



Relatório Anual Integrado e de

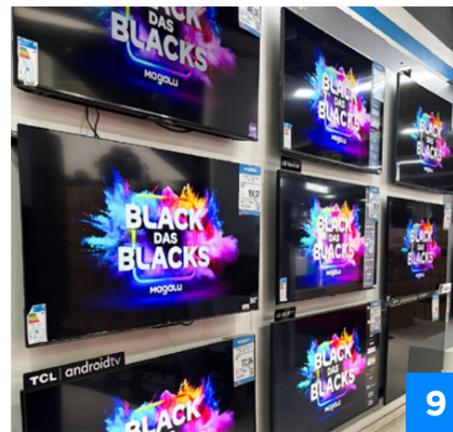
Sustentabilidade Magalu 2024



33



64



9



70



57

1 APRESENTAÇÃO

Sobre o Relatório	4
Destaques ESG	5
Destaques do Negócio	6
Mensagem da Diretoria	7
Resultados Financeiros	9

2 QUEM SOMOS

Propósito, Visão e Valores	14
Ecosistema	15
Magalu no Brasil	17

3 ESTRATÉGIA E RESULTADOS

Estratégia do Negócio	19
Desempenho por Marca	20
Valor Gerado	24
Prêmios e Reconhecimentos	25
Satisfação do Cliente	28
Inovação	32
Influenciadora Lu	33

4 SUSTENTABILIDADE

Estratégia Sustentável	36
Matriz de Materialidade	37
Conexão com os Stakeholders	38

5 COMO INCLUÍMOS

Inclusão Digital e Empreendedorismo	40
Nossos Colaboradores	44
Gestão e Desenvolvimento de Pessoas	47
Diversidade e Inclusão	50
Doação e Investimento Privado	53

6 O QUE FAZEMOS PELO PLANETA

Mudanças Climáticas	57
Embalagens e Resíduos	64
Uso de Recursos Naturais	70

7 COMO TRABALHAMOS

Governança	75
Ética e Transparência	81
Gestão de Riscos	85
Segurança e Privacidade de Dados	86
Direitos Humanos na Cadeia de Valor	87

8 ANEXOS

Anexos	90
Sumário de Conteúdo GRI	94
Sumário de Conteúdo SASB	101
Relatório de Asseguração	103
Contatos	105

APRESENTAÇÃO

- Sobre o Relatório
- Destaques ESG
- Destaques do Negócio
- Mensagem da Diretoria
- Resultados Financeiros



Loja física do Magalu:
 mais conveniência
 para o cliente, mais força
 para o ecossistema

*#descriçãodaimagem: Em uma loja,
 um vendedor e um cliente
 observam e manuseiam
 aspiradores de pó, cercados
 por eletrodomésticos.*

Magalu
 LAVADORA DE ALTA
 PRESSÃO PHILCO
 89,84

**PREÇO
 IMBATÍVEL!**
 LAVADORA DE ALTA
 PRESSÃO WAP
 399,90

oferta!
 ASPIRADOR DE PÓ E
 ÁGUA WAP
 269,90

GRI 2-2 | 2-3 | 2-5

SOBRE O RELATÓRIO

Este Relatório Anual de Sustentabilidade, o 14º publicado pelo Magalu, presta contas a nossos colaboradores, parceiros comerciais, fornecedores, investidores, clientes e demais públicos de relacionamento sobre o desempenho da Companhia entre 1º de janeiro e 31 de dezembro de 2024. Também apresenta os impactos socioambientais gerados por nossas operações nesse período. Mais do que um compromisso com a transparência, a publicação é uma ferramenta de aprimoramento contínuo de nossa estratégia de sustentabilidade e da governança de nossos impactos. Consolidamos aqui os avanços conquistados no último ano, sem perder de vista os desafios e as oportunidades que se apresentam.

Nosso relatório é construído com base em parâmetros internacionais de divulgação de desempenho: as normas da Global Reporting Initiative (GRI), do Sustainability Accounting Standards Board (SASB) e de Relato Integrado. O documento também conecta nossas ações aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), estabelecidos pela Organização das Nações Unidas (ONU). O reporte financeiro abrange todas as empresas coligadas do ecossistema Magalu, consolidando dados de Magazine Luiza, KaBuMI, Netshoes, Época Cosméticos, Aiqfome, Estante Virtual, Zattini, MagaluBank, Magalog, Magalu Cloud e Magalu Ads. O reporte de sustentabilidade considera as empresas coligadas já integradas ao sistema Magalu*, Consórcio Magalu e KaBuMI.

