

**EBITDA atinge R\$711 milhões, com 7,9% de margem.
Geração de Caixa Operacional de R\$535 milhões no trimestre e
R\$2,5 bilhões nos últimos doze meses. Posição de caixa total de R\$7,6 bilhões.**

No trimestre, o EBITDA ajustado atingiu R\$711 milhões, com margem de 7,9%. Esse resultado é reflexo, principalmente, do crescimento das lojas físicas, do aumento da margem bruta de mercadorias, de um controle rigoroso sobre as despesas e do excelente desempenho da Luizacred. O lucro líquido recorrente foi de R\$21 milhões no período.

As vendas totais do Magalu atingiram **R\$15,1 bilhões no 3T25**.

O canal físico do Magalu foi um destaque no trimestre. **As vendas nas lojas totalizaram R\$4,7 bilhões**, um avanço de 5% em comparação com o 3T24, confirmando a força da multicanalidade e a expansão da participação de mercado da Companhia no varejo físico.

O e-commerce registrou **R\$10,4 bilhões em vendas no 3T25**. As vendas online com estoque próprio (1P) somaram R\$6,4 bilhões.

No marketplace, as vendas totalizaram **R\$3,9 bilhões** e representaram 38% do e-commerce total, contribuindo para a diversificação nos nossos canais de vendas. Esta diversificação acontece também com o foco em rentabilidade, priorizando categorias de maior margem de contribuição e modalidades de entrega mais eficientes. Um exemplo disso é o crescimento do Fulfillment Magalu que atingiu 28% de participação nos pedidos do marketplace no 3T25.

O Magalu encerrou o trimestre com **R\$7,6 bilhões em caixa total e R\$1,6 bilhão em posição líquida**. A geração de caixa operacional do período foi de R\$535 milhões e totalizou R\$2,5 bilhões nos últimos 12 meses, impulsionada pelo resultado do período e pelos avanços no capital de giro.

O Magalog tem se consolidado como um dos maiores operadores logísticos de e-commerce do Brasil. A excelência da operação foi chancelada com a vitória do prêmio de maior relevância do setor, o *nstech Logistics Advantage 2025*, na categoria nível de serviço. Essa qualidade tem impulsionado o atendimento a clientes externos: o Magalog realizou mais de 5,5 milhões de entregas no 3T25 para empresas fora do ecossistema, totalizando 14 milhões de pedidos entregues no acumulado do ano.

O Magalu Ads destaca-se pelo crescimento acelerado dos anúncios em vídeo e o **lançamento do "Marcas Patrocinadas"**, que amplia a visibilidade dos parceiros na plataforma. **A força do Magalu Ads é sua natureza multicanal**. Com cerca de 20 mil TVs de exposição em nossas 1.245 lojas físicas, o Magalu oferece uma escala única de visibilidade para as marcas, representando uma nova e importante avenida de crescimento de receitas nessa vertical.

A Magalu Cloud alcançou um importante marco: a conquista da **Certificação ISO/IEC 27001:2022** (Sistema de Gestão de Segurança da Informação – SGSI), reforçando o compromisso com os mais altos padrões de segurança da informação. Em termos de escala, **o serviço de nuvem encerrou setembro com 1.077 clientes externos, e já é responsável por mais de 50% dos workloads do próprio Magalu**, gerando eficiência e fortalecendo a infraestrutura de todo o ecossistema.

Na Luizacred, o faturamento em cartões de crédito atingiu R\$15 bilhões no 3T25 -- são 6 milhões cartões de crédito e R\$20 bilhões em carteira de crédito. Destaque para a **queda nas taxas de inadimplência e o lucro líquido de R\$68 milhões no trimestre**. No trimestre, a participação do CDC nas nossas vendas nas lojas já aumentou 2 p.p. A nova financeira do Magalu – a Magalupay SCFI – já está em piloto em mais de 50 lojas do Magalu. Em breve, toda carteira de crédito será gerida pela a nova financeira.



MGLU3: R\$ 7,99 por ação
Total de Ações: 738.995.248
Valor de Mercado: R\$ 5,9 bilhões



Teleconferência
07 de novembro de 2025 (sexta-feira)
09:00 (Brasília) / 07:00 (EUA - EST)
[Link para a teleconferência](#)



Relações com Investidores
Tel. +55 11 3504-2727
www.magazineluiza.com.br/ri
ri@magazineluiza.com.br

| MENSAGEM DA DIRETORIA

No Magalu, o foco na expansão da rentabilidade, no fortalecimento das nossas margens operacionais e na geração de caixa tem garantido resultados sólidos mesmo em um cenário com taxas de juros em patamares ainda muito elevados. O terceiro trimestre de 2025 reflete a força dessa nossa estratégia e a crescente resiliência que nosso ecossistema proporciona.

Mantivemos a nossa trajetória de resultados consistentes. No trimestre, o EBITDA ajustado alcançou 711 milhões de reais, com margem de 7,9%, reflexo da evolução da margem de contribuição dos nossos canais de vendas, da nossa disciplina na gestão de despesas e da expansão das nossas verticais de serviços. Alcançamos mais um trimestre consecutivo de lucro líquido recorrente.

Tão importante quanto a rentabilidade, nossa disciplina na gestão de caixa foi outro pilar fundamental no período. A geração de caixa operacional atingiu 535 milhões de reais no trimestre e 2,5 bilhões de reais nos últimos doze meses. Este desempenho é fruto da evolução do resultado operacional e da gestão do capital de giro. Encerramos o trimestre com uma posição de caixa total de 7,6 bilhões de reais e um caixa líquido ajustado de 1,6 bilhão, mantendo uma estrutura de capital robusta.

As vendas totais do nosso ecossistema atingiram 15,1 bilhões de reais no terceiro trimestre, refletindo o foco da Companhia no aumento da rentabilidade. O desempenho das lojas físicas foi um destaque, totalizando 4,7 bilhões em vendas, um crescimento de 5,2% em relação ao ano anterior, com ganho de participação de mercado. No e-commerce, as vendas alcançaram 10,4 bilhões, com destaque para a venda de 6,4 bilhões provenientes do estoque próprio (1P).

O marketplace totalizou 3,9 bilhões de reais em vendas e segue como pilar importante na expansão do sortimento, com milhares de sellers vendendo por meio da nossa plataforma todos os meses. Esta expansão é executada de forma combinada com o foco em rentabilidade, priorizando categorias de maior margem de contribuição e modalidades de entrega mais eficientes. Nesse contexto, a evolução do Fulfillment Magalu tem sido fundamental para ampliar a conversão de vendas de forma sustentável, atingindo neste trimestre a marca de 28% dos pedidos do marketplace, um avanço de 4 pontos percentuais em relação ao terceiro trimestre de 2024.

Além da expansão do Fulfillment, o Magalog tem ampliado em ritmo acelerado sua base de clientes externos, se consolidando, cada vez mais, como um dos maiores operadores logísticos de e-commerce do Brasil. Só no terceiro trimestre, 12 grandes operações, das mais diversas categorias, se tornaram clientes do Magalog. Entre elas estão empresas como Arezzo, Insider, C&A, L'occitane, Ikesaki e a Renner na operação Ship-From-Store. Entre julho e setembro, o Magalog realizou mais de 5,5 milhões de entregas para empresas de fora do Ecossistema Magalu, totalizando 14 milhões de pedidos entregues em 2025. Uma escala que cresce a cada dia e contribui para ampliar a eficiência e nível de serviço também das empresas do próprio ecossistema.

Os pilares do nosso ecossistema continuam a se fortalecer e a contribuir significativamente para os resultados consolidados. A Luizacred apresentou mais um trimestre com excelente performance, com lucro líquido de 68 milhões de reais, beneficiada pela qualidade da carteira de crédito e pela assertividade na concessão. A carteira vencida acima de 90 dias foi de apenas 8,0% em setembro, 0,8 ponto percentual menor que um ano antes e um dos menores patamares históricos.

Ao longo dos últimos anos, o Magalupay cresceu e se tornou uma plataforma robusta, com uma estrutura tecnológica e regulatória de ponta. Hoje, a vertical de produtos e serviços financeiros do ecossistema Magalu abarca três licenças regulatórias: a Instituição de Pagamentos, a Sociedade de Crédito Financiamento e Investimento (que iniciou suas operações em agosto) e a Administradora de Consórcio. Por meio delas, servimos milhões de clientes e sellers, atingindo uma escala relevante: são mais de 41 bilhões de reais de transações processadas anualmente no nosso gateway, 6 milhões de cartões de créditos emitidos, 750 mil clientes ativos em CDC, mais de 7 milhões de apólices ativas de seguros e aproximadamente 10 bilhões de reais em ativos sob gestão em Consórcio.

Apesar de números expressivos, estamos apenas no início da nossa jornada. Temos uma oportunidade ímpar de ampliar a participação dos nossos meios de pagamentos próprios nas vendas, especialmente no e-commerce. Hoje, as vendas por meio do CDC e cartões próprios (Cartão Luiza e Cartão Magalu) representam cerca de 40% das lojas físicas e apenas 9% no e-commerce.

E, para isso, a implementação da nossa financeira – a Magalupay SCFI – é fundamental. Com ela vamos expandir a oferta de crédito de forma mais eficiente, rentável e com fontes adicionais de funding. Hoje, mais de 50 lojas do Magalu já estão se beneficiando dessa nova estrutura regulatória e de uma experiência de compra mais ágil e personalizada. Gradualmente, toda a carteira de crédito do CDC estará no balanço patrimonial da Magalupay SCFI.

Para que esse crescimento continue sendo sustentável, o Magalupay avançou em mais um importante passo com a unificação das áreas de análise de dados e crédito, com foco no desenvolvimento de novos modelos proprietários de crédito. Além disso, com o objetivo de implementar uma visão integrada de riscos e fortalecer a segunda linha de crédito, contratamos um novo CRO (Chief Risk Officer) com vasta experiência em instituições financeiras voltadas ao varejo.

A Magalu Cloud atingiu um importante marco nesse trimestre: a Certificação ISO/IEC 27001:2022 (Sistema de Gestão de Segurança da Informação – SGSI). Com ela, reforçamos ainda mais o nosso compromisso com os mais altos padrões de segurança da informação do mercado. Ao final de setembro, nosso serviço de nuvem chegou a 1.077 clientes externos. Além disso, a Magalu Cloud já é responsável por mais de 50% das operações do próprio Magalu, trazendo mais eficiência ao ecossistema: além de uma importante redução de despesas, garante uma experiência de compra mais rápida no app por ter toda a infraestrutura tecnológica no Brasil.

O Magalu Ads, nossa vertical de retail media, contribui de forma crescente para a diversificação do ecossistema. Neste trimestre, as receitas de publicidade cresceram expressivos 69% comparadas ao 2024, impulsionadas pela forte expansão de sua base de anunciantes, que cresceu 113% em grandes marcas e 44% em sellers. Tais avanços foram suportados também pelo lançamento de novos formatos de propaganda, como "Marcas Patrocinadas", e pelo significativo crescimento dos anúncios em vídeo. Além disso, o Magalu Ads é também multicanal. Com 1.245 lojas e 20 mil telas, oferecemos às marcas parceiras uma visibilidade multicanal inédita, transformando nosso ativo físico em uma nova e poderosa avenida de crescimento.

As verticais estratégicas do nosso ecossistema tiveram resultados sólidos no trimestre, reforçando a diversificação e a resiliência do nosso modelo de negócios. Em artigos esportivos, a Netshoes lucrou 24 milhões de reais, acompanhando um forte crescimento de 12% nas vendas do site Netshoes. A Kabum, líder em tecnologia e games, contribuiu com 11 milhões de reais de lucro, impulsionada pela expansão de 11% do seu marketplace. A Época Cosméticos seguiu a performance positiva com 3 milhões de lucro, destacando ainda a crescente relevância do seu marketplace, que já responde por 10% das vendas da categoria.

Whatsapp da Lu: uma nova experiência de compra no Magalu

Ao mesmo tempo que nos aproximamos da conclusão do nosso ciclo estratégico atual, já iniciamos o próximo. Nele, a experiência de compra com inteligência artificial surge como um dos protagonistas.

Lançamos oficialmente nossa plataforma de AI Commerce: o WhatsApp da Lu. Esta iniciativa representa um novo canal de vendas, permitindo que a Lu, a influenciadora digital mais seguida do mundo, acompanhe de forma autônoma o cliente em toda a sua jornada de compra no Magalu, da descoberta do produto ao pós-venda.

