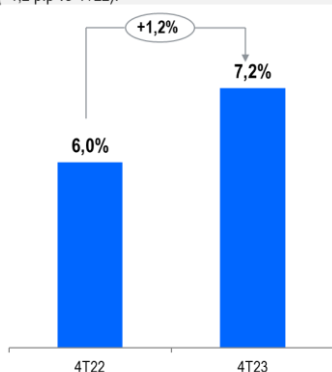


MENSAGEM DA DIRETORIA

Para o Magalu, o quarto trimestre de 2023 marca um momento de virada. Durante os dois últimos anos, toda a companhia se engajou para garantir o aumento das margens e a volta do lucro aos nossos resultados. Nesse período, nosso discurso sempre foi o foco na linha final – porque o lucro é, no final do dia, o oxigênio que garante a perenidade e o sucesso no longo prazo de qualquer negócio. Adaptamos nossa operação a um cenário prolongado de juros altos, com efeitos deletérios sobre o setor de varejo – sobretudo o de bens discricionários. Prometemos voltar ao nosso normal: ser uma empresa que cresce, sim, mas com margem e geração de caixa. Promessa cumprida. No quarto trimestre do ano passado, registramos a maior margem Ebitda – 7,2% – desde 2019, com resultado líquido positivo.

Margem EBITDA Ajustada

Margem EBITDA Ajustada de 7,2% no 4T23 (+1,2 p.p vs 4T22).

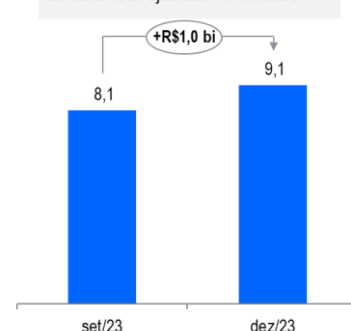


Esse número veio acompanhado de outros, que demonstram a solidez do nosso resultado. A margem Ebitda foi 1,2 ponto porcentual superior na comparação anual. Ao mesmo tempo em que evoluímos nosso resultado operacional em todos os nossos canais de venda, reduzimos em mais de 20% as despesas financeiras. No quarto trimestre, elas representaram 4% da receita líquida total. Graças a essa conjunção de fatores, o Magalu apresentou, no último trimestre do ano, um lucro líquido recorrente de 102 milhões de reais.

No período, a operação gerou 1,5 bilhão de reais de caixa. Fechamos o ano com uma posição de caixa total de 9,1 bilhões de reais e reforçamos ainda mais nossa estrutura de capital. Ao final de 2023, o caixa líquido do Magalu, ou seja, deduzindo o endividamento, atingiu 1,7 bilhão de reais.

Posição de Caixa Total Ajustado [em R\$ Bilhões]

Forte Geração de Caixa: Aumento de R\$1,0 bilhão na posição de caixa total ajustado no trimestre



63 bilhões de reais em vendas em 2023. 18 bilhões no 4T23

O Magalu é hoje a segunda maior empresa de e-commerce do Brasil. É também líder absoluta no varejo de eletroeletrônicos, segmento no qual continua a ganhar participação de mercado. Em 2023, o ganho foi de 1,7 ponto porcentual. Trata-se de uma companhia de 63 bilhões de reais em vendas totais em 2023, crescimento de 5% na comparação anual. O crescimento – mesmo em um período de, como mencionamos anteriormente, foco prioritário na rentabilidade – se deu em todos os canais.

Nas lojas físicas, já na sua concepção que une geração de receita, agência de serviços e hub logístico, as vendas foram de 17 bilhões de reais no ano, avanço de 4% em relação a 2022. No quarto trimestre, as 1.286 lojas físicas do Magalu venderam 5 bilhões de reais, um aumento de 4% na comparação com o mesmo período do ano passado, quando ocorreu a Copa do Mundo de Futebol, um evento que tradicionalmente tem impacto muito positivo para o mercado de eletroeletrônicos.

As vendas online, por sua vez, atingiram 46 bilhões de reais no ano. Isso representou um crescimento de 5% sobre 2022. O e-commerce de estoque próprio (1P) contribuiu com 28 bilhões de reais para esse total e apresentou um significativo aumento de margem ao longo do ano, resultado do repasse do Difal (concluído no terceiro trimestre) e do direcionamento das campanhas comerciais que, por exemplo, levaram à realização da Black Friday mais rentável da história da empresa. Vale ressaltar que, em 2023, tivemos um aumento de mais de 1,2 bilhão de reais em impostos pagos referente ao Difal.