Firms no compromisso de avançar na jornada da sustentabilidade com transparência e responsabilidade — princípios centrais de nossa cultura —, neste ano submetemos nosso relatório integrado à auditoria de uma entidade externa e independente. As informações passaram por assecuração limitada da KPMG. A contratação seguiu a [Política de Contratação de Auditoria Independente e Serviços Extra-Auditoria](#), que estabelece diretrizes que regulam a relação da empresa com auditores independentes e tem o papel de assegurar a independência, a integridade e a qualidade da auditoria externa. Boa leitura!

* EM DEZEMBRO DE 2024, MAGAZINE LUIZA, MAGALOG, NETSHOES, ÉPOCA COSMÉTICOS, LUIZALABS, JOVEM NERD, ESTANTE VIRTUAL, HUB FINTECH, LUIZA RESOLVE, AIQFOME, CANALTECH, MAGALU CLOUD E HUBSALES JÁ ESTAVAM INTEGRADAS AOS SISTEMAS MAGALU.

DESTAQUES SOCIOAMBIENTAIS

Em 2024, o Magalu avançou de forma significativa em sua agenda de sustentabilidade, reafirmando seu compromisso com a geração de impacto positivo para a sociedade e para o meio ambiente. A ampliação de nossas iniciativas garantiu a permanência, pelo quarto ano consecutivo, no Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da B3, que lista empresas

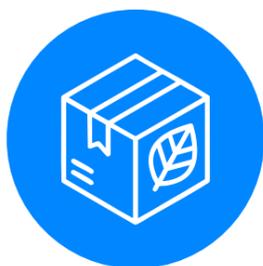
com reconhecido comprometimento com a sustentabilidade corporativa. Ao longo do ano, o Magalu fortaleceu diversas frentes estratégicas, como a coleta e o descarte adequado de resíduos eletroeletrônicos, ampliada em todo o País; a adoção de materiais recicláveis nas embalagens, com aumento do uso de papel e redução no consumo de plástico; o

uso de energia limpa no abastecimento das operações, com a contratação de novas usinas solares; o combate à violência contra a mulher; o desenvolvimento de lideranças femininas e negras; além do apoio a negócios de impacto social em nossa plataforma. A seguir, veja os principais destaques da agenda de sustentabilidade do Magalu.



COLETA E DESCARTE CORRETO DE ELETROELETRÔNICOS

- **30** novos coletores de eletroeletrônicos instalados em lojas do Nordeste e do Sudeste.
- **525** lojas habilitadas a receber resíduos eletroeletrônicos.
- **70** toneladas de materiais coletados em 2024, volume 300% maior do que o registrado em 2023.



EMBALAGENS

- Substituição de plástico por papel no preenchimento das caixas de pedidos de Época Cosméticos.
- Certificação FSC (Forest Stewardship Council) para **100%** dos insumos de papel e papelão que adquirimos.
- Redução do uso de plástico virgem para armazenamento de carga nos centros de distribuição, priorizando materiais reciclados ou reutilizáveis.



ENERGIA LIMPA

- Expansão da rede de geração distribuída de energia, com **6** novas usinas solares (Bahia, Goiás, Mato Grosso, Pernambuco e Rio Grande do Sul), totalizando **23** unidades, além de uma pequena central hidrelétrica.
- Mais **124** lojas passaram a ser abastecidas com energia solar, somando **800** unidades.



COMBATE À VIOLÊNCIA CONTRA A MULHER

- **138** casos atendidos pelo Canal da Mulher.
- Criação da Rede Magalu pelas Mulheres, que reúne **38** ONGs beneficiárias do Fundo Magalu de Combate à Violência contra a Mulher, lançado em 2020.



DIVERSIDADE E INCLUSÃO

- Os Grupos de Afinidade do Magalu reuniram mais de 600 colaboradores em agendas semanais.
- **68** treinamentos de sensibilização em diversidade e inclusão.
- Lançamento do Programa Move+, de preparação de mulheres e pessoas negras para cargos de liderança. Dos **48** formados, mais da metade foi reconhecida por promoção ou mérito.
- **41,91%** de mulheres e **39,05%** de pessoas negras em cargos de liderança¹.



