

| MENSAGEM DA DIRETORIA

O ano de 2025 marcará o fim do atual ciclo estratégico do Magalu – um período de profundas transformações iniciado em 2021, focado na construção e na consolidação de um poderoso ecossistema de negócios. É hora, portanto, de fazer um balanço dos resultados alcançados ao longo desse ciclo e de apontar o que virá adiante. Nossa concepção de ecossistema – uma rede de negócios baseada na interconexão, no uso intensivo da tecnologia, na multicanalidade e em uma cultura única – nasceu com um propósito claro: blindar a companhia dos efeitos macroeconômicos adversos. Ao multiplicarmos o número de categorias de produtos e serviços oferecidos aos nossos clientes – com a aquisição de empresas como Netshoes, KaBuM! e Hub Fintech e a criação da Magalog, do Magalubank, do Magalu Ads e da Magalu Cloud – diversificamos as fontes de receita e nos tornamos resilientes às instabilidades externas.

Estamos caminhando em direção ao fim de um ciclo transformacional. E os resultados de 2024, que apresentamos aqui, são uma evidência do quanto esse processo foi bem-sucedido até agora.

Em dezembro – em meio a um cenário de juros altos e em trajetória ascendente – completamos cinco trimestres consecutivos com uma operação lucrativa. No acumulado de 2024, foram 277 milhões de reais. Fechamos o ano com um EBITDA de 3 bilhões de reais – um avanço de 39% sobre o registrado em 2023. A margem EBITDA anual atingiu 7,8%, com aumento de 2 pontos percentuais na comparação anual. O lucro operacional da empresa, antes dos impostos, cresceu o equivalente a mais de 1,3 bilhão de reais em 2024, um reflexo direto da melhoria notável dos resultados operacionais e da redução de mais de 25% das despesas financeiras.

Esses resultados foram acompanhados de uma geração de caixa operacional de 3 bilhões de reais no ano, com uma conversão de 100% do EBITDA. No período, a dívida bruta foi reduzida em quase 3 bilhões de reais. Ao final de 2024, o caixa do Magalu totalizava 8 bilhões de reais, enquanto o caixa líquido de dezembro atingia 3,3 bilhões de reais – um avanço de 1,6 bilhão de reais em 12 meses.

Tudo isso em meio a um processo de forte aperto monetário, com saltos frequentes das taxas de juros e restrições ao crédito, um ambiente que seria particularmente nocivo para uma empresa de varejo líder em bens duráveis. Uma Selic de dois dígitos foi nossa grande prova de fogo. Os números apresentados neste balanço de 2024 deixam claro que conseguimos vencê-la.

A explosão das taxas de juros é para o ciclo de consolidação do ecossistema o que a pandemia foi para nosso processo de digitalização, iniciado em 2016 e encerrado em 2020. No ano da tragédia da pandemia, tivemos de fechar as portas de todas as nossas lojas físicas. Ainda assim, naquele 2020, a companhia registrou resultados históricos, provando definitivamente que o Magalu havia se tornado um negócio digital.

No processo de consolidação do nosso ecossistema, reforçamos nossa crença em um diferencial único da companhia: a multicanalidade. Queremos que a experiência que os clientes têm no Magalu e que os ganhos que as lojas físicas nos proporcionam sejam replicados para todas as nossas marcas. Por isso, um dos marcos de 2024 e deste período final de ciclo será abrir as portas do mundo físico para todo o nosso ecossistema de negócios. Recentemente, inauguramos lojas no formato outlet de KaBuM! e Netshoes. Até meados deste ano, uma loja conceito, instalada no coração de São Paulo – o Conjunto Nacional, na Avenida Paulista – será inaugurada, com a presença de todas as nossas marcas de varejo: Magalu, Netshoes, KaBuM!, Época Cosméticos e Estante Virtual.

Encaramos nossa existência no espaço físico – gerador de receitas, redutor de custos e promotor de relacionamento com o consumidor – como uma alavanca para nossa plataforma digital, o coração do nosso modelo, cujas bases estão sendo constantemente fortalecidas. Reforçadas pela multicanalidade, as vendas digitais – que, na última década, saltaram de 2 bilhões para 46 bilhões de reais – são e continuarão sendo um grande motor das receitas da companhia. Com nossa plataforma, chegamos a clientes de todos os espectros, com quase todos os tipos de produto. Em 2024, as vendas totais do Magalu atingiram 65 bilhões de reais. Desse total, mais de 70% vieram das plataformas digitais, sendo que o 1P (estoque próprio) registrou 27 bilhões de reais em vendas no ano, com ganhos expressivos de margem operacional.