O marketplace continua a ser o grande motor de crescimento do Magalu. As vendas de produtos de sellers (3P) superaram 18 bilhões de reais em 2023. Trata-se de um crescimento anual de 17%. Em apenas seis anos, o marketplace se tornou o segundo maior canal de vendas da companhia, à frente das lojas físicas. Hoje, cerca de 30% de tudo o que é vendido pelo Magalu tem origem nos sellers. Melhor: o marketplace é o canal que apresenta as maiores oportunidades de expansão do GMV, das receitas com serviços oferecidos por nossa plataforma e de margem.

Em 2023, 80 000 varejistas de todo o Brasil se juntaram ao marketplace Magalu. Hoje, essa comunidade é formada por 340 000 empreendedores. Juntos, eles contribuem para que possamos chegar ao cliente com 128 milhões de ofertas, contra 91 milhões de um ano atrás. No último ano, podemos destacar o crescimento de categorias como pneus, peças e acessórios para veículos; headsets e fones de ouvido; bicicletas; malas; ferramentas; casa e jardim; e suplementos alimentares. São produtos com procedência checada, qualidade garantida e marca das mais diversas categorias.

Expansão de novos serviços e novas categorias: diversificação das nossas fontes de receita

A expansão do marketplace e dos serviços de valor agregado que já oferecemos – e ainda vamos oferecer – são fundamentais para a nossa estratégia de longo prazo. Para 2024, o Magalu irá acelerar os investimentos em tecnologia que suportará a evolução da nossa plataforma. Tais investimentos serão concentrados na logística, especialmente na expansão do fulfillment, no MagaluAds, na Fintech e na experiência do usuário na plataforma, além do desenvolvimento da Magalu Cloud.

O fulfillment já representa 15% dos pedidos da plataforma, com mais de 2 800 sellers engajados. O crescimento é notável: no início de 2023, a penetração do serviço era de apenas 2%. Impulsionar o fulfillment significa expandir todas as vantagens do modelo de multicanalidade – uma marca do Magalu – para o marketplace. É explorar, ao máximo, nossa infraestrutura de distribuição e logística e a multifuncionalidade de nossas lojas físicas. É, também, levar nosso padrão de serviço do 1P para o 3P. Com isso, perseguimos custos menores, experiências melhores e a consequente elevação da conversão de vendas.

Enxergamos o MagaluAds, nossa vertical de publicidade digital, como uma grande oportunidade de monetização da audiência do ecossistema do Magalu – são cerca de 500 milhões de visitas mensais aos sites e apps de todas as nossas marcas. Por meio dos nossos canais de venda, colocamos fornecedores e sellers em contato com o cliente. Agora, vamos ajudá-los a dar ainda mais visibilidade para o seu sortimento, de forma direcionada, por meio dos investimentos em display, projetos especiais e busca patrocinada. Em 2023, o crescimento do número de anunciantes na nossa plataforma foi de 120%. No quarto trimestre, o número de campanhas ativas aumentou 140% e a receita de produtos patrocinados avançou 70%.

A Fintech Magalu vem rapidamente se transformando numa potência. O TPV processado do Magalu Pagamentos foi de 28,4 bilhões de reais em 2023, sendo 8,1 bilhões nos últimos três meses do ano – um recorde trimestral. No quarto trimestre, foram processados 18,3 bilhões de transações de pix, boleto, cartão e saldo da MagaluPay no Ecossistema Magalu. O TPV da conta digital utilizada pelos sellers, a MagaluPay Empresas, chegou a 827 milhões de reais no mesmo período.

Na estrutura de financiamento ao consumo, a Luizacred viveu sua própria virada. Nos últimos três meses do ano, apresentou lucro líquido de 18,2 milhões de reais. Essa evolução foi impulsionada pela significativa melhora na performance de crédito. No trimestre, os indicadores de inadimplência de curto e de longo prazos caíram para 3,1% e 9,7% respectivamente.

Há uma evidente oportunidade na digitalização dos serviços financeiros. Estamos trabalhando para aumentar a venda online de serviços que já são fortes no mundo físico, como crédito, seguros e planos de consórcio. É mais uma frente para a expansão de receitas e de rentabilidade.