Isso se traduz em uma jornada completa e fluida, realizada integralmente dentro do WhatsApp. O cliente pode interagir de forma multimodal – por texto, voz ou imagens – e a Lu é capaz de compreender necessidades complexas, gírias e regionalismos. O processo inclui desde a recomendação de produtos até o pagamento (via PIX ou cartão de crédito), que ocorre dentro da conversa, sem redirecionamento para apps ou sites, reduzindo drasticamente a fricção na compra.

A tecnologia, desenvolvida por mais de um ano, utiliza um mix de LLMs (Large Language Models) proprietários do Google e modelos open-source, hospedados na Magalu Cloud. Essa arquitetura nos garante flexibilidade, customização e, fundamentalmente, a baixa latência necessária para uma experiência de conversação em tempo real, aliando capacidade avançada de raciocínio a um pensamento multimodal.

Iniciamos a implementação para uma base de 1 milhão de clientes recorrentes, e os resultados iniciais validam a força do canal. Registramos uma alta taxa de conversão de vendas – três vezes maior que a conversão atual do nosso aplicativo – e um NPS de 90 pontos. O canal já demonstra um mix de vendas equilibrado entre produtos com estoque próprio (1P) e itens do marketplace (3P), e a predominância de novas categorias, como itens de mercado, eletroportáteis, esporte e beleza.

Ao longo da nossa história, construímos novos canais de vendas, sempre de forma sobreposta e nunca substituindo um canal pelo outro. Foi assim com a loja física, o e-commerce, o aplicativo e o marketplace. E, agora, inovamos novamente, trazendo a inteligência artificial para construir um novo jeito de comprar no Magalu.

Considerações Finais

Os resultados deste trimestre reforçam nossa confiança na estratégia traçada e na capacidade do nosso time de entregar performance excepcional. Seguimos comprometidos com a expansão da rentabilidade e com os investimentos estratégicos que preparam o Magalu para um novo ciclo de crescimento, cada vez mais impulsionado pela tecnologia e pela força do nosso ecossistema.

Iniciamos o quarto trimestre animados com as principais datas do varejo, Black Friday e Natal, e muito preparados para oferecer as melhores ofertas e experiências aos nossos clientes. Esse otimismo é reforçado pela expectativa do início de um ciclo de queda na taxa de juros, que tende a impulsionar o consumo de bens duráveis e reduzir nossas despesas financeiras, com impacto direto no resultado.

O último trimestre de 2025 será ainda mais especial com a inauguração da Galeria Magalu. Este marco materializa nosso ecossistema e vai além do varejo tradicional, oferecendo uma experiência de compra única aos nossos clientes. A Galeria contará com o "Teatro YouTube" como parte importante dessa jornada, fortalecendo nosso elo com criadores de conteúdo e integrando o entretenimento à experiência do consumidor.

Agradecemos, mais uma vez, aos nossos clientes, sellers, colaboradores, acionistas e fornecedores pela confiança e parceria contínua nesta jornada.

A DIRETORIA

Destaques Financeiros do 3T25



Vendas com foco em rentabilidade. No 3T25, as vendas totais, incluindo lojas físicas, e-commerce com estoque próprio (1P) e marketplace (3P) totalizaram R\$15,1 bilhões. Esse valor representa um crescimento de 5,2% nas lojas físicas (5,2% no conceito mesmas lojas), com ganho de marketshare e uma redução de 5,8% no e-commerce total em relação ao mesmo período do ano anterior.



Vendas do e-commerce. No 3T25, as vendas do e-commerce totalizaram R\$10,4 bilhões, com destaque para a venda de 6,4 bilhões provenientes do estoque próprio (1P). No marketplace de as vendas foram de R\$3,9 bilhões, com destaque para a evolução da participação do fulfillment, que atingiu 28% em setembro.



Margem bruta. No 3T25, a margem bruta foi de 31,5%, em linha com a margem do mesmo período do ano anterior. Vale destacar o aumento da margem bruta de mercadorias, que reflete o foco da Companhia na expansão da rentabilidade.



Forte eficiência operacional. O percentual das despesas operacionais ajustadas em relação à receita líquida foi de 24,0% no 3T25, praticamente estável em relação ao 3T24. Essa manutenção é reflexo dos esforços para o aumento da eficiência operacional implementados nos últimos anos.



EBITDA e lucro líquido. No trimestre, o EBITDA ajustado atingiu R\$711,4 milhões, com uma margem de 7,9%, ficando praticamente em linha com o registrado no 3T24. Esse resultado reflete a contínua expansão das lojas físicas, a expansão da margem bruta de mercadorias, o rigoroso controle sobre as despesas, e o excelente desempenho da Luizacred. O lucro líquido ajustado do trimestre foi de R\$21,2 milhões. Considerando as receitas não recorrentes, o lucro líquido foi de R\$84,6 milhões no trimestre.



Geração de caixa operacional e sólida estrutura de capital. No trimestre, a geração de caixa operacional foi de R\$534,6 milhões, totalizando R\$2,5 bilhões nos últimos 12 meses. Esse desempenho foi impulsionado principalmente pelo resultado operacional e pela melhora no capital de giro. O Magalu encerrou o 3T25 com uma posição de caixa líquido ajustado de R\$1,6 bilhão, e uma posição de caixa total de R\$7,6 bilhões.



Magalupay. O volume total de transações processadas (TPV) atingiu R\$24,6 bilhões no 3T25. Em set/25, a base de cartões de crédito foi de 5,9 milhões de cartões. O faturamento de cartão de crédito cresceu 1,1% no 3T25, atingindo R\$14,9 bilhões no período. A carteira de cartão de crédito foi de R\$19,6 bilhões ao final do trimestre, com uma das menores inadimplências da história. O lucro da Luizacred atingiu R\$68,0 milhões de reais no 3T25.

R\$ milhões (exceto quando indicado)	3T25	3T24	Var(%)	9M25	9M24	Var(%)
Vendas Totais ¹ (incluindo marketplace)	15.098,5	15.497,7	-2,6%	46.443,8	46.911,1	-1,0%
Receita Bruta	11.318,6	11.165,5	1,4%	34.316,8	33.872,9	1,3%
Receita Líquida	9.026,7	9.001,5	0,3%	27.550,3	27.250,8	1,1%
Lucro Bruto	2.842,7	2.837,6	0,2%	8.508,1	8.383,2	1,5%
Margem Bruta	31,5%	31,5%	0,0 pp	30,9%	30,8%	0,1 pp
EBITDA	807,4	713,5	13,2%	2.255,7	2.053,4	9,9%
Margem EBITDA	8,9%	7,9%	1,0 pp	8,2%	7,5%	0,7 pp
Lucro Líquido	84,6	102,4	-17,4%	73,0	153,9	-52,6%
Margem Líquida	0,9%	1,1%	-0,2 pp	0,3%	0,6%	-0,3 pp
EBITDA - Ajustado	711,4	717,6	-0,9%	2.221,6	2.116,0	5,0%
Margem EBITDA Ajustado	7,9%	8,0%	-0,1 pp	8,1%	7,8%	0,3 pp
Lucro Líquido - Ajustado	21,2	70,2	-69,8%	58,9	137,4	-57,1%
Margem Líquida - Ajustado	0,2%	0,8%	-0,6 pp	0,2%	0,5%	-0,3 pp
Crescimento nas Vendas Mesmas Lojas Físicas	5,2%	15,2%	-	5,3%	13,3%	-
Crescimento nas Vendas Totais Lojas Físicas	5,2%	13,3%	-	4,8%	11,7%	-
Crescimento nas Vendas E-commerce (1P)	-1,7%	1,2%	-	-1,2%	-0,7%	-
Crescimento nas Vendas Marketplace (3P)	-11,7%	1,4%	-	-6,6%	3,9%	-
Crescimento nas Vendas E-commerce Total	-5,8%	1,3%	-	-3,4%	1,1%	-
Participação E-commerce Total nas Vendas Totais	68,6%	70,9%	-2,3 pp	69,2%	70,9%	-1,7 pp
Quantidade de Lojas - Final do Período	1.245	1.245	0 lojas	1.245	1.245	0 lojas
Área de Vendas - Final do Período (M²)	680.338	692.826	-1,8%	680.338	692.826	-1,8%

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

3T25

| Eventos não recorrentes

Para melhor entendimento e comparabilidade com o 3T24, os resultados do 3T25 estão sendo também apresentados em uma visão ajustada, desconsiderando as receitas e despesas não recorrentes.

CONCILIAÇÃO DRE AJUSTADA	3T25 Ajustado	AV	Ajustes Não Recorrentes	3T25	AV
Receita Bruta	11.318,6	125,4%	-	11.318,6	125,4%
Impostos e Cancelamentos	(2.292,0)	-25,4%	-	(2.292,0)	-25,4%
Receita Líquida	9.026,7	100,0%	-	9.026,7	100,0%
Custo Total	(6.184,0)	-68,5%	-	(6.184,0)	-68,5%
Lucro Bruto	2.842,7	31,5%	-	2.842,7	31,5%
Despesas com Vendas	(1.733,4)	-19,2%	-	(1.733,4)	-19,2%
Despesas Gerais e Administrativas	(355,7)	-3,9%	-	(355,7)	-3,9%
Perda em Liquidação Duvidosa	(112,6)	-1,2%	-	(112,6)	-1,2%
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	36,2	0,4%	96,0	132,2	1,5%
Equivalência Patrimonial	34,2	0,4%	-	34,2	0,4%
Total de Despesas Operacionais	(2.131,2)	-23,6%	96,0	(2.035,2)	-22,5%
EBITDA	711,4	7,9%	96,0	807,4	8,9%
Depreciação e Amortização	(320,2)	-3,5%	-	(320,2)	-3,5%
EBIT	391,2	4,3%	96,0	487,2	5,4%
Resultado Financeiro	(488,1)	-5,4%	-	(488,1)	-5,4%
Lucro Operacional	(96,8)	-1,1%	96,0	(0,8)	0,0%
IR / CS	118,1	1,3%	(32,6)	85,4	0,9%
Lucro Líquido	21,2	0,2%	63,4	84,6	0,9%

| Ajustes eventos não recorrentes

Ajustes	3T25
Ganho (Perda) na Venda de Ativo Imobilizado	(0,7)
Provisão para riscos tributários ¹	132,6
Honorários especialistas	(20,9)
Despesas reestruturação e integração	(9,8)
Outras despesas	(5,2)
Ajustes - EBITDA	96,0
IR / CS sobre demais ajustes	(32,6)
Ajustes - Lucro Líquido	63,4

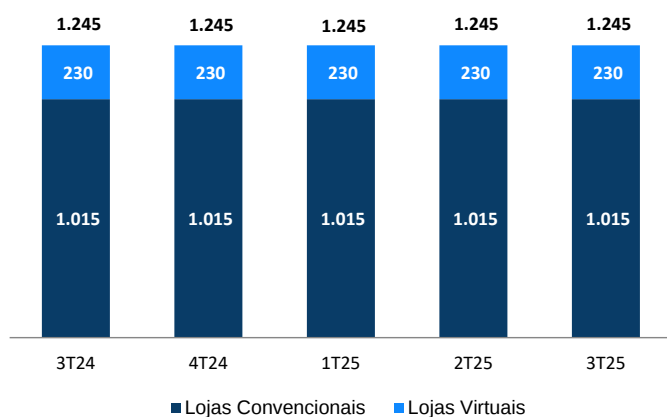
¹ Reversão de provisões relacionadas a discussão da majoração da alíquota do RAT (Risco Ambiental do Trabalho) no montante de R\$287,9 milhões, líquida de provisões relacionadas à revisão de prognósticos de êxito em processos judiciais no valor de R\$155,3 milhões.

3T25

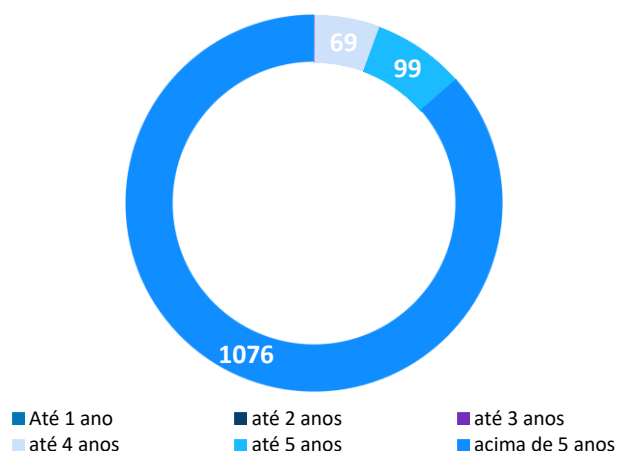
| DESEMPENHO OPERACIONAL E FINANCEIRO

O Magalu encerrou o 3T25 com 1.245 lojas, sendo 1.015 convencionais e 230 virtuais. Da base total, 14% das lojas estão em processo de maturação.