APOIO A NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIAL

- **86** sellers no Mundo Social, seção do marketplace que oferece benefícios a negócios de impacto socioambiental, como taxa reduzida, mentorias e apoio com marketing.
- ~**5** mil itens cadastrados (SKUs) de negócios de impacto social disponíveis na plataforma.



COMUNIDADE

- Mais de **1,6** milhão de reais doados pelo Magalu, além de mais de **1,7** milhão de reais doados pelas famílias controladoras da Companhia, totalizando **3,4** milhões de reais de investimento social privado em 2024.
- Mais de **5** mil itens doados a famílias atingidas pelas enchentes no Rio Grande do Sul, em 29 cidades.

DESTAQUES DO NEGÓCIO

O Magalu encerrou 2024 com desempenho consistente e consolidou sua recuperação em um cenário macroeconômico desafiador, marcado por uma taxa de juro elevada. A Companhia registrou avanços em rentabilidade e geração de caixa, ao mesmo tempo que reduziu o endividamento e aumentou a eficiência operacional com o fortalecimento de frentes estratégicas, como lojas físicas, logística e serviços financeiros. Ao lado, os principais destaques do ano.



DESEMPENHO FINANCEIRO

65,3 bilhões de reais de faturamento, crescimento de **3,6%** em relação a 2023.

10% de crescimento nas vendas em lojas físicas, sendo 12% em SSS (*same store sales*).

3 bilhões de reais de Ebitda ajustado, alta de **39%** em relação a 2023.

7,8% de margem Ebitda, 2 pontos percentuais acima do ano anterior.

277 milhões de reais de lucro líquido ajustado, revertendo prejuízo de **550,1** milhões de reais no ano anterior.

3,1 bilhões de reais de geração de caixa operacional, com conversão integral do Ebitda.

400 milhões de reais de ganho com otimização do capital de giro.

2,8 bilhões de reais de redução da dívida bruta.

3,3 bilhões de reais de caixa líquido em dezembro, aumento de **1,6** bilhão em um ano.

7,9 bilhões de reais de posição total de caixa.



E-COMMERCE E MULTICANALIDADE

46 bilhões de reais de receita com vendas online próprias (1P) e de sellers (3P) — o equivalente a 71% do faturamento total.

53,7 milhões de usuários ativos mensais no app Magalu.

24% dos pedidos do 3P no Fulfillment (armazenagem e entrega de produtos dos sellers). Essa participação dobrou em um ano.

50% das vendas online passaram por lojas físicas, tanto do 1P quanto do 3P, reforçando a multicanalidade.



SATISFAÇÃO DO CLIENTE E NPS

Lançamento do projeto **Encanta Magalu**, com foco na experiência do cliente.

77 pontos de NPS no quarto trimestre, crescimento de 10 pontos no ano.

83 pontos de NPS nas lojas físicas e nas vendas próprias online no quarto trimestre.

14 pontos de crescimento no NPS dos sellers em um ano.



EMPRESAS E SERVIÇOS

KaBuM!: abertura da primeira loja física, em São Paulo.

Netshoes: rebranding e lançamento da campanha “Vai no Seu Ritmo”.

LuizaCred: lucro líquido de 295 milhões de reais, revertendo prejuízo de 98 milhões de reais em 2023.

MagaluPay: volume total de pagamentos (TPV, na sigla em inglês) superior a 100 bilhões de reais em transações; lançamento do CDC Digital, integrado ao e-commerce.

Magalu Cloud: mais de 300 contratos fechados com empresas externas.

Magalu Ads: crescimento de 103% na receita em 2024.

Magalog: maior nível de serviço (pontualidade e eficiência da entrega) da história, com taxa superior a 95%, aumento de 40% na receita com clientes externos e 80% dos pedidos entregues em até 48 horas.



Frederico Trajano, CEO do Magalu, na sede da Companhia

#descriçãodaimagem: Homem branco de camisa azul-clara e calça jeans em pé em um escritório com sofá, cadeiras e estante de livros ao fundo.

GRI 2-22

MENSAGEM DA DIRETORIA

No Magalu, costumamos dizer que tudo muda — menos os nossos valores, que permanecem os mesmos desde a fundação, há quase 68 anos. Seguimos com o propósito de levar a muitos o que ainda é privilégio no Brasil, e de ser uma Companhia que valoriza as pessoas e assume sua responsabilidade com o planeta — condição para a vida em sociedade e para a continuidade dos negócios.

