEW (R\$ milhões)	GPA					
	4Q24	4Q23	Δ R\$	12M24	12M23	Δ R\$
<b>Adjusted EBITDA Consolidated pre-IFRS16<sup>(1)</sup></b>	<b>286</b>	<b>170</b>	<b>116</b>	<b>811</b>	<b>438</b>	<b>374</b>
Share Profit of Associates Brazil	(15)	(15)	(0)	(64)	(51)	(13)
Income tax paid	(1)	(0)	(1)	(2)	(0)	(1)
<b>Working Capital of Goods Variation</b>	<b>766</b>	<b>728</b>	<b>38</b>	<b>109</b>	<b>206</b>	<b>(97)</b>
Inventory Variation	(3)	40	(43)	(62)	93	(155)
Suppliers Variation	857	793	64	120	154	(33)
Receivable Variation	(88)	(105)	17	50	(41)	91
<b>Other Operational Asset and Liabilities Variation</b>	<b>45</b>	<b>293</b>	<b>(248)</b>	<b>76</b>	<b>439</b>	<b>(363)</b>
<b>Operational Cash Flow</b>	<b>1,081</b>	<b>1,176</b>	<b>(95)</b>	<b>930</b>	<b>1,032</b>	<b>(102)</b>
Capex adjusted by BTS <sup>(2)</sup>	(178)	(164)	(14)	(674)	(726)	52
<b>Operational Free Cash Flow</b>	<b>903</b>	<b>1,012</b>	<b>(109)</b>	<b>256</b>	<b>305</b>	<b>(50)</b>
Other Operation Income and Expenses	(131)	(231)	99	(702)	(805)	103
Dividends	0	0	0	124	250	(126)
<b>Adjusted Operational Free Cash Flow</b>	<b>772</b>	<b>781</b>	<b>(10)</b>	<b>(322)</b>	<b>(249)</b>	<b>(73)</b>
Sale of Assets <sup>(3)</sup>	20	113	(93)	1,828	792	1,036
<b>Cash Flow after Sale of Assets</b>	<b>791</b>	<b>894</b>	<b>(103)</b>	<b>1,506</b>	<b>542</b>	<b>963</b>
Net Financial Cost <sup>(4)</sup>	(156)	(173)	17	(595)	(735)	140
<b>Net Debt Variation</b>	<b>635</b>	<b>721</b>	<b>(86)</b>	<b>911</b>	<b>(192)</b>	<b>1,103</b>

(1) It considers EBITDA adjusted by Other Operating Income and Expenses, including the result of Equity Income from National Operations and rental costs and expenses, and excluding impacts from the international perimeter (Cnova) in 2023; (2) net from the financing of built to suit (BTS) format to the new stores of Pão de Açúcar; (3) it includes revenues from the sale of assets and strategic projects, such as the sale of hypermarket stores and the sale of stakes in Exitto, as well as the result from the public offering conducted in March 2024; (4) It includes interest of gross debt, cash profitability, cost with banks guarantees and cost with discount of receivables

For comparison purposes, we will analyze the changes over the 12-month period ended in 4Q24 (12M24). During this period, net debt, excluding non-discounted receivables, was reduced by R\$ 911 million. This decrease was driven by the sale of non-core assets and the primary public offering of shares, which together totaled R\$ 1.8 billion, in addition to operational strengthening. Consolidated Adjusted EBITDA pre-IFRS 16 reached R\$ 811 million, an increase of R\$ 374 million compared to 12M23, resulting in an Operating Free Cash Flow of R\$ 256 million.

It is worth noting that in the variation of other operational assets and liabilities, we observed, in the comparison between 2024 and 2023, a reduction due to the smaller net effect of monetizing tax credits, which, starting in 2024, returned to normalized levels.

Additionally, other cash flow improvements include a reduction of R\$ 52 million in CAPEX, an R\$ 140 million improvement in Net Financial Costs - mainly driven by the 40% reduction in net debt during the period - and an R\$ 103 million increase in Other Operating Income and Expenses. Regarding this last line, it is important to highlight that, in 12M24, there were non-recurring impacts, including: (i) provisions for tax agreements, such as joining the São Paulo Agreement, totaling approximately R\$ (185) million; (ii) payments for labor lawsuits related to Extra Hiper, which are already in the process of reduction, totaling about R\$ (227) million; and (iii) restructuring expenses, including store closures, estimated at approximately R\$ 70 million.