Evolução do Número de Lojas (em quantidade)

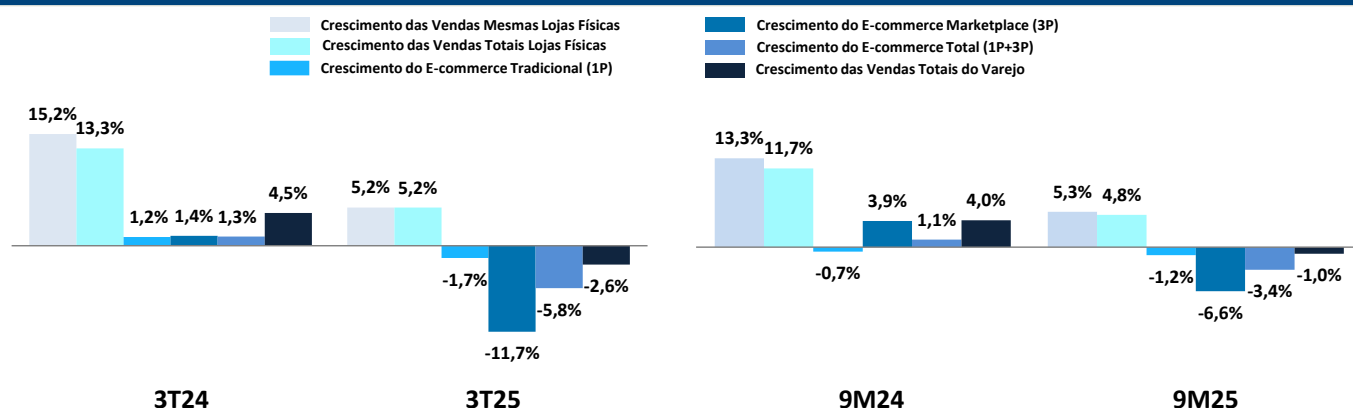


Idade Média das Lojas (em quantidade de lojas)

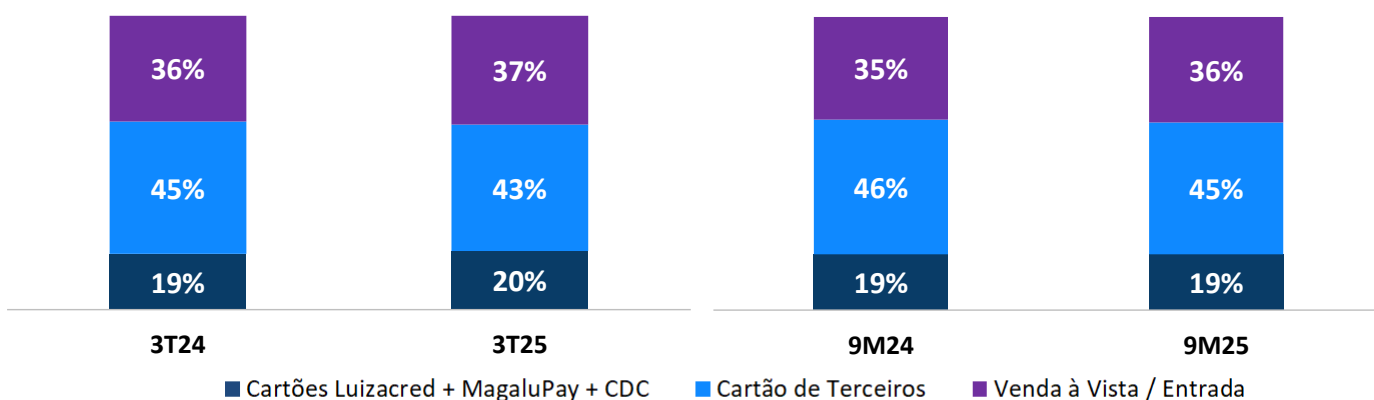


No 3T25, as vendas totais do Magalu foram de R\$15,1 bilhões, uma redução de 2,6%, reflexo do crescimento de 5,2% nas lojas físicas (crescimento no conceito mesmas lojas de 5,2%) e da redução de 5,8% no e-commerce total.

Crescimento das Vendas Totais (em %)



Mix de Vendas Financiadas (em %)



No 3T25, o Magalu aumentou em 1 p.p. a participação das vendas à vista, alcançando 37% do total. Esse patamar é impulsionado, principalmente, pela utilização do PIX em todo o ecossistema, com destaque no KaBuM!, Netshoes e no próprio Magalu, contribuindo para a atenuar o efeito das altas taxas de juros. Adicionalmente, o Magalu registrou um aumento de 1 p.p. em seus meios de pagamento próprios que agora representam 20% das transações, com destaque para o aumento da participação do CDC nas vendas.

3T25

| Receita Bruta

R\$ milhões	3T25	3T24	Var(%)	9M25	9M24	Var(%)
Revenda de Mercadorias	10.240,1	10.071,0	1,7%	31.041,4	30.602,6	1,4%
Prestação de Serviços	1.078,5	1.094,6	-1,5%	3.275,4	3.270,3	0,2%
Receita Bruta - Total	11.318,6	11.165,5	1,4%	34.316,8	33.872,9	1,3%

No 3T25, a receita bruta total foi de R\$11,3 bilhões, um aumento de 1,4% comparada ao mesmo período de 2024. Esse resultado foi impulsionado, principalmente, pela performance das lojas físicas. Nos 9M25, a receita bruta total foi de R\$34,3 bilhões, um aumento de 1,3%.

| Receita Líquida

R\$ milhões	3T25	3T24	Var(%)	9M25	9M24	Var(%)
Revenda de Mercadorias	8.139,3	8.099,2	0,5%	24.852,1	24.559,6	1,2%
Prestação de Serviços	887,4	902,3	-1,7%	2.698,2	2.691,2	0,3%
Receita Líquida - Total	9.026,7	9.001,5	0,3%	27.550,3	27.250,8	1,1%

No 3T25, a receita líquida foi de R\$9,0 bilhões, um aumento de 0,3% comparado ao 3T24. Nos 9M25, a receita líquida cresceu 1,1% para R\$27,6 bilhões.

| Lucro Bruto

R\$ milhões	3T25	3T24	Var(%)	9M25	9M24	Var(%)
Revenda de Mercadorias	1.966,5	1.944,5	1,1%	5.841,0	5.720,4	2,1%
Prestação de Serviços	876,1	893,0	-1,9%	2.667,1	2.662,8	0,2%
Lucro Bruto - Total	2.842,7	2.837,6	0,2%	8.508,1	8.383,2	1,5%
Margem Bruta - Total	31,5%	31,5%	0,0 pp	30,9%	30,8%	0,1 pp

No 3T25, o lucro bruto atingiu R\$2,8 bilhões, um crescimento de 0,2%. A margem bruta foi de 31,5%, estável em relação ao 3T24. O aumento da margem bruta de mercadorias reflete o foco da Companhia no aumento da rentabilidade. Nos 9M25, o lucro bruto cresceu 1,5% para R\$8,5 bilhões, equivalente a uma margem bruta de 30,9%.

3T25

| Despesas Operacionais

R\$ milhões	3T25		3T24		Var(%)	9M25		9M24		Var(%)
	Ajustado	% RL	Ajustado	% RL		Ajustado	% RL	Ajustado	% RL	
Despesas com Vendas	(1.733,4)	-19,2%	(1.732,5)	-19,2%	0,1%	(5.197,2)	-18,9%	(5.086,2)	-18,7%	2,2%
Despesas Gerais e Administrativas	(355,7)	-3,9%	(342,1)	-3,8%	3,9%	(1.032,2)	-3,7%	(1.021,7)	-3,7%	1,0%
Subtotal	(2.089,1)	-23,1%	(2.074,7)	-23,0%	0,7%	(6.229,4)	-22,6%	(6.107,9)	-22,4%	2,0%
Perdas em Liquidação Duvidosa	(112,6)	-1,2%	(114,8)	-1,3%	-1,9%	(318,1)	-1,2%	(343,9)	-1,3%	-7,5%
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	36,2	0,4%	36,2	0,4%	0,0%	108,7	0,4%	108,8	0,4%	-0,1%
Total de Despesas Operacionais	(2.165,5)	-24,0%	(2.153,2)	-23,9%	0,6%	(6.438,8)	-23,4%	(6.343,0)	-23,3%	1,5%

| Despesas com Vendas

No 3T25, as despesas com vendas totalizaram R\$1,7 bilhão, representando 19,2% da receita líquida. Essa manutenção do patamar em relação ao 3T24 é reflexo dos esforços para aumento de eficiência operacional implementados nos últimos anos. Nos 9M25, as despesas com vendas totalizaram R\$5,2 bilhões, equivalentes a 18,9% da receita líquida.

| Despesas Gerais e Administrativas

No 3T25, as despesas gerais e administrativas totalizaram R\$355,7 milhões, equivalentes a 3,9% da receita líquida, um aumento de 0,1 p.p. em relação ao mesmo período de 2024. Nos 9M25, as despesas gerais e administrativas totalizaram R\$1,0 bilhão, equivalentes a 3,7% da receita líquida.

| Perdas em Créditos de Liquidação Duvidosa

As provisões recorrentes para perdas em crédito de liquidação duvidosa totalizaram R\$112,6 milhões no 3T25 e R\$318,1 milhões nos 9M25.

| Outras Receitas e Despesas Operacionais, Líquidas

R\$ milhões	3T25	% RL	3T24	% RL	Var(%)	9M25	% RL	9M24	% RL	Var(%)
Apropriação de Receita Diferida	36,2	0,4%	36,2	0,4%	0,0%	108,7	0,4%	108,8	0,4%	-0,1%
Subtotal - Ajustado	36,2	0,4%	36,2	0,4%	0,0%	108,7	0,4%	108,8	0,4%	-0,1%
Créditos tributários	-	0,0%	-	0,0%	-	-	0,0%	163,4	0,6%	-
Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	132,6	1,5%	(8,0)	-0,1%	-	112,6	0,4%	(213,0)	-0,8%	-
Honorários especialistas	(20,9)	-0,2%	(1,0)	0,0%	2012,8%	(26,4)	-0,1%	(10,2)	0,0%	158,3%
Baixa de repasses a sellers	-	0,0%	-	0,0%	-	24,7	-	-	0,0%	-
Despesas reestruturação e integração	(9,8)	-0,1%	-	0,0%	-	(18,3)	-0,1%	(2,6)	0,0%	597,1%
Ganho (Perda) na Venda de Ativo Imobilizado	(0,7)	0,0%	1,1	0,0%	-	1,4	0,0%	1,0	0,0%	32,3%
Outras despesas	(5,2)	-0,1%	3,8	0,0%	-	(8,7)	0,0%	(1,3)	0,0%	560,3%
Subtotal - Não Recorrente	96,0	1,1%	(4,1)	0,0%	-	85,3	0,3%	(62,7)	-0,2%	-
Total	132,2	1,5%	32,1	0,4%	311,8%	194,0	0,7%	46,1	0,2%	320,8%

No 3T25, as outras receitas operacionais líquidas ajustadas totalizaram R\$36,2 milhões pela apropriação de receitas diferidas. Nos 9M25, as outras receitas operacionais líquidas ajustadas totalizaram R\$108,7 milhões.

| Equivalência Patrimonial

No 3T25, o resultado da equivalência patrimonial foi de R\$34,2 milhões, composto pelo desempenho da Luizacred, responsável pela equivalência de R\$34,0 milhões, e pelos ajustes de prática no valor de R\$0,2 milhão. Nos 9M25, o resultado da equivalência patrimonial foi de R\$127,6 milhões.

| EBITDA

O EBITDA ajustado totalizou R\$711,4 milhões no 3T25, com uma margem de 7,9%, praticamente em linha com os 8,0% registrados no 3T24. A estabilidade da margem reflete o sucesso do rigoroso controle sobre as despesas, a expansão das lojas físicas e pelo excelente desempenho da Luizacred. Nos 9M25, o EBITDA ajustado atingiu R\$2,2 bilhões, equivalente a uma margem de 8,0%.

| Resultado Financeiro Ajustado

No 3T25, as despesas financeiras líquidas totalizaram R\$488,1 milhões, equivalentes a 5,4% da receita líquida. Em relação ao mesmo período do ano anterior, as despesas aumentaram 1,4 p.p. devido, principalmente, ao impacto do cenário macroeconômico, com a taxa de juros subindo de 10,5% no 3T24 para 15,0% no 3T25.