O marketplace, por sua vez, representou 40% das nossas vendas online. O Fulfillment Magalu no 3P dobrou de tamanho em relação a 2023 e atingiu 24% dos pedidos. Em julho, firmamos uma parceria inédita com o AliExpress para a venda de produtos cross-border no Magalu. Com essa iniciativa, ampliamos de forma significativa a oferta de itens de ticket baixo em nossa plataforma, que serão vendidos por sellers chineses do Alibaba. Ao mesmo tempo, passamos a disponibilizar itens do nosso sortimento próprio (1P) nos canais digitais do AliExpress no Brasil, fortalecendo ainda mais nossa presença no mercado.

E, em mais uma evidência da importância da multicanalidade para nosso modelo de negócios, as lojas físicas avançaram 12% no conceito same store sales (SSS), levando a novos ganhos de participação de mercado.

A importância dos resultados financeiros é amplificada pelos avanços obtidos, ao longo do período, na experiência do cliente. No ano do "Encanta Magalu", o NPS Corporativo atingiu 77 pontos no quarto trimestre, o maior patamar já registrado pela companhia para o período. Esse resultado é fruto, sobretudo, da melhoria dos níveis de serviço do marketplace, que levaram a um aumento de 14 pontos no NPS do 3P no trimestre.

Luizacred e os Novos Serviços do Ecosistema Magalu

O ano de 2024 mostrou um significativo progresso nos resultados da Luizacred. O lucro líquido anual da operação atingiu 295 milhões de reais – revertendo o prejuízo de 98 milhões de reais registrado em 2023. O ROE (Return on Equity – Retorno sobre o Patrimônio Líquido) anualizado atingiu 31% no quarto trimestre. A qualidade da carteira segue evoluindo de forma consistente: em dezembro, o NPL de curto prazo atingiu 2,7% e o de longo prazo, 8,1%, reduzindo 0,4 p.p. e 1,7 p.p. em relação a 2023, respectivamente. Nos últimos três meses do ano, a carteira de crédito da Luizacred voltou a crescer, ainda que com critérios de aprovação conservadores.

Verticais estratégicas, como a Luizacred, e os demais negócios do ecossistema têm sido fundamentais para a expansão das margens da companhia – a principal diretriz da gestão neste momento. Gerar lucro continua a ser a prioridade financeira do Magalu. E a oferta de serviços atrelados ao ecossistema tem sido fundamental para atingirmos nossos objetivos.

Além da evolução nos resultados da Luizacred, o Magalubank avançou no Crédito Direto ao Consumidor (CDC) – principalmente no e-commerce, com o lançamento do CDC Digital. A recente aprovação pelo Banco Central da nova financeira do Magalu, a Magalupay SCFI, abre caminho para uma operação de CDC ainda mais eficiente e rentável, tanto em termos fiscais como no custo de funding. Além disso, a financeira permite o lançamento de novos serviços, como o empréstimo para sellers e opções de investimentos (saldo remunerado) para os clientes da conta digital.

No segundo semestre de 2024, o Magalu Ads atingiu marcos em sua jornada de crescimento e inovação. Em outubro, foram implementados avanços na Plataforma de Produtos Patrocinados e na exibição de Display, com impacto direto em três frentes: (1) melhorias no algoritmo, performance e usabilidade da plataforma; (2) início da liberação do modelo self-service para grandes clientes; e (3) aprimoramento do produto de Display.

O crescimento da Magalu Ads foi notável, com um aumento de 103% nas receitas em 2024, destacando-se no quarto trimestre com um crescimento de 220% em relação ao ano anterior. O número de anunciantes considerados key accounts registrou um crescimento médio de 15% ao longo do ano – 20% no último trimestre.

A Magalu Cloud lançou seus primeiros produtos em 2024 e já é responsável por cerca de 40% dos workloads do próprio Magalu, o que reduz de forma significativa os custos de infraestrutura tecnológica do nosso ecossistema. Atualmente, cerca de 300 clientes externos utilizam a solução, desenhada para atender as demandas sobretudo de pequenas e médias empresas brasileiras. A importância estratégica da Magalu Cloud ficará cada vez mais visível conforme a era da inteligência artificial avança e impacta negócios de todos os tipos.