Below is the table detailing the working capital of goods in the comparison between 4Q24 and 4Q23.

WORKING CAPITAL OF GOODS (R\$ million)	GPA						
	4Q23	1Q24	2Q24	3Q24	4Q24	4Q24 vs 4Q23	4Q24 vs 3Q24
(+) Suppliers	3.012	2.225	2.333	2.276	3.133	120	857
(-) Inventory	(1.952)	(1.882)	(1.996)	(2.011)	(2.014)	(62)	(3)
(-) Receivables	(458)	(405)	(363)	(319)	(408)	50	(88)
<b>(=) Cash Flow After Receivables</b>	<b>603</b>	<b>(62)</b>	<b>(26)</b>	<b>(55)</b>	<b>711</b>	<b>109</b>	<b>766</b>
<b>In Days of COGS</b>							
(+) Suppliers	73	53	56	55	64	(9)	9
(-) Inventory	(47)	(45)	(48)	(48)	(41)	6	7
(-) Receivables	(11)	(10)	(9)	(8)	(8)	3	(1)
<b>(=) Cash Flow After Receivables</b>	<b>15</b>	<b>(1)</b>	<b>(1)</b>	<b>(1)</b>	<b>15</b>	<b>(0)</b>	<b>16</b>

## Net Debt Consolidated

A significant 40% reduction in net debt and pre-IFRS 16 financial leverage reaching 1.6x.

INDEBTEDNESS (R\$ million)	GPA		
	12.31.2024	12.31.2023	Δ R\$
<b>Short-Term Debt</b>	850	972	(122)
Loans and Financing	16	941	(925)
Debentures	834	31	803
<b>Long-Term Debt</b>	<b>3,172</b>	<b>4,302</b>	<b>(1,130)</b>
Loans and Financing	722	983	(261)
Debentures	2,474	3,319	(845)
Financial Instruments	(23)	0	(23)
<b>Total Gross Debt</b>	<b>4,022</b>	<b>5,274</b>	<b>(1,252)</b>
Cash and Financial investments	(2,631)	(2,971)	340
<b>Net Debt</b>	<b>1,391</b>	<b>2,303</b>	<b>(911)</b>
On balance Credit Card Receivables non-discounted	(88)	(118)	30
<b>Net Debt including Credit Card Receivables non-discounted</b>	<b>1,303</b>	<b>2,185</b>	<b>(883)</b>
Adjusted EBITDA Consolidated (LTM)	1,664	1,279	385
<b>Net Debt including Credit Card Receivables non-discounted / Adjusted EBITDA GPA Consolidated (LTM)</b>	<b>0,8x</b>	<b>1,7x</b>	<b>-0,9x</b>
Adjusted EBITDA Consolidated pre-IFRS16 (LTM)	811	438	374
<b>Net Debt including Credit Card Receivables non-discounted / Adjusted EBITDA Consolidated pre-IFRS16 (LTM)</b>	<b>1,6x</b>	<b>5,0x</b>	<b>-3,4x</b>

Net debt, including the balance of non-discounted receivables, ended the period at R\$ 1.3 billion, representing a decrease of R\$ 0.9 billion compared to 2023. Pre-IFRS 16 financial leverage, calculated by the ratio between net debt and the Adjusted EBITDA Consolidated pre-IFRS 16 (including lease expenses), showed a significant decrease of 3.4x compared to 4Q23, reaching 1.6x.

## Investments

ADJUSTED CAPEX <sup>(1)</sup> (R\$ million)	GPA					
	4Q24	4Q23	Δ R\$	12M24	12M23	Δ R\$
Expansion	33	25	8	134	127	8
Store Renovations, Conversions and Maintenance	44	59	(15)	223	261	(38)
IT, Digital and Logistics	101	80	20	317	339	(22)
<b>Total</b>	<b>178</b>	<b>164</b>	<b>14</b>	<b>674</b>	<b>726</b>	<b>(52)</b>

(1) Net from the financing of built to-suit format to the new stores of Pão de Açúcar

In 4Q24, **Adjusted Capex** for built-to-suit operations ("Adjusted Capex") reached R\$ 178 million, representing a reduction of R\$ 14 million compared to 4Q23, primarily in the IT, Digital and Logistics category.