A Companhia demonstrou rigoroso controle financeiro: enquanto a taxa de juros subiu aproximadamente 40,2%, o crescimento das despesas líquidas foi de 35,6%, com destaque para o aumento na participação do PIX e do CDC nas vendas e a redução das despesas com antecipação de recebíveis.

Desconsiderando os efeitos dos juros de arrendamento mercantil, a despesa financeira líquida foi de R\$401,3 milhões no 3T25, equivalente a 4,4% da receita líquida.

RESULTADO FINANCEIRO (em R\$ milhões)	3T25	% RL	3T24 Ajustado	% RL	Var(%)	9M25	% RL	9M24 Ajustado	% RL	Var(%)
Despesas Financeiras	(609,4)	-6,8%	(446,2)	-5,0%	36,6%	(1.778,9)	-6,5%	(1.401,7)	-5,1%	26,9%
Juros de Empréstimos e Financiamentos	(250,0)	-2,8%	(138,0)	-1,5%	81,1%	(610,8)	-2,2%	(480,7)	-1,8%	27,1%
Juros de Antecipações de Cartão de Terceiros	(169,7)	-1,9%	(153,5)	-1,7%	10,5%	(571,5)	-2,1%	(500,1)	-1,8%	14,3%
Juros de Antecipações de Cartão Luiza	(46,8)	-0,5%	(61,5)	-0,7%	-23,9%	(210,8)	-0,8%	(178,3)	-0,7%	18,2%
Outras Despesas e Impostos	(142,9)	-1,6%	(93,2)	-1,0%	53,4%	(385,8)	-1,4%	(242,6)	-0,9%	59,0%
Receitas Financeiras	208,1	2,3%	164,4	1,8%	26,6%	561,9	2,0%	491,6	1,8%	14,3%
Rendimento de Aplicações Financeiras	38,3	0,4%	20,9	0,2%	83,6%	106,5	0,4%	79,2	0,3%	34,4%
Outras Receitas Financeiras	169,8	1,9%	143,5	1,6%	18,3%	455,4	1,7%	412,4	1,5%	10,4%
Subtotal: Resultado Financeiro Líquido Ajustado	(401,3)	-4,4%	(281,8)	-3,1%	42,4%	(1.217,0)	-4,4%	(910,1)	-3,3%	33,7%
Juros Arrendamento Mercantil	(86,8)	-1,0%	(78,3)	-0,9%	10,8%	(254,7)	-0,9%	(234,5)	-0,9%	8,6%
Resultado Financeiro Líquido Ajustado	(488,1)	-5,4%	(360,1)	-4,0%	35,6%	(1.471,7)	-5,3%	(1.144,6)	-4,2%	28,6%

| Lucro líquido

No 3T25, o lucro líquido ajustado foi de R\$21,2 milhões. Na visão contábil, ou seja, incluindo os resultados não recorrentes, o lucro líquido foi de R\$84,6 milhões. O lucro líquido ajustado nos 9M25 foi de R\$34,2 milhões.

3T25

| Capital de Giro

R\$ milhões	Dif 12UM	set-25	jun-25	mar-25	dez-24	set-24
(+) Contas a Receber (sem Cartões de Crédito)	97,3	1.622,9	1.719,4	1.789,4	1.704,6	1.525,7
(+) Estoques	86,8	7.472,1	7.040,0	7.190,7	7.611,1	7.385,3
(+) Partes Relacionadas (sem Cartão Luiza)	(42,5)	34,4	33,2	23,8	72,5	76,9
(+) Tributos a Recuperar	333,6	1.931,6	1.837,1	1.822,3	1.856,5	1.598,1
(+) Imposto de Renda e Contribuição Social a Recuperar	(41,0)	150,8	132,5	119,6	97,8	191,8
(+) Outros Ativos	150,3	477,8	456,5	432,9	325,4	327,4
(+) Ativos Circulantes Operacionais	584,5	11.689,6	11.218,6	11.378,6	11.667,9	11.105,1
(-) Fornecedores (incluindo convênio)	958,4	10.003,5	9.255,0	8.921,7	10.283,1	9.045,1
(-) Repasses e Outros Depósitos	(239,9)	1.250,6	1.267,5	1.506,2	1.640,6	1.490,6
(-) Salários, Férias e Encargos Sociais	7,8	535,2	477,3	569,6	558,6	527,4
(-) Impostos a Recolher	(40,6)	233,0	251,0	265,5	363,0	273,6
(-) Partes Relacionadas	(51,5)	51,5	70,1	40,6	107,1	103,0
(-) Receita Diferida	5,6	151,3	151,8	152,4	152,9	145,7
(-) Outras Contas a Pagar	(180,1)	1.433,9	1.600,2	1.663,9	1.750,4	1.613,9
(-) Passivos Circulantes Operacionais	459,7	13.659,0	13.073,0	13.119,9	14.855,7	13.199,3
(=) Capital de Giro Ajustado	124,8	(1.969,4)	(1.854,3)	(1.741,3)	(3.187,8)	(2.094,2)
% da Receita Bruta dos Últimos 12 Meses	0,3%	-4,1%	-3,9%	-3,7%	-6,7%	-4,5%

Em set/25, a necessidade de capital de giro ajustada ficou negativa em R\$2,0 bilhões. No 3T25, a variação no capital de giro foi de R\$115,0 milhões, contribuindo para a geração de caixa operacional neste trimestre. Vale destacar o aumento de estoques e do saldo de fornecedores, um movimento alinhado à preparação para o quarto trimestre, que concentra os grandes eventos promocionais como Black Friday e Natal.

| Investimentos

R\$ milhões	3T25	%	3T24	%	Var(%)	9M25	%	9M24	%	Var(%)
Lojas Físicas	32,7	12%	20,0	13%	63%	75,0	12%	43,7	9%	72%
Tecnologia	202,9	74%	117,2	79%	73%	483,0	75%	384,9	80%	25%
Logística	13,6	5%	5,7	4%	137%	39,9	6%	24,1	5%	65%
Outros	23,3	9%	5,3	4%	343%	49,2	8%	26,5	6%	86%
Total	272,6	100%	148,2	100%	84%	647,2	100%	479,3	100%	35%

No 3T25, os investimentos somaram R\$272,6 milhões, com destaque para os investimentos em tecnologia, que representaram 74% do investimento total. Vale ressaltar o aumento de R\$72,7 milhões nos ativos imobilizados neste trimestre, incluindo investimentos da Magalu Cloud e da Galeria Magalu.

| Estrutura de Capital

R\$ milhões	Dif 12UM	set-25	jun-25	mar-25	dez-24	set-24
(-) Empréstimos e Financiamentos Circulante	(500,8)	(1.144,2)	(1.403,6)	(1.465,4)	(1.402,2)	(643,4)
(-) Empréstimos e Financiamentos não Circulante	(605,0)	(4.803,7)	(4.803,9)	(3.125,0)	(3.180,0)	(4.198,7)
(=) Endividamento Bruto	(1.105,8)	(5.947,9)	(6.207,5)	(4.590,4)	(4.582,2)	(4.842,1)
(+) Caixa e Equivalentes de Caixa	(113,6)	1.424,5	1.969,9	1.532,2	1.827,2	1.538,2
(+) Títulos e Valores Mobiliários Circulante	(114,1)	155,4	143,7	201,3	337,9	269,5
(+) Caixa e Aplicações Financeiras	(227,7)	1.579,9	2.113,6	1.733,5	2.165,1	1.807,7
(=) Caixa Líquido	(1.333,5)	(4.368,0)	(4.093,9)	(2.856,9)	(2.417,1)	(3.034,5)
(+) Cartões de Crédito - Terceiros	453,9	3.707,0	4.021,4	3.157,8	4.128,9	3.253,1
(+) Cartão de Crédito - Luizacred	685,6	2.264,9	1.865,7	1.789,0	1.588,9	1.579,3
(+) Contas a Receber - Cartões de Crédito	1.139,5	5.971,9	5.887,1	4.946,8	5.717,8	4.832,4
(=) Caixa Líquido Ajustado	(194,0)	1.603,9	1.793,2	2.089,9	3.300,8	1.797,9
Endividamento de Curto Prazo / Total	6%	19%	23%	32%	31%	13%
Endividamento de Longo Prazo / Total	-6%	81%	77%	68%	69%	87%
EBITDA Ajustado (Últimos 12 Meses)	170,5	3.043,0	3.049,2	3.033,2	2.962,2	2.872,5
Caixa Líquido Ajustado / EBITDA Ajustado	-0,1 x	0,5 x	0,6 x	0,7 x	1,1 x	0,6 x
Caixa, Aplicações e Cartões de Crédito	911,8	7.551,9	8.000,7	6.680,3	7.882,9	6.640,1

A Companhia encerrou o trimestre com uma robusta posição de caixa total de R\$7,6 bilhões, considerando caixa e aplicações financeiras de R\$1,6 bilhão e recebíveis de cartão de crédito disponíveis de R\$6,0 bilhões.

Em jul/25, o Magalu efetuou a liquidação de uma debênture no montante de R\$400 milhões, mais juros. Adicionalmente, em out/25, a Companhia realizou o pagamento de R\$1 bilhão, acrescido de juros, referentes à 10ª e 11ª emissão de debêntures. Tais movimentos reforçam o compromisso com a disciplina financeira e a otimização da estrutura de capital.

ANEXO I

DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – RESULTADO CONSOLIDADO

DRE CONSOLIDADO (em R\$ milhões)	3T25	AV	3T24	AV	Var(%)	9M25	AV	9M24	AV	Var(%)
Receita Bruta	11.318,6	125,4%	11.165,5	124,0%	1,4%	34.316,8	124,6%	33.872,9	124,3%	1,3%
Impostos e Cancelamentos	(2.292,0)	-25,4%	(2.164,0)	-24,0%	5,9%	(6.766,5)	-24,6%	(6.622,2)	-24,3%	2,2%
Receita Líquida	9.026,7	100,0%	9.001,5	100,0%	0,3%	27.550,3	100,0%	27.250,8	100,0%	1,1%
Custo Total	(6.184,0)	-68,5%	(6.164,0)	-68,5%	0,3%	(19.042,2)	-69,1%	(18.867,5)	-69,2%	0,9%
Lucro Bruto	2.842,7	31,5%	2.837,6	31,5%	0,2%	8.508,1	30,9%	8.383,2	30,8%	1,5%
Despesas com Vendas	(1.733,4)	-19,2%	(1.732,5)	-19,2%	0,1%	(5.197,2)	-18,9%	(5.086,2)	-18,7%	2,2%
Despesas Gerais e Administrativas	(355,7)	-3,9%	(342,1)	-3,8%	3,9%	(1.032,2)	-3,7%	(1.021,7)	-3,7%	1,0%
Perda em Liquidação Duvidosa	(112,6)	-1,2%	(114,8)	-1,3%	-1,9%	(344,6)	-1,3%	(343,9)	-1,3%	0,2%
Outras Receitas Operacionais, LÍQ.	132,2	1,5%	32,1	0,4%	311,8%	194,0	0,7%	46,1	0,2%	320,8%
Equivalência Patrimonial	34,2	0,4%	33,2	0,4%	3,0%	127,6	0,5%	75,8	0,3%	68,3%
Total de Despesas Operacionais	(2.035,2)	-22,5%	(2.124,0)	-23,6%	-4,2%	(6.252,4)	-22,7%	(6.329,9)	-23,2%	-1,2%
EBITDA	807,4	8,9%	713,5	7,9%	13,2%	2.255,7	8,2%	2.053,4	7,5%	9,9%
Depreciação e Amortização	(320,2)	-3,5%	(359,7)	-4,0%	-11,0%	(961,6)	-3,5%	(1.005,7)	-3,7%	-4,4%
EBIT	487,2	5,4%	353,8	3,9%	37,7%	1.294,1	4,7%	1.047,7	3,8%	23,5%
Resultado Financeiro	(488,1)	-5,4%	(300,6)	-3,3%	62,4%	(1.471,7)	-5,3%	(1.085,1)	-4,0%	35,6%
Lucro Operacional	(0,8)	0,0%	53,2	0,6%	-	(177,6)	-0,6%	(37,4)	-0,1%	375,0%
IR / CS	85,4	0,9%	49,1	0,5%	73,8%	250,6	0,9%	191,3	0,7%	31,0%
Lucro Líquido	84,6	0,9%	102,4	1,1%	-17,4%	73,0	0,3%	153,9	0,6%	-52,6%