Magalu Cloud - a primeira nuvem em hiperescala brasileira

Em dezembro de 2023, lançamos a Magalu Cloud, nosso serviço de nuvem pública. A Magalu Cloud foi desenvolvida para atender as necessidades das empresas brasileiras – sobretudo as pequenas e médias, que frequentemente enfrentam barreiras de custo para se digitalizar. A ideia é oferecer custos acessíveis e confiabilidade, com cobrança em reais e suporte em português. A Magalu Cloud já está disponível para dezenas de parceiros, oferecendo uma ampla gama de serviços em nuvem, que incluem computação, armazenamento, rede, banco de dados e inteligência artificial.

O serviço opera em duas regiões, no Sudeste e no Nordeste. Hoje, 30% da operação digital do Magalu está na cloud própria – e essa participação continuará a crescer nos próximos anos.

Nosso legado

Em 28 de janeiro, nosso Conselho de Administração aprovou um Aumento de Capital Privado de 1,25 bilhão de reais, 100% garantido pela família controladora do Magalu e pelo Banco BTG. Os recursos captados serão fundamentais para acelerar os investimentos em tecnologia, com a expansão do Luizalabs. Hoje, temos 2 000 desenvolvedores trabalhando para garantir que sejamos uma das melhores plataformas digitais de varejo do Brasil. Em breve, eles serão 3 000. Além de suportar esses investimentos, parte do valor captado contribuirá para a otimização da estrutura de capital da companhia, acelerando a redução das despesas financeiras. A operação é uma demonstração da confiança dos controladores no time, no modelo de negócio e na estratégia de futuro do Magalu. Essa confiança foi compartilhada por grande parte dos acionistas minoritários. A adesão da base já alcançou 86% na primeira etapa do direito de preferência, enquanto a demanda pelas sobras foi múltiplas vezes maior.

Estamos otimistas. Temos uma empresa ajustada e um cenário macroeconômico promissor, com aumento da renda e queda de juros, o que deve favorecer sobretudo o mercado de bens duráveis. A tendência de resultados positivos que encerramos 2023 continuou no início de 2024. Nosso foco continua sendo no crescimento de lucro operacional, crescimento de lucro líquido e aumento da geração de caixa. Continuaremos a construir uma organização que dá, de forma consistente, resultados, que encanta o cliente e contribui para a inclusão.

Jamais abriremos mão disso. Esse é o principal legado deixado por Luiza Trajano Donato ou, simplesmente, Tia Luiza, a fundadora do Magalu, que nos deixou recentemente. Empreendedora numa época em que isso chegava a ser uma ousadia para mulheres, Tia Luiza sempre fez questão de acolher e atender aqueles que entravam em sua loja, em Franca. “Trate a todos da mesma maneira, independentemente se estiver usando vestido de chita ou de seda” e “É muito mais importante atender uma reclamação do que fazer uma venda” eram algumas de suas frases frequentes, cheias de bom-senso e de uma sabedoria simples.

Essa é a nossa essência. E, como homenagem à Tia Luiza, o ano de 2024 será especialmente dedicado ao encantamento de nossos mais de 36 milhões de clientes. Vamos dar um salto na experiência digital, elevando a satisfação das compras do 3P aos mesmos patamares da oferecida pelo 1P. Com a ajuda da tecnologia, vamos tratar cada cliente como se fosse o único. Esse é o nosso legado.

Mais uma vez, agradecemos a nossos clientes, sellers, colaboradores, acionistas, e fornecedores pela parceria e companhia nesta jornada.

2023: R\$63 bilhões em vendas com forte expansão das margens operacionais. Posição de Caixa Total de R\$9,1 bilhões.

MGLU
B3 LISTED NM

As vendas totais do Magalu atingiram **R\$63 bilhões em 2023**, crescendo 5% em relação a 2022. **Nos últimos quatro anos, o crescimento médio anual foi de 23%.**

O **e-commerce atingiu R\$46 bilhões em vendas** no ano, aumentando 5% em 2023, enquanto o mercado online brasileiro teve uma queda de 12% no mesmo período (*Neotrust*). **O crescimento médio anual do e-commerce do Magalu foi de 39% nos últimos três anos.**

Nos últimos quatro anos, o **marketplace do Magalu apresentou um crescimento médio anual de 56%. No ano de 2023, as vendas do marketplace chegaram a R\$18 bilhões**, crescendo 17% quando comparadas a 2022 e consolidando-se como o segundo maior canal de vendas do Magalu, **atingindo praticamente 30% das vendas totais.**