In 12M24, the Adjusted Capex totaled R\$ 674 million, a decrease of R\$ 52 million compared to 12M23. This decline is largely due to the reduction in investments in Renovations, Conversions, and Maintenance, which in the previous period were more concentrated on renovations for converting Extra hypermarket stores into supermarkets.



## ESG AT GPA

### Agenda with and for society and the environment

**Responsible Value Chains:** In 4Q24, we launched the *Socioenvironmental Best Practices Guide* for suppliers and partners in a hybrid event that brought together over 700 participants. The event featured lectures and discussions on essential topics such as human rights, diversity, integrity, and climate change. In the animal welfare pillar, we committed to engaging 100% of our beef slaughterhouse suppliers in responsible production criteria by 2025.

**Promotion of diversity and inclusion:** We concluded 4Q24 by surpassing our annual target of 48.3% women in leadership positions, reaching 49.6%, with over 120 hires and 170 promotions. Reinforcing our commitment to racial equity, we achieved 58.7% Black representation in leadership and 50.9% in senior leadership (managers and above). As recognition for our initiatives, we secured first place in the overall ranking of the *Corporate Racial Equity Index*, standing out in the categories of Business Census, Training, and Recruitment.

**Combating Climate Change:** In 4Q24, we reduced greenhouse gas (GHG) emissions from scopes 1 and 2 by 6.7% compared to 2023, preventing the emission of over 16,000 tons of CO<sub>2</sub>. This progress reflects investments in the retrofit of machine rooms and effective action in identifying and correcting leaks, aligning with our commitment to reduce 50% of emissions from these scopes by 2025.

**Social Impact:** We ended the year with over 1,100 participations in the *Colabora* Volunteer Program, surpassing the goal of 700 and reinforcing employee engagement in our purpose of feeding dreams and lives. Through the *Partnership Against Waste* program, we donated 1.2 thousand tons of food, along with an additional 850 tons collected by our customers in monthly campaigns at Pão de Açúcar and Extra Mercado stores. These initiatives benefited over 330 social organizations partnered with the GPA Institute.

## Breakdown of Store Changes by Banners

In 4Q24, we opened 29 new stores, all in the proximity format. During the same period, we closed 6 stores (3 proximity stores and 3 Pão de Açúcar store).

The closures made in the quarter are in line with the process of adjusting the store network based on the evaluation of store performance, competitive market conditions, and movements within the rest of the network.

Stores by Banner	3Q24	4Q24					
	No. of Stores	Openings	Openings by conversion	Closing	Closing to conversion	No. of Stores	Sales area ('000 sq. m.)
<b>GPA</b>	<b>703</b>	<b>29</b>	<b>0</b>	<b>-6</b>	<b>0</b>	<b>726</b>	<b>557</b>
Pão de Açúcar	193	0	0	-3	0	190	262
Extra Mercado	170	0	0	0	0	170	201
Mini Extra	148	12	0	0	0	160	40
Minuto Pão de Açúcar	191	17	0	-3	0	205	52
Stores under Conversion / Analysis	1	0	0	0	0	1	2

## Consolidated Financial Statements

### Balance Sheet

BALANCE SHEET		
(R\$ million)	ASSETS	
	Consolidated	
	12.31.2024	12.31.2023
<b>Current Assets</b>	<b>6.116</b>	<b>7.523</b>
Cash and Marketable Securities	2.631	2.971
Financial Applications	15	777
Accounts Receivable	408	458
Credit Card	88	118
Sales Vouchers and Trade Account Receivable	286	311
Allowance for Doubtful Accounts	(1)	(3)
Resulting from Commercial Agreements	35	32
Inventories	2.014	1.952
Recoverable Taxes	648	1.078
Credits with Controlling Shareholders	0	11
Noncurrent Assets for Sale	122	0
Prepaid Expenses and Other Accounts Receivables	278	276
<b>Noncurrent Assets</b>	<b>13.587</b>	<b>14.528</b>
Long-Term Assets	4.892	5.113
Recoverable Taxes	2.368	2.535
Financial Instruments	23	0
Deferred Income Tax and Social Contribution	1.184	1.078
Amounts Receivable from Related Parties	5	52
Judicial Deposits	332	517
Prepaid Expenses and Others	979	931
Investments	804	864
Property and Equipment	6.147	6.577
Intangible Assets	1.744	1.974
<b>TOTAL ASSETS</b>	<b>19.703</b>	<b>22.051</b>