Cálculo do EBITDA

Lucro Líquido	84,6	0,9%	102,4	1,1%	-17,4%	73,0	0,3%	153,9	0,6%	-52,6%
(+/-) IR / CS	(85,4)	-0,9%	(49,1)	-0,5%	73,8%	(250,6)	-0,9%	(191,3)	-0,7%	31,0%
(+/-) Resultado Financeiro	488,1	5,4%	300,6	3,3%	62,4%	1.471,7	5,3%	1.085,1	4,0%	35,6%
(+) Depreciação e amortização	320,2	3,5%	359,7	4,0%	-11,0%	961,6	3,5%	1.005,7	3,7%	-4,4%
EBITDA	807,4	8,9%	713,5	7,9%	13,2%	2.255,7	8,2%	2.053,4	7,5%	9,9%

Reconciliação do EBITDA pelas despesas não recorrentes

EBITDA	807,4	8,9%	713,5	7,9%	13,2%	2.255,7	8,2%	2.053,4	7,5%	9,9%
Resultado Não Recorrente	(96,0)	-1,1%	4,1	0,0%	-	(34,1)	-0,1%	62,7	0,2%	-
EBITDA Ajustado	711,4	7,9%	717,6	8,0%	-0,9%	2.221,6	8,1%	2.116,0	7,8%	5,0%

Lucro Líquido	84,6	0,9%	102,4	1,1%	-17,4%	73,0	0,3%	153,9	0,6%	-52,6%
Resultado Não Recorrente	(63,4)	0,0%	(32,2)	-0,4%	96,7%	(14,1)	-0,1%	(16,5)	-0,1%	-14,5%
Lucro Líquido Ajustado	21,2	0,2%	70,2	0,8%	-69,8%	58,9	0,2%	137,4	0,5%	-57,1%

* O EBITDA (sigla em inglês para LAJIDA – Lucro Antes dos Juros, Impostos sobre Renda incluindo Contribuição Social sobre o Lucro Líquido, Depreciação e Amortização) é uma medição não contábil elaborada pela Companhia, em consonância com a Instrução CVM nº 527, de 04 de outubro de 2012. O EBITDA consiste no lucro líquido da Companhia, acrescido do resultado financeiro líquido, do imposto de renda e da contribuição social, e dos custos e despesas com depreciação e amortização.

O EBITDA Ajustado consiste no valor de EBITDA ajustado pelo resultado não recorrente. No caso do ajuste acima identificado este refere-se a créditos tributários, além de outras provisões e despesas não recorrentes. A Companhia entende que a divulgação do EBITDA Ajustado é necessária para que se entenda o real impacto na geração de caixa, excluindo-se eventos extraordinários. O EBITDA ajustado não é uma métrica de performance adotada pelo IFRS. A definição de EBITDA ajustado da Companhia pode não ser comparável a medidas semelhantes fornecidas por outras companhias.

ANEXO II – AJUSTADO
DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – RESULTADO CONSOLIDADO

DRE CONSOLIDADO (em R\$ milhões)	3T25 Ajustado	AV	3T24 Ajustado	AV	Var(%)	9M25 Ajustado	AV	9M24 Ajustado	AV	Var(%)
Receita Bruta	11.318,6	125,4%	11.165,5	124,0%	1,4%	34.316,8	124,6%	33.872,9	124,3%	1,3%
Impostos e Cancelamentos	(2.292,0)	-25,4%	(2.164,0)	-24,0%	5,9%	(6.766,5)	-24,6%	(6.622,2)	-24,3%	2,2%
Receita Líquida	9.026,7	100,0%	9.001,5	100,0%	0,3%	27.550,3	100,0%	27.250,8	100,0%	1,1%
Custo Total	(6.184,0)	-68,5%	(6.164,0)	-68,5%	0,3%	(19.042,2)	-69,1%	(18.867,5)	-69,2%	0,9%
Lucro Bruto	2.842,7	31,5%	2.837,6	31,5%	0,2%	8.508,1	30,9%	8.383,2	30,8%	1,5%
Despesas com Vendas	(1.733,4)	-19,2%	(1.732,5)	-19,2%	0,1%	(5.197,2)	-18,9%	(5.086,2)	-18,7%	2,2%
Despesas Gerais e Administrativas	(355,7)	-3,9%	(342,1)	-3,8%	3,9%	(1.032,2)	-3,7%	(1.021,7)	-3,7%	1,0%
Perda em Liquidação Duvidosa	(86,1)	-1,0%	(114,8)	-1,3%	-25,0%	(318,1)	-1,2%	(343,9)	-1,3%	-7,5%
Outras Receitas Operacionais, Líq.	9,7	0,1%	36,2	0,4%	-73,2%	133,4	0,5%	108,8	0,4%	22,6%
Equivalência Patrimonial	34,2	0,4%	33,2	0,4%	3,0%	127,6	0,5%	75,8	0,3%	68,3%
Total de Despesas Operacionais	(2.131,2)	-23,6%	(2.119,9)	-23,6%	0,5%	(6.286,5)	-22,8%	(6.267,2)	-23,0%	0,3%
EBITDA	711,4	7,9%	717,6	8,0%	-0,9%	2.221,6	8,1%	2.116,0	7,8%	5,0%
Depreciação e Amortização	(320,2)	-3,5%	(319,5)	-3,5%	0,2%	(961,6)	-3,5%	(965,5)	-3,5%	-0,4%
EBIT	391,2	4,3%	398,1	4,4%	-1,7%	1.260,0	4,6%	1.150,6	4,2%	9,5%
Resultado Financeiro	(488,1)	-5,4%	(360,1)	-4,0%	35,6%	(1.471,7)	-5,3%	(1.144,6)	-4,2%	28,6%
Lucro Operacional	(96,8)	-1,1%	38,0	0,4%	-	(211,7)	-0,8%	6,0	0,0%	-
IR / CS	118,1	1,3%	32,1	0,4%	267,8%	270,6	1,0%	131,4	0,5%	105,9%
Lucro Líquido	21,2	0,2%	70,2	0,8%	-69,8%	58,9	0,2%	137,4	0,5%	-57,1%

ANEXO III
DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – BALANÇO PATRIMONIAL CONSOLIDADO
ATIVO

ATIVO	set/25	jun/25	mar/25	dez/24	set/24
ATIVO CIRCULANTE					
Caixa e Equivalentes de Caixa	1.424,5	1.969,9	1.532,2	1.827,2	1.538,2
Títulos e Valores Mobiliários	155,4	143,7	201,3	337,9	269,5
Contas a Receber - Cartão de Crédito	3.707,0	4.021,4	3.157,8	4.128,9	3.253,1
Contas a Receber - Outros	1.622,9	1.719,4	1.789,4	1.704,6	1.525,7
Estoques	7.472,1	7.040,0	7.190,7	7.611,1	7.385,3
Partes Relacionadas - Cartão Luiza	2.264,9	1.865,7	1.789,0	1.588,9	1.579,3
Partes Relacionadas - Outros	34,4	33,2	23,8	72,5	76,9
Tributos a Recuperar	1.931,6	1.837,1	1.822,3	1.856,5	1.598,1
Imposto de Renda e Contribuição Social a Recuperar	150,8	132,5	119,6	97,8	191,8
Outros Ativos	477,8	456,5	432,9	325,4	327,4
Total do Ativo Circulante	19.241,5	19.219,4	18.058,9	19.550,8	17.745,2
ATIVO NÃO CIRCULANTE					
Contas a Receber	32,9	24,1	24,9	48,6	32,6
Tributos a Recuperar	1.592,3	1.632,9	1.703,8	1.870,7	2.407,3
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	3.525,1	3.421,8	3.308,6	3.285,8	3.124,4
Depósitos Judiciais	2.009,3	1.935,8	1.863,8	1.902,4	1.865,9
Outros Ativos	105,2	104,6	104,8	129,4	123,1
Investimentos em Controladas	1.099,4	1.065,1	1.013,6	971,9	898,7
Direito de Uso	3.212,5	3.190,4	3.198,4	3.235,4	3.256,9
Imobilizado	1.873,0	1.800,3	1.819,4	1.834,7	1.780,3
Intangível	4.530,8	4.519,0	4.480,8	4.482,3	4.469,4
Total do Ativo não Circulante	17.980,5	17.694,2	17.518,2	17.761,0	17.958,7
TOTAL DO ATIVO	37.222,0	36.913,6	35.577,1	37.311,9	35.703,9

ANEXO III
DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – BALANÇO PATRIMONIAL CONSOLIDADO
PASSIVO

PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	set/25	jun/25	mar/25	dez/24	set/24
PASSIVO CIRCULANTE					
Fornecedores	10.003,5	9.255,0	8.921,7	10.283,1	9.045,1
<i>Fornecedores</i>	7.122,8	6.906,9	6.000,0	7.182,9	6.447,1
<i>Fornecedores Convênio</i>	2.880,7	2.348,1	2.921,7	3.100,2	2.598,1
Repasse e outros depósitos	1.250,6	1.267,5	1.506,2	1.640,6	1.490,6
Empréstimos e Financiamentos	1.144,2	1.403,6	1.465,4	1.402,2	643,4
Salários, Férias e Encargos Sociais	535,2	477,3	569,6	558,6	527,4
Tributos a Recolher	233,0	251,0	265,5	363,0	273,6
Partes Relacionadas	51,5	70,1	40,6	107,1	103,0
Arrendamento Mercantil	443,1	433,0	440,2	452,7	467,2
Receita Diferida	151,3	151,8	152,4	152,9	145,7
Outras Contas a Pagar	1.433,9	1.600,2	1.663,9	1.750,4	1.613,9
Total do Passivo Circulante	15.246,3	14.909,6	15.025,5	16.710,6	14.309,9
PASSIVO NÃO CIRCULANTE					
Empréstimos e Financiamentos	4.803,7	4.803,9	3.125,0	3.180,0	4.198,7
Tributos a Recolher	44,5	49,8	52,0	55,6	4,2
Arrendamento Mercantil	3.117,1	3.085,6	3.075,4	3.080,9	3.066,5
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	29,0	30,3	31,5	74,2	119,3
Provisão para Riscos Tributários, Cíveis e Trabalhistas	1.896,9	1.989,2	1.913,6	1.857,4	1.826,6
Receita Diferida	845,8	881,5	917,2	952,9	996,4
Outras Contas a Pagar	78,6	78,6	79,0	81,0	117,5
Total do Passivo não Circulante	10.815,6	10.919,0	9.193,7	9.282,0	10.329,0
TOTAL DO PASSIVO	26.061,9	25.828,5	24.219,2	25.992,6	24.639,0
PATRIMÔNIO LÍQUIDO					
Capital Social	13.602,5	13.602,5	13.602,5	13.602,5	13.602,5
Reserva de Capital	(2.816,1)	(2.791,5)	(2.644,6)	(2.556,7)	(2.557,4)
Ações em Tesouraria	(225,9)	(266,6)	(406,6)	(503,6)	(509,9)
Reserva Legal	137,4	137,4	137,4	137,4	137,4
Reserva de Retenção de Lucros	543,3	543,6	768,6	319,8	319,8
Ajuste de Avaliação Patrimonial	(154,2)	(128,7)	(112,1)	(129,0)	(81,4)
Lucros (Prejuízos) Acumulados	73,0	(11,6)	12,8	448,7	153,9
Total do Patrimônio Líquido	11.160,1	11.085,1	11.357,9	11.319,3	11.064,9
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	37.222,0	36.913,6	35.577,1	37.311,9	35.703,9