Este relatório reúne os resultados de 2024, penúltimo ano do segundo ciclo estratégico da atual gestão. Os últimos dez anos foram marcados por transformações radicais (e necessárias) na natureza de nosso negócio. A primeira aconteceu entre 2016 e 2020, quando digitalizamos a operação: mesmo com mais de 1.300 lojas fechadas durante a pandemia, crescemos 50% e assumimos a liderança nas vendas de eletroeletrônicos no País — posição que, desde então, só foi expandida.

Em 2021, iniciamos o ciclo de construção e consolidação de nosso ecossistema de negócios — uma rede de empresas e serviços, conectados por uma plataforma digital, que nos blinda das constantes oscilações macroeconômicas com efeitos sobre os juros e sobre o crédito. Adquirimos empresas que são referências em seus

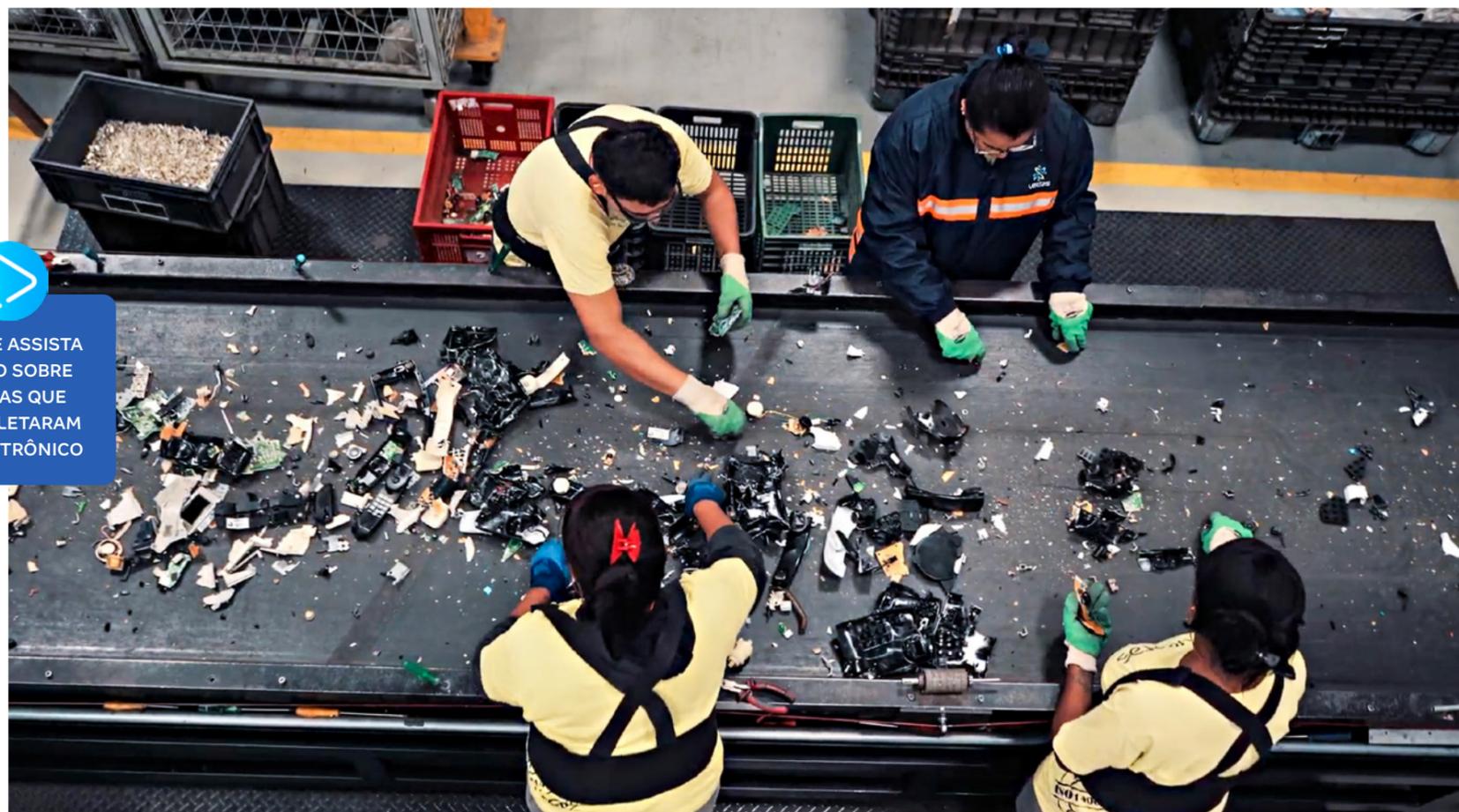
mercados — como Netshoes, KaBuM! e Hub Fintech, origem do MagaluBank. Fortalecemos nosso marketplace, que hoje conta com mais de 350 mil sellers e representa mais de 40% de nossas vendas digitais. Lançamos, em 2023, o Magalu Ads, uma nova plataforma de *retail media*, e a Magalu Cloud, uma opção de serviços na nuvem, focada principalmente em pequenas e médias empresas brasileiras.