## Consolidated Financial Statements

### Balance Sheet

BALANCE SHEET		
(R\$ million)	LIABILITIES	
	Consolidated	
	12.31.2024	12.31.2023
<b>Current Liabilities</b>	<b>6,356</b>	<b>6,225</b>
Suppliers	2,975	2,730
Trade payable, agreement	372	524
Loans and Financing	16	941
Debentures	834	31
Lease Liability	451	474
Payroll and Related Charges	437	381
Taxes and Social Contribution Payable	457	411
Financing for Purchase of Fixed Assets	156	112
Debt with Related Parties	6	85
Advertisement	12	13
Provision for Restructuring	4	11
Unearned Revenue	174	168
Liabilities on Noncurrent Assets for Sale	117	0
Others	345	345
<b>Long-Term Liabilities</b>	<b>10,412</b>	<b>11,104</b>
Loans and Financing	722	983
Debentures	2,474	3,319
Lease Liability	3,877	3,826
Income tax payable	286	270
Tax Installments	625	69
Provision for Contingencies	2,042	2,152
Unearned Revenue	59	75
Others	327	410
<b>Shareholders' Equity</b>	<b>2,935</b>	<b>4,722</b>
Attributed to controlling shareholders	2,926	4,717
Capital	2,511	1,807
Capital Reserves	(63)	26
Profit Reserves	479	2,886
Other Comprehensive Results	(1)	(2)
Minority Interest	9	5
<b>TOTAL LIABILITIES AND SHAREHOLDER'S EQUITY</b>	<b>19,703</b>	<b>22,050</b>

## Consolidated Financial Statements

### Income Statement – 4th Quarter of 2024

(R\$ Million)	Consolidated		
	4Q24	4Q23	Δ
Gross Revenue	5,585	5,254	6.3%
Net Revenue	5,220	4,884	6.9%
Cost of Goods Sold	(3,777)	(3,538)	6.7%
Depreciation (Logistics)	(26)	(28)	-6.8%
<b>Gross Profit</b>	<b>1,417</b>	<b>1,317</b>	<b>7.6%</b>
Selling Expenses	(797)	(810)	-1.6%
General and Administrative Expenses	(164)	(153)	7.0%
<b>Selling, General and Adm. Expenses</b>	<b>(961)</b>	<b>(964)</b>	<b>-0.2%</b>
Equity Income	15	15	1.1%
Other Operating Revenue (Expenses)	(628)	(89)	602.4%
Depreciation and Amortization	(265)	(254)	4.3%
<b>Earnings before interest and Taxes - EBIT</b>	<b>(422)</b>	<b>25</b>	<b>-</b>
Financial Revenue	56	216	-74.2%
Financial Expenses	(369)	(383)	-3.8%
<b>Net Financial Result</b>	<b>(313)</b>	<b>(168)</b>	<b>86.8%</b>
<b>Income (Loss) Before Income Tax</b>	<b>(735)</b>	<b>(143)</b>	<b>414.9%</b>
Income Tax	(1)	54	-
Net Income (Loss) Company - continuing operations	(736)	(89)	729.6%
Net Income (Loss) Company - discontinued operations	(367)	(212)	73.2%
<b>Net Income (Loss) - Consolidated Company</b>	<b>(1,103)</b>	<b>(301)</b>	<b>267.0%</b>
<b>Net Income (Loss) - Controlling Shareholders - continuing operations</b>	<b>(737)</b>	<b>(91)</b>	<b>710.2%</b>
Net Income (Loss) - Controlling Shareholders - discontinued operations	(367)	(212)	73.2%
<b>Net Income (Loss) - Consolidated Controlling Shareholders</b>	<b>(1,104)</b>	<b>(303)</b>	<b>264.6%</b>
Minority Interest - Non-controlling - continuing operations	1	2	-54.2%
Minority Interest - Non-controlling - discontinued operations	0	0	-
<b>Minority Interest - Non-controlling - Consolidated</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>-54.2%</b>
<b>Earnings before Interest, Taxes, Depreciation, Amortization - EBITDA</b>	<b>(130)</b>	<b>308</b>	<b>-</b>
<b>Adjusted EBITDA<sup>(1)</sup></b>	<b>498</b>	<b>397</b>	<b>25.4%</b>