ANEXO IV

DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – DEMONSTRAÇÕES DO FLUXO DE CAIXA CONSOLIDADO GERENCIAL

FLUXOS DE CAIXA GERENCIAL (em R\$ milhões)	3T25	3T24	set/25 12UM	set/24 12UM
Lucro Líquido	84,6	102,4	367,8	366,1
Efeito de IR/CS Líquido de Pagamento	(88,9)	(57,9)	(450,4)	(435,3)
Depreciação e Amortização	320,2	359,7	1.289,2	1.311,1
Juros sobre Empréstimos e Arrendamento Mercantil Provisionados	335,3	217,4	1.111,0	1.032,3
Equivalência Patrimonial	(34,2)	(33,2)	(200,3)	(85,1)
Dividendos Recebidos	-	-	80,6	(0,2)
Provisão para Perdas de Estoques e Contas a Receber	161,2	163,7	727,0	662,7
Provisão para Riscos Tributários, Cíveis e Trabalhistas	(82,2)	(41,3)	103,9	694,2
Resultado na Venda de Ativos	0,9	(0,0)	1,6	(209,5)
Apropriação da Receita Diferida	(36,2)	(37,5)	(144,4)	(145,9)
Despesas com Plano de Ações e Opções	5,9	4,8	16,9	11,6
Outros	-	-	-	-
Lucro Líquido Ajustado	666,5	678,1	2.902,9	3.202,0
Contas a Receber Ajustado (sem Cartões de Terceiros)	(52,0)	(187,1)	(691,7)	(911,6)
Estoques	(456,0)	(218,8)	(266,7)	363,0
Tributos a Recuperar	(64,1)	28,4	289,8	145,5
Depósito judiciais	(73,5)	(46,2)	(143,4)	(107,6)
Outros Ativos Ajustado (sem Cartão Luiza)	(59,3)	(9,8)	(155,9)	121,3
Variação nos Ativos Operacionais	(704,8)	(433,4)	(968,0)	(389,5)
Fornecedores (Incluindo convênio)	748,5	335,4	879,2	(182,6)
Outras Contas a Pagar	(175,6)	69,6	(281,4)	(120,8)
Variação nos Passivos Operacionais	572,9	405,0	597,8	(303,4)
Fluxo de Caixa das Atividades Operacionais	534,6	649,7	2.532,7	2.509,1
Aquisição de Imobilizado e Intangível	(272,6)	(148,2)	(897,5)	(652,2)
Investimento em Controlada	(2,5)	(303,6)	(98,0)	(522,3)
Venda de participação societária em controlada em conjunto	-	-	-	166,8
Venda de Contrato de Exclusividade e Direito de Exploração	-	-	-	4,6
Fluxo de Caixa das Atividades de Investimentos	(275,1)	(451,7)	(995,4)	(1.003,1)
Captação de Empréstimos e Financiamentos	-	300,2	1.997,5	300,2
Pagamento de Empréstimos e Financiamentos	(400,1)	(107,3)	(982,9)	(2.409,1)
Pagamento de Juros sobre Empréstimos e Financiamentos	(108,1)	(27,0)	(598,7)	(1.249,5)
Pagamento de Arrendamento Mercantil	(113,5)	(123,8)	(475,2)	(499,4)
Pagamento de juros sobre Arrendamento Mercantil	(86,7)	(78,1)	(341,1)	(318,7)
Pagamento de Dividendos	-	-	(225,0)	-
Aumento de Capital Privado	-	-	-	1.250,0
Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamentos	(708,4)	(35,9)	(625,5)	(2.926,5)
Saldo Inicial de Caixa, Equiv. e TVM e Outros Ativos Financeiros	8.000,7	6.478,0	6.640,1	8.060,7
Saldo Final de Caixa, Equiv. e TVM e Outros Ativos Financeiros	7.551,9	6.640,1	7.551,9	6.640,1
Variação no Caixa, Equiv. e Títulos e Valores Mobiliários	(448,9)	162,1	911,8	(1.420,6)

Nota: A diferença entre a Demonstração de Fluxo de Caixa e a Demonstração de Fluxo de Caixa Gerencial Ajustado refere-se basicamente a:

- (i) tratamento dos Títulos e Valores Mobiliários (TVM) como Equivalentes de Caixa.
- (ii) tratamento do Recebíveis de Cartão de Crédito como Caixa.
- (iii) tratamento de Fornecedores Convênio como Fornecedores

ANEXO V

RETORNO SOBRE CAPITAL INVESTIDO (ROIC) E INVESTIMENTO (ROE)

CAPITAL INVESTIDO (R\$MM)	set-25	jun-25	mar-25	dez-24	set-24
(=) Capital de Giro	3.559,4	3.599,8	2.765,3	2.077,4	2.271,0
(+) Contas a receber	32,9	24,1	24,9	48,6	32,6
(+) IR e CS diferidos	3.525,1	3.421,8	3.308,6	3.285,8	3.124,4
(+) Impostos a recuperar	1.592,3	1.632,9	1.703,8	1.870,7	2.407,3
(+) Depósitos judiciais	2.009,3	1.935,8	1.863,8	1.902,4	1.865,9
(+) Outros ativos	105,2	104,6	104,8	129,4	123,1
(+) Invest. contr. em conjunto	1.099,4	1.065,1	1.013,6	971,9	898,7
(+) Direito de Uso	3.212,5	3.190,4	3.198,4	3.235,4	3.256,9
(+) Imobilizado	1.873,0	1.800,3	1.819,4	1.834,7	1.780,3
(+) Intangível	4.530,8	4.519,0	4.480,8	4.482,3	4.469,4
(+) Ativos não circulantes operacionais	17.980,5	17.694,2	17.518,2	17.761,0	17.958,7
(-) Provisão para contingências	1.896,9	1.989,2	1.913,6	1.857,4	1.826,6
(-) Arrendamento Mercantil	3.117,1	3.085,6	3.075,4	3.080,9	3.066,5
(-) Receita diferida	845,8	881,5	917,2	952,9	996,4
(-) Tributos a Recolher	44,5	49,8	52,0	55,6	4,2
(-) IR e CS diferidos	29,0	30,3	31,5	74,2	119,3
(-) Outras contas a pagar	78,6	78,6	79,0	81,0	117,5
(-) Passivos não circulantes operacionais	6.011,9	6.115,0	6.068,7	6.102,1	6.130,3
(=) Capital Fixo	11.968,7	11.579,2	11.449,5	11.659,0	11.828,3
(=) Capital Investido Total	15.528,1	15.179,0	14.214,8	13.736,3	14.099,3
(+) Dívida Líquida	4.368,0	4.093,9	2.856,9	2.417,1	3.034,5
(+) Patrimônio Líquido	11.160,1	11.085,1	11.357,9	11.319,3	11.064,9
(=) Financiamento Total	15.528,1	15.179,0	14.214,8	13.736,3	14.099,3

RECONCILIAÇÃO DAS DESPESAS FINANCEIRAS (R\$MM)	3T25	2T25	1T25	4T24	3T24
Receitas Financeiras	208,1	183,5	170,3	169,1	223,9
Despesas Financeiras	(696,2)	(679,1)	(658,4)	(559,1)	(524,5)
Despesas Financeiras Líquidas	(488,1)	(495,6)	(488,1)	(390,0)	(300,6)
Juros de Antecipação: Cartão Luiza e Cartão de Terceiros	206,3	250,1	315,6	236,2	215,0
Despesas Financeiras Ajustadas	(281,8)	(245,4)	(172,4)	(153,8)	(85,5)
Economia de IR/CS sobre Despesas Financeiras Ajustadas	95,8	83,4	58,6	52,3	29,1
Despesas Financeiras Ajustadas Líquidas de Impostos	(186,0)	(162,0)	(113,8)	(101,5)	(56,4)

RECONCILIAÇÃO DO NOPLAT E ROIC/ROE (R\$MM)	3T25	2T25	1T25	4T24	3T24
EBITDA	807,4	687,1	761,2	842,4	713,5
Juros de Antecipação: Cartão Luiza e Cartão de Terceiros	(206,3)	(250,1)	(315,6)	(236,2)	(215,0)
Depreciação	(320,2)	(318,3)	(323,1)	(327,6)	(359,7)
IR/CS correntes e diferidos	85,4	102,4	62,8	170,0	49,1
Economia de IR/CS sobre Despesas Financeiras Ajustadas	(95,8)	(83,4)	(58,6)	(52,3)	(29,1)
Lucro Líquido Operacional (NOPLAT)	270,6	137,6	126,6	396,3	158,8
Capital Investido	15.528,1	15.179,0	14.214,8	13.736,3	14.099,3
ROIC Anualizado	7%	4%	4%	12%	5%
Lucro Líquido	84,6	(24,4)	12,8	294,8	102,4
Patrimônio Líquido	11.160,1	11.085,1	11.357,9	11.319,3	11.064,9
ROE Anualizado	3%	-1%	0%	10%	4%

ANEXO VI

ABERTURA DAS VENDAS TOTAIS E NÚMERO DE LOJAS POR CANAL

Abertura Vendas Totais	3T25	A.V.(%)	3T24	A.V.(%)	Crescimento
					Total
Lojas Virtuais	289,7	1,9%	280,7	1,8%	3,2%
Lojas Convencionais	4.448,9	29,5%	4.223,3	27,3%	5,3%
Subtotal - Lojas Físicas	4.738,6	31,4%	4.504,0	29,1%	5,2%
E-commerce Tradicional (1P)	6.412,0	42,5%	6.520,9	42,1%	-1,7%
Marketplace (3P)	3.947,9	26,1%	4.472,8	28,9%	-11,7%
Subtotal - E-commerce Total	10.359,9	68,6%	10.993,7	70,9%	-5,8%
Vendas Totais	15.098,5	100,0%	15.497,7	100,0%	-2,6%

Abertura Vendas Totais	9M25	A.V.(%)	9M24	A.V.(%)	Crescimento
					Total
Lojas Virtuais	875,0	1,9%	844,6	1,8%	3,6%
Lojas Convencionais	13.421,7	28,9%	12.794,9	27,3%	4,9%
Subtotal - Lojas Físicas	14.296,7	30,8%	13.639,5	29,1%	4,8%
E-commerce Tradicional (1P)	19.554,6	42,1%	19.791,9	42,2%	-1,2%
Marketplace (3P)	12.592,5	27,1%	13.479,7	28,7%	-6,6%
Subtotal - E-commerce Total	32.147,1	69,2%	33.271,6	70,9%	-3,4%
Vendas Totais	46.443,8	100,0%	46.911,1	100,0%	-1,0%

⁽¹⁾ Vendas Totais incluem a receita bruta das lojas físicas e do e-commerce mais as vendas do marketplace.

Número de Lojas por Canal - Final do Período	set/25	Part(%)	set/24	Part(%)	Crescimento
					Total
Lojas Virtuais	230	18,5%	230	18,5%	-
Lojas Convencionais	1.015	81,5%	1.015	81,5%	-
Total	1.245	100,0%	1.245	100,0%	-

Área total de vendas (m²)	680.338	100,0%	692.826	100,0%	-1,8%
----------------------------------	----------------	---------------	----------------	---------------	--------------

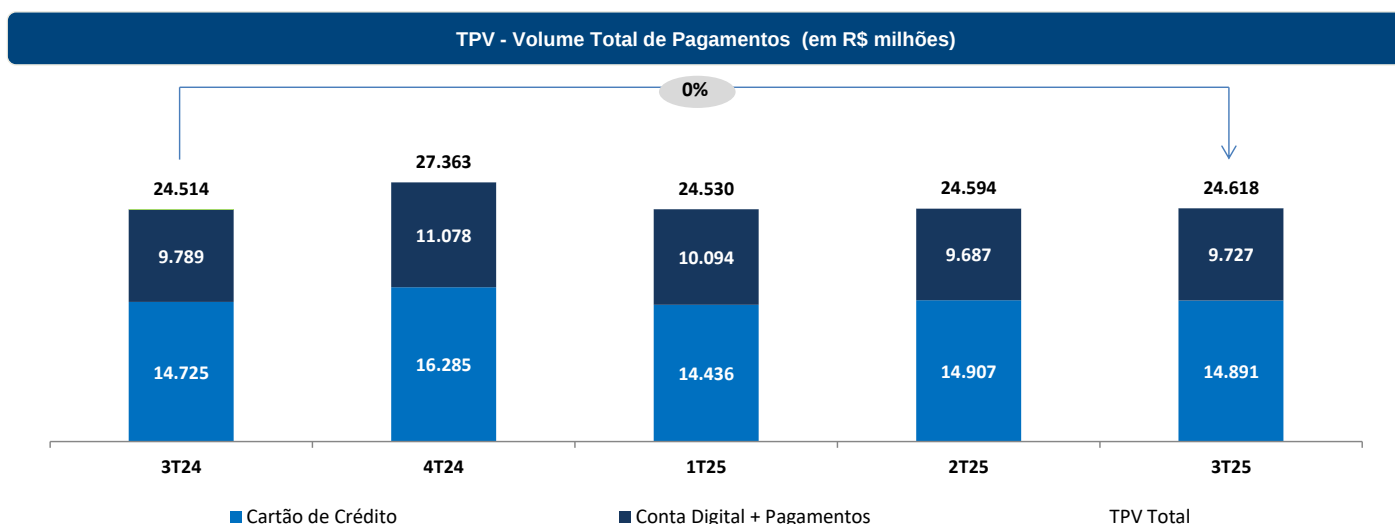
ANEXO VII MAGALUPAY

As iniciativas do Magalupay integram soluções financeiras para clientes e sellers. Entre os serviços oferecidos, estão subadquirência, conta digital, cartão de crédito, CDC (“Buy Now, Pay Later”), seguros e empréstimos para pessoas físicas e jurídicas.