O Futuro Começou

Nossa operação sempre evoluiu moldada pelos avanços cada vez mais rápidos da tecnologia. Primeiro, foi a internet. Depois, o mobile. Agora, estamos preparando o Magalu para o início de seu próximo ciclo estratégico: o AI-commerce, na qual a inteligência artificial e a Lu, com um novo cérebro concebido como um potente motor de vendas, serão protagonistas.

Para nos adaptarmos a este novo momento, no qual softwares, algoritmos e modelos de inteligência artificial são cada vez mais decisivos para o processo de gestão, fizemos recentemente uma reorganização de nossa estrutura. André Fatala, executivo que nos últimos 15 anos foi um dos pilares da digitalização do Magalu, passa a liderar, de forma unificada, as áreas de Plataforma e de Negócios. Estão, hoje, sob a vice-presidência ocupada por Fatala as áreas de marketplace, marketing, ads, além de tecnologia e cloud. A integração dessas áreas dá a dimensão da nossa crença no poder da revolução que está à nossa frente. Com essa mudança, o Magalu passa a ter duas vice-presidências estratégicas: (i) Plataformas e (ii) Varejo, Lojas Físicas e Logística, sob o comando de Fabrício Garcia.

A vice-presidência de Plataformas foi, ainda, reforçada com duas contratações. Ricardo Garrido, que nos últimos anos esteve à frente do marketplace da Amazon no Brasil, comanda agora a operação de 3P do Magalu, respondendo pelo comercial do marketplace, desenvolvimento de sellers, advanced analytics e Magalu Entregas. Garrido também incorpora o time de tecnologia da companhia voltado para a plataforma Magalu. A recém-criada diretoria de Growth foi assumida por Marielle Paiva, com passagens pelo Banco Neon e pela Red Ventures. Marielle torna-se, assim, a responsável pelo crescimento da base de clientes do ecossistema e pela otimização dos investimentos em marketing e conversão.

Tais mudanças em nossa estrutura acontecem no ano do Converte Magalu. Em 2025, nosso foco será acelerar a conversão de vendas da plataforma – e a junção das áreas de tecnologia e de negócios impulsionará ainda mais esse movimento. Trabalharemos para gerar mais vendas a partir da estrutura e dos investimentos já existentes, com a otimização de cada etapa do funil de conversão. A prioridade será transformar o volume de visitas da plataforma em transações efetivas, ampliando a monetização do tráfego atual.

Como na vida, os ciclos de uma companhia se sobrepõem. Enquanto trabalhamos para consolidar nosso ecossistema, preparamos a nova etapa do Magalu, um ciclo que será baseado na inteligência artificial. O IA-commerce será uma revolução, que, mais uma vez, mudará o jogo do varejo. Estamos nos preparando para ela, com o entusiasmo de sempre.

Agradecemos aos nossos clientes, colaboradores, sellers, fornecedores e acionistas por mais um ano de parceria e confiança. Juntos, estamos construindo o futuro.

A DIRETORIA

2024: EBITDA Ajustado de R\$3,0 bilhões, com 7,8% de margem
Geração de caixa operacional de R\$3,1 bilhões e caixa total de R\$7,9 bilhões
Lucro líquido recorrente de R\$277 milhões

MGLU
B3 LISTED NM

Em 2024, as vendas totais foram de R\$65 bilhões, apresentando um crescimento de 4% comparado a 2023.

Nas lojas físicas, as vendas foram de R\$19 bilhões no ano, crescendo 10% comparado a 2023. No critério mesmas lojas, o crescimento atingiu 12%.

Em 2024, as vendas online superaram a marca de R\$46 bilhões, mantendo-se em linha com o 2023, mas com margens mais elevadas e representaram 71% das vendas totais do Magalu no ano. As vendas no e-commerce com estoque próprio totalizaram R\$27 bilhões em 2024, e as vendas do marketplace alcançaram R\$19 bilhões no mesmo período, e representaram 40% das vendas online.

No ano, o EBITDA ajustado totalizou R\$3,0 bilhões, refletindo um aumento de 39% em relação a 2023, com margem de 7,8% e expansão de 2,0 p.p. na comparação anual.

Em 2024, o Magalu reduziu as despesas financeiras em 25%, passando a representar apenas 4,0% da receita líquida, uma queda de 1,6 p.p. em relação a 2023. Além disso, as despesas financeiras sobre o EBITDA diminuíram de 97% para 52% no período.

Com a forte melhora do resultado operacional e a redução das despesas financeiras, o Magalu ampliou o lucro operacional antes do imposto de renda em R\$1,3 bilhão em 2024. No ano, o lucro líquido recorrente atingiu R\$277 milhões.