% of Net Revenue	Consolidated		
	4Q24	4Q23	Δ
<b>Gross Profit</b>	<b>27.2%</b>	<b>27.0%</b>	<b>0.2 p.p.</b>
Selling Expenses	-15.3%	-16.6%	1.3 p.p.
General and Administrative Expenses	-3.1%	-3.1%	0.0 p.p.
<b>Selling, General and Adm. Expenses</b>	<b>-18.4%</b>	<b>-19.7%</b>	<b>1.3 p.p.</b>
Equity Income	0.3%	0.3%	0.0 p.p.
Other Operating Revenue (Expenses)	-12.0%	-1.8%	-10.2 p.p.
Depreciation and Amortization	-5.1%	-5.2%	0.1 p.p.
<b>Earnings before interest and Taxes - EBIT</b>	<b>-8.1%</b>	<b>0.5%</b>	<b>-8.6 p.p.</b>
<b>Net Financial Result</b>	<b>-6.0%</b>	<b>-3.4%</b>	<b>-2.6 p.p.</b>
<b>Income (Loss) Before Income Tax</b>	<b>-14.1%</b>	<b>-2.9%</b>	<b>-11.2 p.p.</b>
Income Tax	0.0%	1.1%	-1.1 p.p.
Net Income (Loss) Company - continuing operations	-14.1%	-1.8%	-12.3 p.p.
<b>Net Income (Loss) - Consolidated Company</b>	<b>-21.1%</b>	<b>-6.2%</b>	<b>-15.0 p.p.</b>
Net Income (Loss) - Controlling Shareholders - continuing operations	-14.1%	-1.9%	-12.3 p.p.
<b>Net Income (Loss) - Consolidated Controlling Shareholders</b>	<b>-21.2%</b>	<b>-6.2%</b>	<b>-14.9 p.p.</b>
Minority Interest - Non-controlling - continuing operations	0.0%	0.0%	0.0 p.p.
<b>Minority Interest - Non-controlling - Consolidated</b>	<b>0.0%</b>	<b>0.0%</b>	<b>0.0 p.p.</b>
<b>Earnings before Interest, Taxes, Depreciation, Amortization - EBITDA</b>	<b>-2.5%</b>	<b>6.3%</b>	<b>-8.8 p.p.</b>
<b>Adjusted EBITDA<sup>(1)</sup></b>	<b>9.5%</b>	<b>8.1%</b>	<b>1.4 p.p.</b>

(1) Adjusted EBITDA excludes Other Operating Income and Expenses and includes equity income from international operations (Cnova) in 2023.