A consolidação do Magalupay continua a impulsionar o desempenho robusto dos serviços financeiros, evidenciando uma importante diversificação de resultados. Houve um destaque para o avanço do Crédito Direto ao Consumidor em todos os canais, avançando em originação tanto nas lojas físicas quanto no ambiente online. A retomada resultou na expansão da carteira de CDC em 7,1% no trimestre, que atingiu R\$1,6 bilhão. O Consórcio também manteve um sólido ritmo de crescimento, com a receita líquida avançando cerca de 10%. Em conjunto, essa evolução das verticais reafirma o Magalupay como uma plataforma de soluções financeiras sustentáveis.

| Indicadores Operacionais

- O volume total de transações (TPV) foi de R\$24,6 bilhões no 3T25, mantendo-se estável em relação ao 3T24.

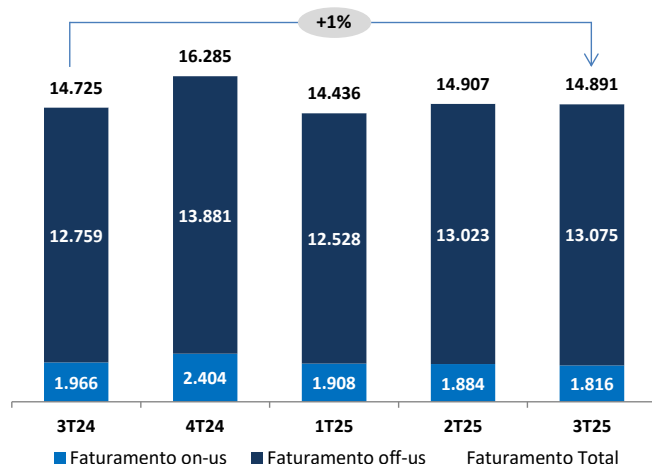


| Cartão de Crédito

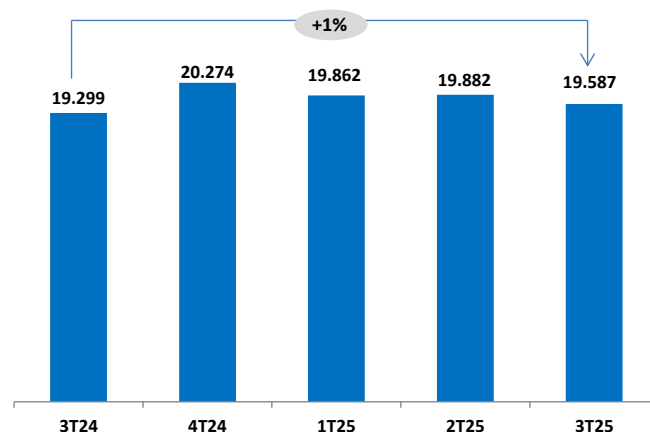
- O TPV de Cartão de Crédito foi de R\$14,9 bilhões no 3T25, crescendo 1,1% em relação ao 3T24. Esse resultado foi impulsionado pelo faturamento robusto fora do Magalu, que avançou 2,5% no trimestre, totalizando R\$13,1 bilhões. As vendas realizadas dentro do ecossistema por clientes do Cartão Luiza e do Cartão Magalu — reconhecidos pela fidelidade e maior frequência de compra — totalizaram R\$1,8 bilhão no 3T25.
- A carteira de crédito totalizou R\$19,6 bilhões ao final do 3T25, um aumento de 1,5% em relação ao 3T24.

3T25

TPV Cartão de Crédito (em R\$ milhares)

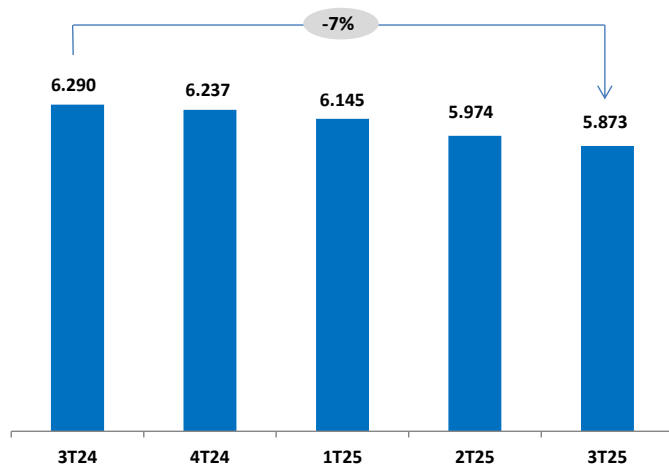


Evolução Carteira de Cartões de Crédito (em R\$ milhares)

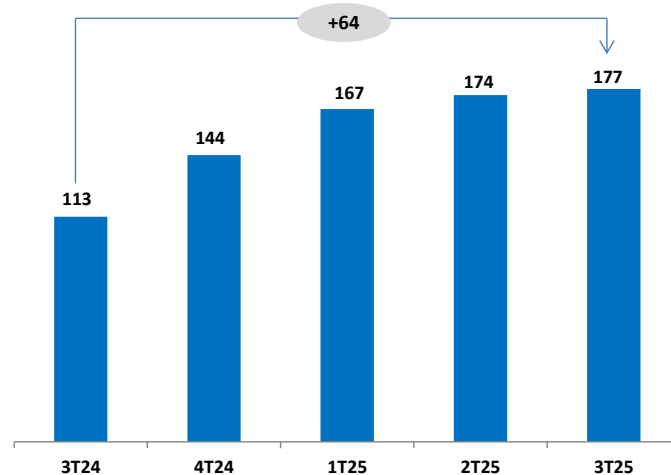


- Em set/25, a base total de cartões de crédito foi de 5,9 milhões de cartões (-6,6% versus set/24), incluindo o Cartão Luiza e o Cartão Magalu.

Evolução da Base de Cartões de Crédito (em quantidade, mil)



Evolução do Número de sellers com Conta Digital MagaluPay (em quantidade, mil)



Conta Digital e Pagamentos

- O volume total de transações processadas (TPV) na subadquirência, conta digital e empréstimos para sellers atingiu R\$9,5 bilhões no 3T25, crescendo 2,3%.
- A Conta Digital Magalupay tem se consolidado como um hub financeiro para o ecossistema. O Magalupay Empresas alcançou 177 mil contas de sellers, que agora contam com diversos serviços em um único lugar. A força dessa plataforma resultou em um TPV total de R\$1,4 bilhão no 3T25 para toda a Conta Digital Magalupay.

ANEXO VIII

LUIZACRED

| Demonstração de Resultados da Luizacred em IFRS

R\$ milhões	3T25	AV	3T24	AV	Var(%)	9M25	AV	9M24	AV	Var(%)
Receitas da Intermediação Financeira	568,6	100,0%	603,3	100,0%	-5,8%	1.862,8	100,0%	1.860,0	100,0%	0,1%
Despesas da Intermediação Financeira	(563,5)	-99,1%	(612,6)	-101,5%	-8,0%	(1.811,9)	-97,3%	(1.946,6)	-104,7%	-6,9%
Operações de Captação no Mercado	(103,5)	-18,2%	(119,4)	-19,8%	-13,3%	(330,8)	-17,8%	(392,2)	-21,1%	-15,7%
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	(460,1)	-80,9%	(493,2)	-81,7%	-6,7%	(1.481,1)	-79,5%	(1.554,4)	-83,6%	-4,7%
Resultado Bruto da Intermediação Financeira	5,1	0,9%	(9,3)	-1,5%	-	50,9	2,7%	(86,6)	-4,7%	-
Receitas de Prestação de Serviços	407,4	71,7%	405,0	67,1%	0,6%	1.217,9	65,4%	1.209,7	65,0%	0,7%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(295,1)	-51,9%	(290,6)	-48,2%	1,6%	(893,7)	-48,0%	(878,3)	-47,2%	1,7%
Despesas de Pessoal	(5,0)	-0,9%	(3,7)	-0,6%	37,1%	(16,6)	-0,9%	(8,7)	-0,5%	91,4%
Outras Despesas Administrativas	(208,0)	-36,6%	(196,7)	-32,6%	5,7%	(610,5)	-32,8%	(598,2)	-32,2%	2,1%
Depreciação e Amortização	(3,1)	-0,5%	(2,9)	-0,5%	4,8%	(8,6)	-0,5%	(8,9)	-0,5%	-3,0%
Despesas Tributárias	(54,4)	-9,6%	(53,9)	-8,9%	0,8%	(169,1)	-9,1%	(165,9)	-8,9%	1,9%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(24,7)	-4,3%	(33,4)	-5,5%	-26,1%	(88,8)	-4,8%	(96,7)	-5,2%	-8,1%
Resultado Antes da Tributação sobre o Lucro	117,4	20,6%	105,1	17,4%	11,6%	375,1	20,1%	244,8	13,2%	53,2%
Imposto de Renda e Contribuição Social	(49,4)	-8,7%	(39,1)	-6,5%	26,3%	(121,3)	-6,5%	(94,6)	-5,1%	28,3%
Lucro Líquido	68,0	12,0%	66,0	10,9%	2,9%	253,7	13,6%	150,2	8,1%	68,9%

| Demonstração de Resultados da Luizacred pelas normas contábeis estabelecidas pelo Banco Central

R\$ milhões	3T25	AV	3T24	AV	Var(%)	9M25	AV	9M24	AV	Var(%)
Receitas da Intermediação Financeira	568,6	100,0%	603,4	100,0%	-5,8%	1.862,9	100,0%	1.860,2	100,0%	0,1%
Despesas da Intermediação Financeira	(603,0)	-106,1%	(603,3)	-100,0%	0,0%	(1.864,0)	-100,1%	(1.979,3)	-106,4%	-5,8%
Operações de Captação no Mercado	(103,5)	-18,2%	(119,4)	-19,8%	-13,3%	(330,8)	-17,8%	(392,2)	-21,1%	-15,7%
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	(499,6)	-87,9%	(483,9)	-80,2%	3,2%	(1.533,2)	-82,3%	(1.587,1)	-85,3%	-3,4%
Resultado Bruto da Intermediação Financeira	(34,5)	-6,1%	0,1	0,0%	-	(1,1)	-0,1%	(119,1)	-6,4%	-99,0%
Receitas de Prestação de Serviços	407,4	71,7%	405,0	67,1%	0,6%	1.217,9	65,4%	1.209,7	65,0%	0,7%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(295,1)	-51,9%	(290,6)	-48,2%	1,6%	(893,7)	-48,0%	(878,3)	-47,2%	1,7%
Despesas de Pessoal	(5,0)	-0,9%	(3,7)	-0,6%	37,1%	(16,6)	-0,9%	(8,7)	-0,5%	91,4%
Outras Despesas Administrativas	(208,0)	-36,6%	(196,7)	-32,6%	5,7%	(610,5)	-32,8%	(598,2)	-32,2%	2,1%
Depreciação e Amortização	(3,1)	-0,5%	(2,9)	-0,5%	4,8%	(8,6)	-0,5%	(8,9)	-0,5%	-3,0%
Despesas Tributárias	(54,4)	-9,6%	(53,9)	-8,9%	0,8%	(169,1)	-9,1%	(165,9)	-8,9%	1,9%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(24,7)	-4,3%	(33,4)	-5,5%	-26,1%	(88,8)	-4,8%	(96,7)	-5,2%	-8,1%
Resultado Antes da Tributação sobre o Lucro	77,8	13,7%	114,4	19,0%	-32,0%	323,0	17,3%	212,3	11,4%	52,2%
Imposto de Renda e Contribuição Social	(33,6)	-5,9%	(42,8)	-7,1%	-21,6%	(100,5)	-5,4%	(81,6)	-4,4%	23,2%
Lucro Líquido	44,3	7,8%	71,6	11,9%	-38,2%	222,5	11,9%	130,7	7,0%	70,3%

3T25

| Receitas da Intermediação Financeira

No 3T25, as receitas da intermediação financeira atingiram R\$568,6 milhões, uma redução de 5,8% em relação ao mesmo trimestre do ano anterior, em função de uma menor inadimplência da carteira e, consequentemente, à redução da receita gerada por juros de atraso.

| Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa (PDD)

A carteira vencida de 15 dias a 90 dias (NPL 15) representou apenas 2,6% da carteira total em set/25, uma melhora de 0,2 p.p. em relação a set/24 e de 0,1 p.p. em relação a jun/25. A carteira vencida acima de 90 dias (NPL 90) foi de 8,0% em set/25, uma melhora de 0,8 p.p. em relação a set/24 e de 0,4 p.p. em relação a jun/25.