Além disso, o **marketplace do Magalu** oferece amplas oportunidades de expansão de vendas, introdução de novos serviços e melhoria margens. **As receitas geradas pelos serviços do marketplace registraram um aumento de 35% no ano.**

O **marketplace do Magalu atingiu um total de 340 mil sellers**, um aumento de 80 mil parceiros ao longo de 2023. Atualmente, **contamos com um catálogo com mais de 128 milhões de ofertas disponíveis** para venda, em comparação com os 91 milhões de ofertas disponíveis há um ano atrás.

Estamos ampliando continuamente nossa logística e a integração multicanal para os sellers do nosso marketplace. Atualmente, o **Fulfillment responde por 15% dos pedidos do marketplace**, comparado a apenas 2% no início de 2023. **Mais de 2.800 sellers** que estão usufruindo dos benefícios da escala e eficiência do modelo multicanal.

Nas lojas físicas, as vendas foram de R\$17 bilhões no ano, crescendo 4% comparado a 2022. Além disso, houve um **ganho de marketshare de 0,9 p.p.** durante o ano.

Importante evolução das margens operacionais no ano. A margem bruta ajustada atingiu 29,2% em 2023, um aumento de 1,2 p.p. em função do repasse do DIFAL, da estratégia voltada para a rentabilidade e do crescimento da receita de serviços. No mesmo período, **a margem EBITDA ajustada foi de 5,8%**, com EBITDA totalizando R\$2,1 bilhões.

Em 2023, a **geração de caixa operacional foi de R\$223 milhões**, reflexo da evolução do EBITDA e da melhoria no capital de giro. O Magalu encerrou o ano com uma **posição de caixa total de R\$9,1 bilhões e de caixa líquido ajustado de R\$1,7 bilhão.**

No **MagaluAds**, a **receita vinda da plataforma de produtos patrocinados mais do que dobrou em 2023** em relação ao ano passado. Vamos ampliar a visibilidade dos sortimentos dos fornecedores e sellers através de investimentos em display, projetos especiais e produtos patrocinados, fortalecendo o contato direto com os clientes por meio dos nossos canais de vendas.

A Fintech do Magalu cresceu 10% no ano, atingindo cerca de **R\$99 bilhões em TPV**. Um dos destaques foi o crescimento de 15% no volume de pagamentos para sellers e nas contas digitais MagaluPay. Em cartão de crédito, o crescimento do TPV foi de 7%, que atingiu R\$58 bilhões em faturamento em 2023 -- são 7 milhões cartões de crédito emitidos e R\$20 bilhões em carteira de crédito. Destaque para a redução nas **taxas de inadimplência: redução de 0,2 p.p. na de curto prazo e 0,4 p.p. na de longo prazo comparadas com as de 2022.**

2023 em números

Principais números consolidados do Ecosystema Magalu

R\$63 bilhões
vendas totais

+5% comparado a 2022
+23% crescimento médio em quatro anos

+36 milhões
clientes ativos

+50 milhões MAU
(Usuários Ativos Mensais nos aplicativos)

R\$46 bilhões vendas
no e-commerce

+5% comparado a 2022
+39% crescimento médio em quatro anos

478 milhões
Audiência Online Total
(Acessos site e app em dez/23)

1.286 Lojas Físicas
em 20 estados brasileiros

6,7 milhões
de cartões de crédito

Cartão Luiza e Cartão Magalu

R\$99 bilhões
em TPV
+10% comparado a 2022

168 Centros de Distribuição
e Cross-dockings

Marketplace Magalu: o canal de maior crescimento

Aumento de 35% das receitas provenientes do Marketplace

R\$18 bilhões
vendas 3P

+17% comparado a 2022
+56% crescimento médio em quatro anos

340 mil sellers

+80 mil desde dez/22
+198 mil desde dez/21

80% pedidos 3P
Magalu Entregas

51% entregues em até 48 horas


40% das vendas online
do Magalu


Mais Sellers, mais itens a venda,
Entrega mais Rápida





Em Dez/23, o Magalu anunciou o lançamento da Magalu Cloud, um serviço de nuvem pública voltado para empresas brasileiras que buscam digitalização a um custo acessível – especialmente as pequenas e médias empresas. A Magalu Cloud oferece acessibilidade, confiabilidade, cobrança em reais e suporte em português.