Em 2024, a geração de caixa operacional atingiu R\$3,1 bilhões, com uma conversão de 100% do EBITDA em caixa. Essa evolução está relacionada à significativa melhora no desempenho operacional do período e na evolução do capital de giro.

Em 2024, reduzimos nossa dívida bruta em quase R\$3 bilhões, encerrando o ano com uma posição de caixa total de R\$7,9 bilhões. O caixa líquido alcançou R\$3,3 bilhões em dezembro, um aumento de R\$1,6 bilhão nos últimos 12 meses, refletindo uma estrutura de capital sólida e altamente líquida.

O Fulfillment Magalu alcançou 24% dos pedidos do marketplace, dobrando em relação a 2023. Isso reduziu custos logísticos para os sellers, acelerou prazos de entrega e impulsionou as conversões de forma sustentável.

Em 2024, a experiência do cliente melhorou significativamente. No ano do Encanta Magalu, o NPS Corporativo saltou para 77 pontos, seu maior nível histórico, impulsionado pelo aumento de 14 pontos no serviço do marketplace, aproximando-se dos níveis de satisfação excepcionais das Lojas e do 1P.

No MagaluBank, o crescimento do CDC Digital impulsionou os avanços no crédito ao consumidor. A aprovação da MagaluPay SCFI pelo Banco Central viabiliza uma operação mais eficiente e rentável, além de aprimorar serviços como empréstimos para sellers e diversificação das fontes de financiamento.

Na Luizacred, o faturamento em cartões de crédito atingiu R\$ 59 bilhões em 2024 -- são mais de 6 milhões cartões de crédito ativos e R\$20 bilhões em carteira de crédito. Destaque para a queda sequencial nas taxas de inadimplência e o lucro líquido de R\$ 295 milhões no ano.

Destaques Financeiros de 2024



Crescimento de vendas combinado com aumento da rentabilidade. Em 2024, as vendas totais, incluindo lojas físicas, e-commerce com estoque próprio (1P) e marketplace (3P) cresceram 3,6% comparado ao mesmo período do ano anterior e totalizaram R\$65,3 bilhões. Isso foi reflexo do aumento de 1,1% no e-commerce total e um crescimento de 10,1% nas lojas físicas, com forte ganho de marketshare.



Marketplace atinge 40% das vendas online. Em 2024, as vendas do e-commerce do Magalu atingiram R\$46,1 bilhões e cresceram 1,1%. No e-commerce com estoque próprio (1P), as vendas foram de R\$27,5 bilhões, mantendo-se estáveis em relação a 2023. No marketplace, as vendas atingiram R\$18,7 bilhões, com crescimento de 3,4%. Esse resultado foi impulsionado pela performance do app, com 53,7 milhões de usuários ativos mensais, além da entrega mais rápida para 1P e 3P, do avanço do fulfillment e da evolução da base de sellers e das novas categorias.



Evolução da margem bruta. Ao longo do ano, a margem bruta registrou um aumento de 1,4 p.p., atingindo 30,6%. A margem de produtos também subiu 1,4 p.p. em 2024, impulsionada principalmente pela conclusão do repasse do DIFAL. Além disso, o crescimento da receita proveniente de serviços como marketplace e seguros também foi um fator relevante para o aumento da margem bruta total.



Despesas operacionais. O percentual das despesas operacionais ajustadas em relação à receita líquida foi de 23,2% em 2024 da receita líquida. As despesas operacionais ajustadas reduziram 0,2 p.p. em relação a 2023. Essa diluição é reflexo principalmente de um aumento de eficiência e uma maior alavancagem das lojas físicas.



Crescimento do EBITDA e lucro líquido. O aumento da margem de contribuição de todos os canais de venda, incluindo lojas físicas, e-commerce com estoque próprio e o marketplace, contribuiu para o crescimento do EBITDA ajustado, que atingiu R\$3,0 bilhões em 2024, um aumento de 39% em relação a 2023. A margem EBITDA expandiu 2,0 p.p. na comparação anual, alcançando 7,8%. Em 2024, o lucro líquido ajustado foi de R\$276,7 milhões, revertendo o prejuízo em 2023. Considerando as receitas líquidas não recorrentes, o lucro líquido foi de R\$448,7 milhões.