A política de crédito assertiva da Luizacred, somada aos eficientes esforços de cobrança realizados pelos canais digitais, lojas e centrais, tem sido fundamental para a evolução positiva dos indicadores de carteira. O resultado direto desses esforços é a redução contínua da inadimplência das safras mais recentes. A carteira vencida total diminuiu 6,4% no 3T25, passando de R\$2.214,5 milhões em jun/25 para R\$2.073,4 milhões em set/25.

As despesas de PDD líquidas de recuperação representaram 2,3% da carteira total no 3T25. Seguimos com uma tendência positiva nos indicadores de inadimplência nos últimos meses, sinalizando a contribuição favorável das novas safras para o resultado da Luizacred. O índice de cobertura da carteira vencida foi de 158% em set/25, um aumento de 4,2 p.p. em relação a set/24.

CARTEIRA - VISÃO ATRASO	set-25		jun-25		mar-25		dez-24		set-24	
000 a 014 dias	17.514	89,4%	17.667	88,9%	17.666	88,9%	18.086	89,2%	17.053	88,4%
015 a 030 dias	132	0,7%	129	0,6%	152	0,8%	138	0,7%	118	0,6%
031 a 060 dias	175	0,9%	179	0,9%	216	1,1%	186	0,9%	184	1,0%
061 a 090 dias	200	1,0%	232	1,2%	225	1,1%	229	1,1%	238	1,2%
091 a 120 dias	251	1,3%	250	1,3%	244	1,2%	238	1,2%	219	1,1%
121 a 150 dias	201	1,0%	262	1,3%	233	1,2%	194	1,0%	214	1,1%
151 a 180 dias	211	1,1%	207	1,0%	178	0,9%	178	0,9%	211	1,1%
180 a 360 dias	903	4,6%	957	4,8%	947	4,8%	1.025	5,1%	1.063	5,5%
Carteira de Crédito (R\$ milhões)	19.588	100,0%	19.882	100,0%	19.862	100,0%	20.274	100,0%	19.299	100,0%
Expectativa de Recebimento de Carteira Vencida acima 360 dias	474		454		464		453		444	
Carteira Total em IFRS 9 (R\$ milhões)	20.062		20.336		20.326		20.727		19.743	
Atraso de 15 a 90 Dias	507	2,6%	540	2,7%	593	3,0%	553	2,7%	540	2,8%
Atraso Maior 90 Dias	1.566	8,0%	1.675	8,4%	1.602	8,1%	1.635	8,1%	1.707	8,8%
Atraso Total	2.073	10,6%	2.215	11,1%	2.196	11,1%	2.188	10,8%	2.246	11,6%
PDD Total em IFRS 9	2.476	12,6%	2.613	13,1%	2.592	13,1%	2.592	12,8%	2.625	13,6%
Índice de Cobertura Total	158%		156%		162%		159%		154%	

Nota: para melhor comparabilidade e análise de desempenho dos créditos (NPL), a Companhia passou a divulgar a abertura da carteira pelo critério de atraso, enquanto que no Banco Central a Companhia continua divulgando a abertura da carteira na visão por faixa de risco.

3T25**| Resultado Bruto da Intermediação Financeira**

O resultado bruto da intermediação financeira foi revertido de um valor negativo de R\$9,3 milhões no 3T24 para um resultado positivo de R\$5,1 milhões no 3T25. A melhora estrutural deste indicador é atribuída à melhoria na inadimplência e a redução do custo de *funding*, impulsionada pelo aumento de capital realizado no período anterior.

| Receita de Serviços e Outras Despesas/Receitas Operacionais

As receitas de serviços cresceram 0,6% no 3T25, alcançando R\$407,4 milhões, em função principalmente do crescimento do faturamento. No mesmo período, as despesas operacionais cresceram 1,6%, representando R\$295,1 milhões.

| Lucro Líquido

No 3T25, a Luizacred teve o lucro líquido em R\$68,0 milhões em IFRS. No mesmo período, de acordo com as práticas contábeis estabelecidas pelo Banco Central, o lucro líquido foi de R\$44,3 milhões.

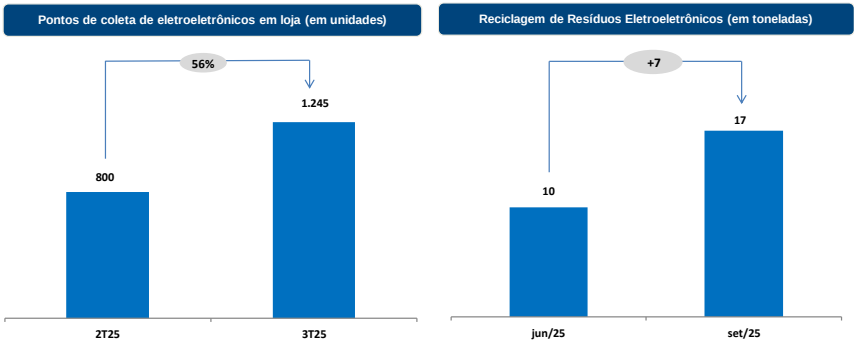
| Patrimônio Líquido

Em IFRS, o patrimônio líquido da Luizacred foi de R\$2,2 bilhões em set/25. Pelas novas práticas contábeis estabelecidas pelo Banco Central, o patrimônio líquido da Luizacred foi de R\$1,8 bilhão na mesma data.

ANEXO IX
DESTAQUES SOCIOAMBIENTAIS

| Logística Reversa

O Programa de Logística Reversa de Eletroeletrônicos segue avançando: agora, todas as lojas do Magalu dispõem de um ponto de coleta para resíduos desse tipo. Entre julho e setembro, coletamos 17 toneladas em nossas filiais, totalizando 38 toneladas enviadas à reciclagem em 2025. A evolução se deve, em parte, à instalação de coletores em toda a rede, mas resulta principalmente de uma campanha de incentivo iniciada no segundo semestre junto às lideranças das lojas. A comunicação do programa para consumidores também ganhou uma página com informações sobre o processo de logística reversa de eletrônicos e a localização de cada um dos pontos de coleta Magalu em 20 estados brasileiros.



Também lançamos a 2ª edição do Mutirão do Eletrônico, frente do nosso programa de logística reversa conduzida junto à comunidade escolar, e com o apoio de colaboradores voluntários do Magalu. Cerca de 100 escolas da Zona Norte de São Paulo, além de estudantes de 8 municípios do interior do estado, participaram da competição. A apuração do volume coletado será divulgada em dezembro.

| Emissões

O Comitê Climático do Magalu, criado em maio, estabeleceu hubs dedicados em três frentes de descarbonização do negócio: sistemas de refrigeração, transportes e resíduos. Liderados pela diretoria de Sustentabilidade e compostos por equipes multidisciplinares, os hubs têm como objetivo desenvolver e implementar soluções de baixo carbono, em linha com a estratégia climática da companhia.

| Embalagens

Oito centros de distribuição (CDs) do Magalu passaram a operar com insumos de papel nos enchimentos e proteções das embalagens enviadas aos clientes, em substituição aos materiais plásticos até então utilizados para este fim. Com isso, já são 11 CDs operando com redução significativa no consumo de plásticos de uso único. Também ampliamos a adoção de unitizadores de carga (Gaylord), a fim de reduzir o uso de stretch film e pallets de madeira nas movimentações de cargas entre CDs. Depois de realizar testes em duas rotas em 2024, 13 novas rotas foram implementadas com 1.500 novos unitizadores.

| Diversidade e Inclusão

Em agosto, mês de conscientização sobre o combate à violência contra a mulher, o Magalu utilizou suas redes para amplificar o violentômetro, peça de comunicação que ajuda a identificar os tipos de violência contra a mulher, de maneira a prevenir o feminicídio. A ação disponibilizou a peça no app do Magalu e nas lojas da companhia, além de promover disparos para clientes e publicidade em portais de notícias e podcasts. Ao todo, a campanha registrou mais de 3 milhões de visualizações nas redes sociais da Lu, e outras 10 milhões em canais parceiros. Nas lojas, mais de 12 mil colaboradores foram capacitados para identificar, apoiar e acolher vítimas de violência doméstica e familiar.

Sediamos, ainda, a formação de mais 272 mulheres empreendedoras da periferia de São Paulo na Arena Magalu, em parceria com a escola de negócios Empreende Aí. Agora, elas terão acesso a uma capacitação em vendas e posicionamento digital com profissionais do Magalu especialistas no assunto.

TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS

Teleconferência em Português com tradução simultânea para o inglês

07 de novembro de 2025 (sexta-feira)

09h00 – Horário de Brasília

07h00 – Horário Estados Unidos (EST)

Acesso Teleconferência

Relações com Investidores

Roberto Bellissimo
Diretor Financeiro e RI

Vanessa Rossini
Diretora Adjunta RI

Lucas Ozorio
Gerente RI

Saulo Melo
Analista RI

Natassia Lima
Analista RI

Tel.: +55 11 3504-2727
ri@magazineluiza.com.br

Sobre o Magazine Luiza

Magazine Luiza, ou Magalu, é uma empresa de tecnologia e logística voltada para o varejo. A partir de um varejista tradicional do interior de São Paulo com foco em bens duráveis para a classe média brasileira, a Companhia transformou-se em uma empresa de tecnologia, fornecendo uma ampla gama de produtos e serviços para brasileiros de todas as classes. O Magalu possui uma forte presença geográfica, com vinte e um centros de distribuição estrategicamente localizados que atendem uma rede de mais de 1.245 lojas distribuídas em 20 estados. No centro do sucesso do Magalu está uma plataforma de varejo multicanal, capaz de alcançar clientes através de aplicativos, site e lojas físicas. Uma grande parte do sucesso da empresa também se deve à sua equipe interna de desenvolvimento, o Luizalabs, que é composto por mais de 2.200 desenvolvedores e especialistas. Entre outras coisas, o Luizalabs utiliza tecnologias como big data e machine learning para criar aplicativos para as diversas áreas da Companhia, como atendimento, logística, financeiro e gestão de estoque, com o objetivo de eliminar qualquer fricção no processo do varejo, melhorando a rentabilidade, os prazos de entrega e a experiência do cliente. A empresa tem estado na vanguarda da adoção do e-commerce na América Latina e a operação online, incluindo o marketplace, representa 69% das vendas totais. O Magalu também possui um modelo logístico único e inovador. As operações logísticas online e offline são 100% integradas, e permitem que a Companhia aproveite sua presença física para reduzir radicalmente os custos e os prazos de entrega no Brasil.

EBITDA, EBITDA Ajustado e Lucro Líquido Ajustado

O EBITDA (lucro antes de juros, imposto de renda e contribuição social, receitas e despesas financeiras, depreciação e amortização) não é uma medida de desempenho financeiro segundo as práticas contábeis adotadas no Brasil. Por não considerar despesas intrínsecas ao negócio, o EBITDA apresenta limitações que afetam seu uso como indicador de rentabilidade ou liquidez. O EBITDA não deve ser considerado como alternativa ao lucro líquido ou fluxo de caixa operacional. Além disso, o EBITDA não possui significado padrão, e nossa definição pode não ser comparável com a definição adotada por outras Companhias. Os resultados extraordinários considerados para efeito de cálculo do EBITDA Ajustado e do Lucro Líquido Ajustado também não devem ser considerados como alternativa ao EBITDA e ao lucro líquido, conforme as práticas contábeis adotadas no Brasil.

Aviso Legal

As afirmações contidas neste documento relacionadas a perspectivas sobre os negócios, projeções sobre resultados operacionais e financeiros e aquelas relacionadas a perspectivas de crescimento do Magazine Luiza são meramente projeções e, como tais, são baseadas exclusivamente nas expectativas da diretoria sobre o futuro dos negócios. Essas expectativas dependem, substancialmente, das aprovações e licenças necessárias para homologação dos projetos, condições de mercado, do desempenho da economia brasileira, do setor e dos mercados internacionais e, portanto, sujeitas a mudanças sem aviso prévio. O presente relatório de desempenho inclui dados contábeis e não contábeis tais como, operacionais, financeiros pro forma e projeções com base na expectativa da Administração da Companhia. Os dados não contábeis não foram objeto de revisão por parte dos auditores independentes da Companhia.