Destaques Financeiros de 2023


 **Crescimento de vendas nas lojas e no e-commerce.** Em 2023, as vendas totais, incluindo lojas físicas, e-commerce com estoque próprio (1P) e marketplace (3P) cresceram 4,8% para R\$63,1 bilhões, reflexo do aumento de 5,1% no e-commerce total (crescimento médio anual de 38,6% em quatro anos) e um crescimento de 4,0% nas lojas físicas (crescimento médio anual de 4,0% em quatro anos).


 **E-commerce cresce acima do mercado.** Em 2023, o e-commerce brasileiro teve uma queda de 11,6% segundo a Neotrust, com o Magalu novamente crescendo mais que o mercado. No ano, as vendas do e-commerce do Magalu avançaram 5,1% e atingiram R\$45,6 bilhões. No e-commerce com estoque próprio (1P), as vendas diminuíram 1,3% (crescimento médio anual de 31,1% em quatro anos). No marketplace, as vendas atingiram R\$18,0 bilhões no trimestre, com crescimento de 16,8% (crescimento médio anual de 56,2% em quatro anos). O ganho de marketshare foi impulsionado pela performance do app, com 50,0 milhões de usuários ativos mensais, além da entrega mais rápida para 1P e 3P, a evolução da base de sellers e das novas categorias.

 **Expansão da margem bruta em função do crescimento da receita de serviços e do repasse do DIFAL.** Em 2023, a margem bruta foi de 29,2%, um aumento de 1,2 p.p. em comparação com a margem bruta de 28,0% em 2022. Esse aumento é reflexo, principalmente, do crescimento de 26,0% da receita de serviços, impulsionada pelas comissões do marketplace. Além disso, o repasse do DIFAL concluído e uma estratégia focada em rentabilidade contribuíram para o aumento da margem bruta de mercadorias.

 **Despesas operacionais.** O percentual das despesas operacionais ajustadas em relação à receita líquida foi de 23,4% em 2023 da receita líquida. As despesas operacionais ajustadas aumentaram 1,2 p.p. em relação a 2022. Com o aumento do marketplace, é importante analisar também as despesas em relação às vendas totais. Nesse conceito, as despesas foram diluídas em 0,1 p.p..

 **EBITDA e lucro líquido.** O crescimento das vendas em conjunto com o aumento da margem bruta, contribuiu para a margem EBITDA ajustada, que foi de 5,8% em 2023, crescendo 0,1p.p. comparado a 2022. Em 2023, o resultado líquido ajustado foi negativo em R\$550,1 milhões, influenciado principalmente pela alta taxa de juros no período.

 **Geração de caixa operacional.** No ano, a geração de caixa operacional foi de R\$223,1 milhões, influenciada pela variação do capital de giro, com destaque para a redução nos níveis de estoque. O Magalu encerrou 2023 com uma posição de caixa líquido ajustado de R\$1,7 bilhão e uma posição de caixa total no valor de R\$9,1 bilhões, considerando caixa e aplicações financeiras de R\$3,4 bilhões e recebíveis de cartão de crédito disponíveis de R\$5,7 bilhões.

 **Fintech.** O volume total de transações processadas (TPV) atingiu R\$99,2 bilhões em 2023, crescendo 9,5%. Em dez/23, a base de cartões de crédito era de 6,7 milhões de cartões. O faturamento de cartão de crédito cresceu 6,5% em 2023, atingindo R\$57,5 bilhões no período. A carteira de cartão de crédito alcançou R\$20,2 bilhões ao final do ano. Em dez/23, o MagaluPay alcançou a marca de 11,9 milhões de contas digitais.

O Magalu é a maior plataforma de varejo multicanal do Brasil e oferece um amplo sortimento de produtos e serviços para brasileiros de todas as classes, com a entrega mais rápida e a melhor experiência de compra – seja nas lojas, no site ou no seu SuperApp, que possui mais de 50 milhões de usuários ativos mensais. A Companhia possui uma forte presença geográfica, com 21 centros de distribuição e 147 *cross-dockings* estrategicamente localizados, e 1.286 lojas distribuídas em 20 estados do país. Em 31 de dezembro de 2023, a Companhia contava com mais de 35,8 milhões de clientes ativos.