Em 2024, com a taxa de juro nos maiores níveis em anos, demonstramos ao mercado que estamos no caminho certo. Encerramos o ano com 277 milhões de reais de lucro líquido e 3 bilhões de reais de Ebitda, um avanço de 39% em relação a 2023. A dívida bruta recuou 2,9 bilhões de reais e o caixa líquido chegou a 3,3 bilhões de reais. As vendas totais atingiram 65 bilhões de reais, com mais de 70% desse volume concentrado no canal digital. Em paralelo, mantivemos nosso compromisso com a sustentabilidade empresarial, indissociável de nossa estratégia de negócio. Investimos em iniciativas nos pilares social, ambiental e de governança, com foco em gestão integrada, metas claras e geração de impacto positivo.

Embora sempre seja possível e necessário avançar, os dados apresentados neste relatório demonstram que o Magalu alia discurso e prática — algo que a sociedade espera e cobra do mundo dos negócios. Na frente diversidade e inclusão, encerramos 2024 com 41,91% de mulheres (gerência e acima) e 39,05% de pessoas negras (coordenação e acima) em cargos de liderança.

Entre os destaques de nossa atuação social está o fortalecimento do Fundo Magalu de Combate à Violência contra a Mulher: criamos a Rede pelas Mulheres com as 38 organizações beneficiadas pelo fundo, focadas em acolhimento, orientação e geração de renda para vítimas de violência doméstica.

Ao longo do ano retratado aqui demos um salto na frente ambiental. Recolhemos e encaminhamos para reciclagem 70 toneladas de lixo eletrônico — volume três vezes maior do que o registrado no ano anterior. A coleta envolveu não só nossas lojas, mas também ações comunitárias com escolas, ampliando o alcance da iniciativa. Nossa meta é clara: escalar o programa e transformar o Magalu em referência nacional no descarte e no reaproveitamento desse tipo de resíduo, ainda negligenciado no Brasil. Ampliamos a geração de energia renovável para abastecer nossas operações com seis novas usinas fotovoltaicas em cinco estados. Passamos a contar com 23 usinas desse tipo, além de uma central hi-



CLIQUE E ASSISTA
AO VÍDEO SOBRE
AS 3 LOJAS QUE
MAIS COLETARAM
LIXO ELETRÔNICO

drelétrica, as quais atendem 800 das 1.245 lojas da Companhia.

Graças a iniciativas como essas, o Magalu se manteve, pelo quarto ano consecutivo, na carteira do ISE, o Índice de Sustentabilidade Empresarial da B3. Como sinal do compromisso que toda a administração mantém com as melhores práticas socioambientais, parte da remuneração variável dos executivos do Magalu segue atrelada ao alcance de metas socioambientais.

Nos últimos tempos, a agenda ESG tem sido cada vez mais questionada. Mas o Magalu sempre se guiou por valores próprios e não vai recuar. Nosso princípio é simples: o certo é o certo. Seguimos firmes na construção de um negócio sólido, que contribua para o Brasil e respeite os limites do planeta.

Boa leitura,

Frederico Trajano

“

Nos últimos tempos, a agenda ESG tem sido cada vez mais questionada. Mas o Magalu sempre se guiou por valores próprios e não vai recuar. Nosso princípio é simples: o certo é o certo.

”



Área de armazenagem de eletrodomésticos em centro de distribuição do Magalu

#descriçãodaimagem: Colaborador opera empilhadeira em centro de distribuição. Ao redor, dezenas de eletrodomésticos estão empilhados em pallets e prateleiras metálicas altas.

RESULTADOS FINANCEIROS

O ano de 2024 marcou um período de consolidação do ecossistema Magalu. Graças à criação de uma rede de empresas e serviços que se retroalimenta e extrai benefícios das partes em favor do todo, o Magalu reduziu a ciclicidade de seu negócio original, alicerçado sobretudo em bens discricionários, e pôde se blindar dos efeitos negativos da expressiva alta de juros pela qual o País vem passando. No ano, foram quatro trimestres com o registro de lucro e avanço das margens, além do avanço da geração de caixa e da melhoria no perfil de endividamento da Companhia.