Forte geração de caixa operacional e sólida estrutura de capital. No ano, a geração de caixa operacional foi de R\$3,1 bilhões, influenciada pela variação do capital de giro e pela evolução no resultado operacional. O Magalu encerrou 2024 com uma posição de caixa líquido ajustado de R\$3,3 bilhões, representando um aumento de R\$ 1,6 bilhão em relação ao ano anterior. A posição de caixa total foi de R\$7,9 bilhões, considerando caixa e aplicações financeiras de R\$2,2 bilhões, e recebíveis de cartão de crédito disponíveis de R\$5,7 bilhões.



MagaluBank. O volume total de transações processadas (TPV) atingiu R\$100,1 bilhões em 2024. Em dez/24, a base de cartões de crédito era de 6,2 milhões de cartões. O faturamento de cartão de crédito cresceu 3,4% em 2024, atingindo R\$59,5 bilhões no período. A carteira de cartão de crédito alcançou R\$20,3 bilhões ao final do ano, com uma das menores inadimplências da história. O lucro da Luizacred atingiu R\$295,1 milhões de reais em 2024, revertendo o prejuízo registrado no ano anterior.

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 aplicativo, que possui cerca de 54 milhões de usuários ativos mensais. A Companhia possui uma forte presença geográfica, com 21 centros de distribuição e 175 *cross-dockings* estrategicamente localizados, além de 1.245 lojas distribuídas em 20 estados do país. Em 31 de dezembro de 2024, a Companhia contava com mais de 35 milhões de clientes ativos.

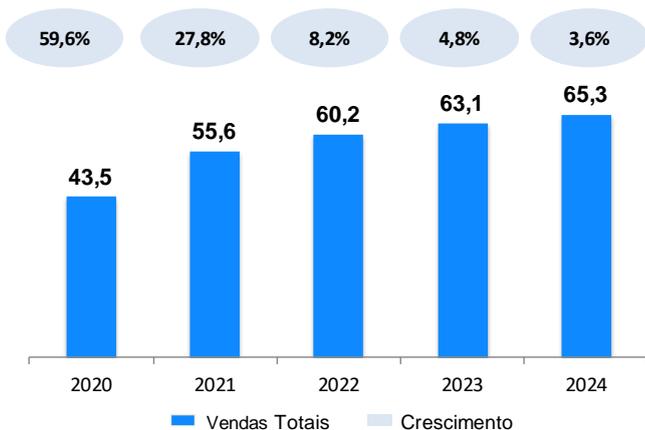
DESEMPENHO FINANCEIRO CONSOLIDADO

A tabela abaixo apresenta os valores relativos às demonstrações dos resultados consolidados dos exercícios sociais encerrados em 31 de dezembro de 2024 e de 2023.