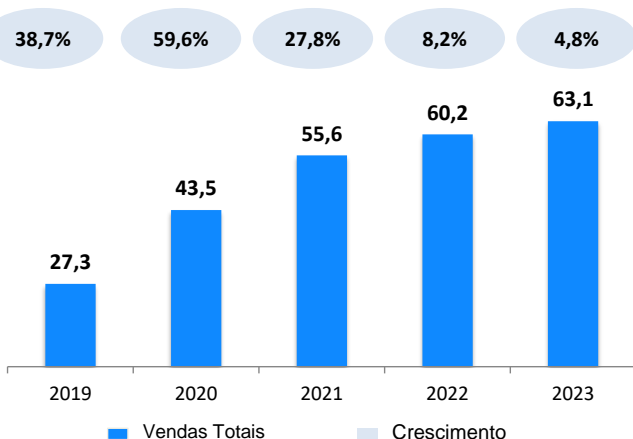
DESEMPENHO FINANCEIRO CONSOLIDADO

A tabela abaixo apresenta os valores relativos às demonstrações dos resultados consolidados dos exercícios sociais encerrados em 31 de dezembro de 2023 e de 2022.

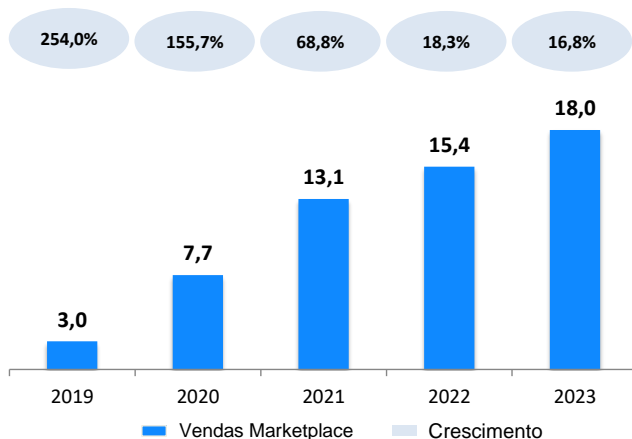
DRE CONSOLIDADO (em R\$ milhões)	12M23	12M23 Ajustado	AV	12M22 Ajustado	AV	Var(%)
Receita Bruta	45.591,0	45.591,0	124,0%	45.189,0	121,2%	0,9%
Impostos e Cancelamentos	(8.822,8)	(8.822,8)	-24,0%	(7.890,0)	-21,2%	11,8%
Receita Líquida	36.768,1	36.768,1	100,0%	37.299,0	100,0%	-1,4%
Custo Total	(26.604,3)	(26.018,0)	-70,8%	(26.860,1)	-72,0%	-3,1%
Lucro Bruto	10.163,9	10.750,1	29,2%	10.438,9	28,0%	3,0%
Despesas com Vendas	(7.002,1)	(7.002,1)	-19,0%	(6.741,1)	-18,1%	3,9%
Despesas Gerais e Administrativas	(1.335,2)	(1.335,2)	-3,6%	(1.370,2)	-3,7%	-2,6%
Perda em Liquidação Duvidosa	(386,2)	(386,2)	-1,1%	(239,7)	-0,6%	61,1%
Outras Receitas Operacionais, Líq.	(550,9)	124,1	0,3%	75,3	0,2%	64,9%
Equivalência Patrimonial	(19,0)	(19,0)	-0,1%	(35,7)	-0,1%	-46,8%
Total de Despesas Operacionais	(9.293,3)	(8.618,3)	-23,4%	(8.311,4)	-22,3%	3,7%
EBITDA	870,5	2.131,8	5,8%	2.127,5	5,7%	0,2%
Depreciação e Amortização	(1.242,7)	(1.242,7)	-3,4%	(1.163,6)	-3,1%	6,8%
EBIT	(372,1)	889,1	2,4%	963,9	2,6%	-7,8%
Resultado Financeiro	(1.692,2)	(2.058,3)	-5,6%	(2.041,0)	-5,5%	0,8%
Lucro Operacional	(2.064,4)	(1.169,2)	-3,2%	(1.077,2)	-2,9%	8,5%
IR / CS	1.085,3	619,1	1,7%	705,1	1,9%	-12,2%
Lucro Líquido	(979,1)	(550,1)	-1,5%	(372,1)	-1,0%	47,8%
Vendas Totais Varejo ¹	63.056,3	63.056,3	-	60.160,7	-	4,8%
Crescimento nas Vendas Mesmas Lojas Físicas	4,7%	4,7%	-	0,1%	-	-
Crescimento nas Vendas Totais Lojas Físicas	4,0%	4,0%	-	5,8%	-	-
Crescimento nas Vendas E-commerce (1P)	-1,3%	-1,3%	-	4,7%	-	-
Crescimento nas Vendas Marketplace (3P)	16,8%	16,8%	-	18,3%	-	-
Crescimento nas Vendas E-commerce Total	5,1%	5,1%	-	9,2%	-	-
Participação E-commerce Total nas Vendas Totais	72,3%	72,3%	-	72,1%	-	0,2 pp
Quantidade de Lojas - Final do Período	1.286	1.286	-	1.339	-	-53 lojas
Área de Vendas - Final do Período (M ²)	716.298	716.298	-	716.707	-	-0,1%