## Consolidated Financial Statements

### Income Statement – 2024

(R\$ Million)	Consolidated		
	2024	2023	Δ
Gross Revenue	20,048	19,159	4.6%
Net Revenue	18,790	17,793	5.6%
Cost of Goods Sold	(13,502)	(12,980)	4.0%
Depreciation (Logistics)	(116)	(116)	0.1%
<b>Gross Profit</b>	<b>5,172</b>	<b>4,697</b>	<b>10.1%</b>
Selling Expenses	(3,040)	(3,011)	1.0%
General and Administrative Expenses	(648)	(574)	12.9%
<b>Selling, General and Adm. Expenses</b>	<b>(3,688)</b>	<b>(3,585)</b>	<b>2.9%</b>
Equity Income	64	768	-91.6%
Other Operating Revenue (Expenses)	(939)	(213)	339.6%
Depreciation and Amortization	(1,045)	(1,007)	3.8%
<b>Earnings before interest and Taxes - EBIT</b>	<b>(435)</b>	<b>660</b>	<b>-</b>
Financial Revenue	238	633	-62.5%
Financial Expenses	(1,479)	(1,639)	-9.8%
<b>Net Financial Result</b>	<b>(1,241)</b>	<b>(1,006)</b>	<b>23.4%</b>
<b>Income (Loss) Before Income Tax</b>	<b>(1,677)</b>	<b>(346)</b>	<b>384.9%</b>
Income Tax	12	419	-97.0%
Net Income (Loss) Company - continuing operations	(1,665)	73	-
Net Income (Loss) Company - discontinued operations	(738)	(2,206)	-66.5%
<b>Net Income (Loss) - Consolidated Company</b>	<b>(2,403)</b>	<b>(2,133)</b>	<b>12.7%</b>
<b>Net Income (Loss) - Controlling Shareholders - continuing operations</b>	<b>(1,669)</b>	<b>71</b>	<b>-</b>
Net Income (Loss) - Controlling Shareholders - discontinued operations	(738)	(2,342)	-68.5%
<b>Net Income (Loss) - Consolidated Controlling Shareholders</b>	<b>(2,407)</b>	<b>(2,271)</b>	<b>6.0%</b>
Minority Interest - Non-controlling - continuing operations	4	2	78.9%
Minority Interest - Non-controlling - discontinued operations	0	136	-100.0%
<b>Minority Interest - Non-controlling - Consolidated</b>	<b>4</b>	<b>138</b>	<b>-96.8%</b>
<b>Earnings before Interest, Taxes, Depreciation, Amortization - EBITDA</b>	<b>725</b>	<b>1,782</b>	<b>-59.3%</b>
<b>Adjusted EBITDA<sup>(1)</sup></b>	<b>1,664</b>	<b>1,996</b>	<b>-16.6%</b>

% of Net Revenue	Consolidated		
	2024	2023	Δ
<b>Gross Profit</b>	<b>27.5%</b>	<b>26.4%</b>	<b>1.1 p.p.</b>
Selling Expenses	-16.2%	-16.9%	0.7 p.p.
General and Administrative Expenses	-3.4%	-3.2%	-0.2 p.p.
<b>Selling, General and Adm. Expenses</b>	<b>-19.6%</b>	<b>-20.1%</b>	<b>0.5 p.p.</b>
Equity Income	0.3%	4.3%	-4.0 p.p.
Other Operating Revenue (Expenses)	-5.0%	-1.2%	-3.8 p.p.
Depreciation and Amortization	-5.6%	-5.7%	0.1 p.p.
<b>Earnings before interest and Taxes - EBIT</b>	<b>-2.3%</b>	<b>3.7%</b>	<b>-6.0 p.p.</b>
<b>Net Financial Result</b>	<b>-6.6%</b>	<b>-5.7%</b>	<b>-1.0 p.p.</b>
<b>Income (Loss) Before Income Tax</b>	<b>-8.9%</b>	<b>-1.9%</b>	<b>-7.0 p.p.</b>
Income Tax	0.1%	2.4%	-2.3 p.p.
Net Income (Loss) Company - continuing operations	-8.9%	0.4%	-9.3 p.p.
<b>Net Income (Loss) - Consolidated Company</b>	<b>-12.8%</b>	<b>-12.0%</b>	<b>-0.8 p.p.</b>
Net Income (Loss) - Controlling Shareholders - continuing operations	-8.9%	0.4%	-9.3 p.p.
<b>Net Income (Loss) - Consolidated Controlling Shareholders</b>	<b>-12.8%</b>	<b>-12.8%</b>	<b>0.0 p.p.</b>
Minority Interest - Non-controlling - continuing operations	0.0%	0.0%	0.0 p.p.
<b>Minority Interest - Non-controlling - Consolidated</b>	<b>0.0%</b>	<b>0.8%</b>	<b>-0.8 p.p.</b>
<b>Earnings before Interest, Taxes, Depreciation, Amortization - EBITDA</b>	<b>3.9%</b>	<b>10.0%</b>	<b>-6.2 p.p.</b>
<b>Adjusted EBITDA<sup>(1)</sup></b>	<b>8.9%</b>	<b>11.2%</b>	<b>-2.4 p.p.</b>

(1) Adjusted EBITDA excludes Other Operating Income and Expenses and includes equity income from international operations (Cnova) in 2023.