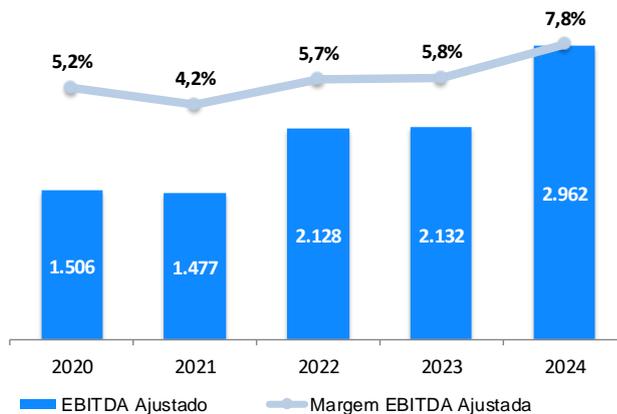
DRE CONSOLIDADO (em R\$ milhões)	12M24	12M24 Ajustado	AV	12M23 Ajustado	AV	Var(%)
Receita Bruta	47.277,0	47.277,0	124,3%	45.591,0	124,0%	3,7%
Impostos e Cancelamentos	(9.239,0)	(9.239,0)	-24,3%	(8.822,8)	-24,0%	4,7%
Receita Líquida	38.038,1	38.038,1	100,0%	36.768,1	100,0%	3,5%
Custo Total	(26.410,8)	(26.410,8)	-69,4%	(26.018,0)	-70,8%	1,5%
Lucro Bruto	11.627,3	11.627,3	30,6%	10.750,1	29,2%	8,2%
Despesas com Vendas	(7.131,6)	(7.131,6)	-18,7%	(7.002,1)	-19,0%	1,8%
Despesas Gerais e Administrativas	(1.373,7)	(1.373,7)	-3,6%	(1.335,2)	-3,6%	2,9%
Perda em Liquidação Duvidosa	(452,7)	(452,7)	-1,2%	(386,2)	-1,1%	17,2%
Outras Receitas Operacionais, Líq.	78,0	144,5	0,4%	124,1	0,3%	16,4%
Equivalência Patrimonial	148,5	148,5	0,4%	(19,0)	-0,1%	-
Total de Despesas Operacionais	(8.731,5)	(8.665,0)	-22,8%	(8.618,3)	-23,4%	0,5%
EBITDA	2.895,7	2.962,2	7,8%	2.131,8	5,8%	39,0%
Depreciação e Amortização	(1.333,3)	(1.293,1)	-3,4%	(1.242,7)	-3,4%	4,1%
EBIT	1.562,4	1.669,2	4,4%	889,1	2,4%	87,7%
Resultado Financeiro	(1.475,0)	(1.534,5)	-4,0%	(2.058,3)	-5,6%	-25,4%
Lucro Operacional	87,4	134,6	0,4%	(1.169,2)	-3,2%	-
IR / CS	361,3	142,1	0,4%	619,1	1,7%	-77,1%
Lucro Líquido	448,7	276,7	0,7%	(550,1)	-1,5%	-
Vendas Totais Varejo¹	65.330,9	65.330,9	-	63.056,3	-	3,6%
Crescimento nas Vendas Mesmas Lojas Físicas	11,7%	11,7%	-	4,7%	-	-
Crescimento nas Vendas Totais Lojas Físicas	10,1%	10,1%	-	4,0%	-	-
Crescimento nas Vendas E-commerce (1P)	-0,4%	-0,4%	-	-1,3%	-	-
Crescimento nas Vendas Marketplace (3P)	3,4%	3,4%	-	16,8%	-	-
Crescimento nas Vendas E-commerce Total	1,1%	1,1%	-	5,1%	-	-
Participação E-commerce Total nas Vendas Totais	70,6%	70,6%	-	72,3%	-	-1,7 pp
Quantidade de Lojas - Final do Período	1.245	1.245	-	1.286	-	-41 lojas
Área de Vendas - Final do Período (M ²)	686.976	686.976	-	716.298	-	-4,1%

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

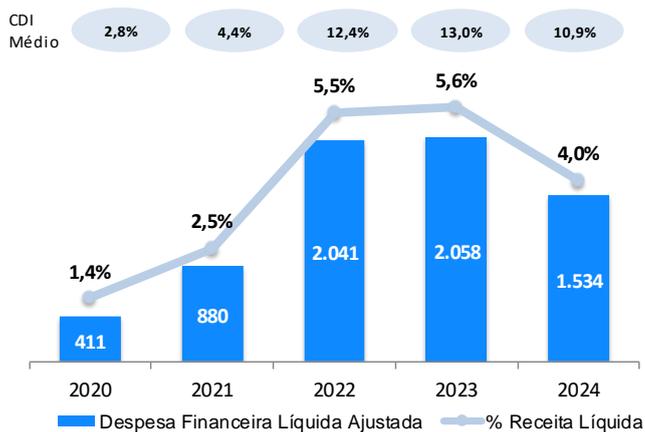
Evolução de Vendas Totais (R\$ bilhões)



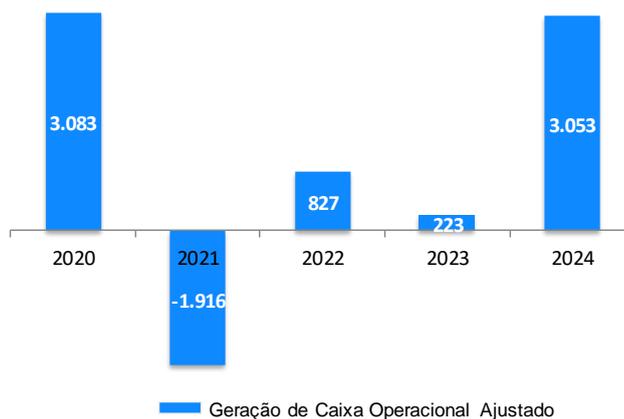
Evolução do EBITDA Ajustado (R\$ milhões)



Despesa Financeira Líquida Ajustada (R\$ milhões)



Evolução Geração de Caixa Operacional Ajustada (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 13 de março de 2025, com as demonstrações financeiras relativas ao exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2024.

| 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 2024.

São Paulo, 13 de março de 2025.

A Diretoria