(1) Vendas Totais incluem vendas nas lojas físicas, e-commerce tradicional (1P) e marketplace (3P).

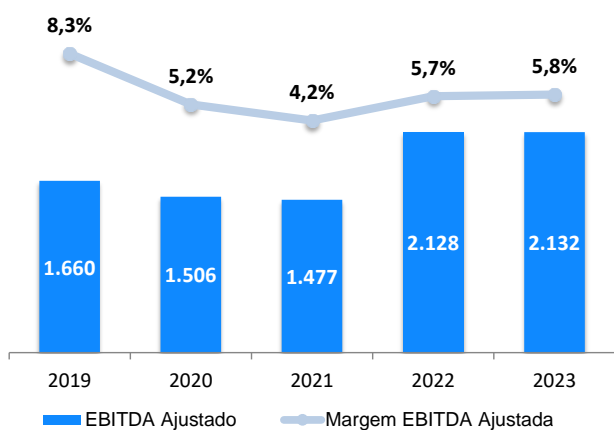
Evolução de Vendas Totais (R\$ bilhões)



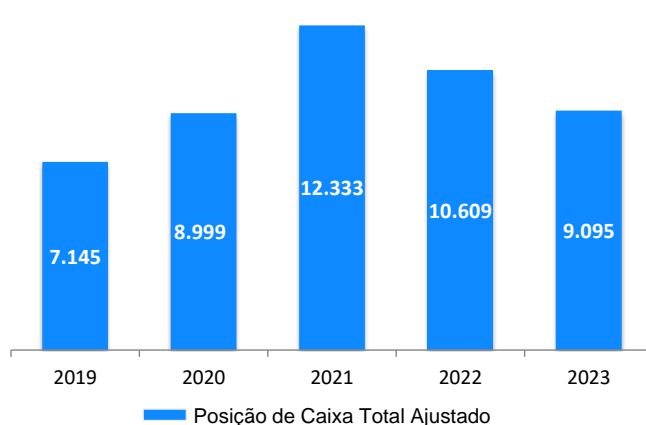
Evolução de Vendas do Marketplace (R\$ bilhões)



Evolução do EBITDA Ajustado (R\$ milhões)



Posição de Caixa Total Ajustado (R\$ milhões)



| DECLARAÇÃO DOS DIRETORES

Em cumprimento às disposições constantes no artigo 25 da Instrução CVM 480, os Diretores da Companhia declaram que discutiram, revisaram e concordaram com as opiniões expressas no relatório de auditoria da Ernst & Young Auditores Independentes S.S., emitido em 18 de março de 2024, com as demonstrações financeiras relativas ao exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2023.

| RELACIONAMENTO COM OS AUDITORES INDEPENDENTES

Informamos que a Companhia e suas controladas e controladas em conjunto adotam como procedimento formal consultar os auditores independentes Ernst & Young Auditores Independentes S.S. (EY), no sentido de assegurar-se de que a realização da prestação de outros serviços não venha afetar sua independência e objetividade necessária ao desempenho dos serviços de auditoria independente. A política da Companhia na contratação de serviços de auditores independentes assegura que não haja conflito de interesses, perda de independência ou objetividade.

| AGRADECIMENTOS

Queremos agradecer, nesta oportunidade, a todos nossos clientes, colaboradores, acionistas, fornecedores, parceiros e a comunidade em geral pela confiança e parceria ao longo do ano de 2023.

São Paulo, 18 de março de 2024.

A Diretoria