Em um período marcado por foco na recuperação e no crescimento consistente das margens, o faturamento total do Magalu aumentou 3,6%, com um total de 65,3 bilhões de reais. As vendas nas lojas físicas foram destaque. Atingiram 19,2 bilhões de reais — um aumento de 10% no todo e de 12% quando considerado o critério de mesmas lojas (sem considerar aberturas e fechamentos). O e-com-

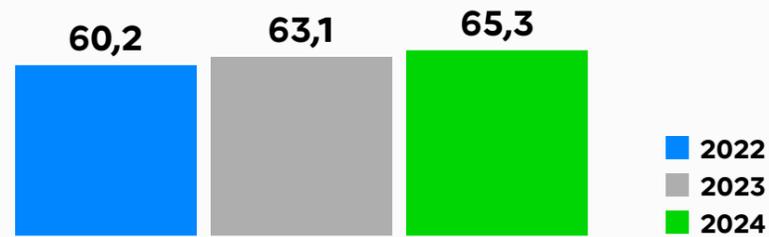
EM 2024...

A Companhia lucrou nos quatro trimestres, ampliou suas margens, elevou a geração de caixa e melhorou seu perfil de endividamento

...AS VENDAS CRESCERAM

65,3 bilhões de reais em vendas **+3,6%** em relação a 2023

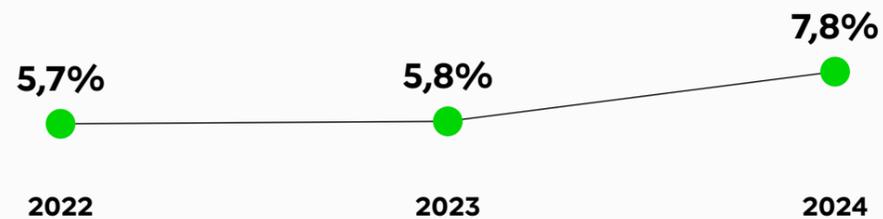
VENDAS TOTAIS (EM BILHÕES DE REAIS)



...O EBITDA AJUSTADO ATINGIU 3 BILHÕES DE REAIS

+39% em relação a 2023 **7,8%** de margem, aumento de 2 pontos percentuais no ano

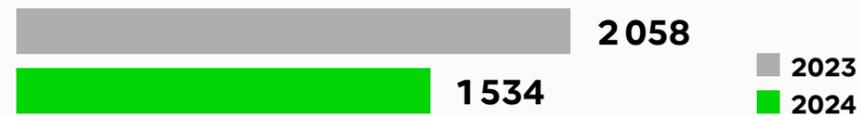
MARGEM EBITDA AJUSTADA



...A DESPESA FINANCEIRA CAIU

25% de queda no ano **524 milhões** de reais de redução

DESPESA FINANCEIRA LÍQUIDA AJUSTADA (EM MILHÕES DE REAIS)



...O CAPITAL DE GIRO FOI OTIMIZADO

400 milhões de reais de ganho **3,2** de reais em relação a 2023

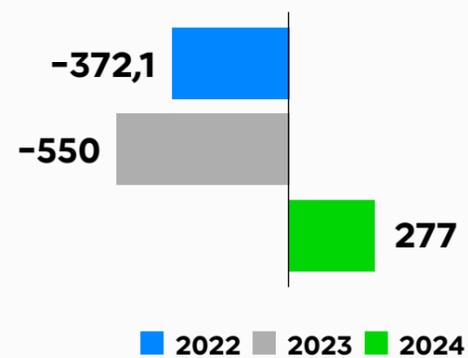
CAPITAL DE GIRO AJUSTADO (EM BILHÕES DE REAIS)



...O LUCRO LÍQUIDO AUMENTOU

277 milhões de reais em lucro líquido **+827 milhões** de reais em relação a 2023 **5 trimestres** seguidos de lucro

LUCRO LÍQUIDO AJUSTADO (EM MILHÕES DE REAIS)



...O CAIXA LÍQUIDO CRESCEU

3,3 bilhões de reais em dezembro **1,6 bilhão** de reais a mais que em 2023

EVOLUÇÃO DO CAIXA LÍQUIDO (EM BILHÕES DE REAIS)

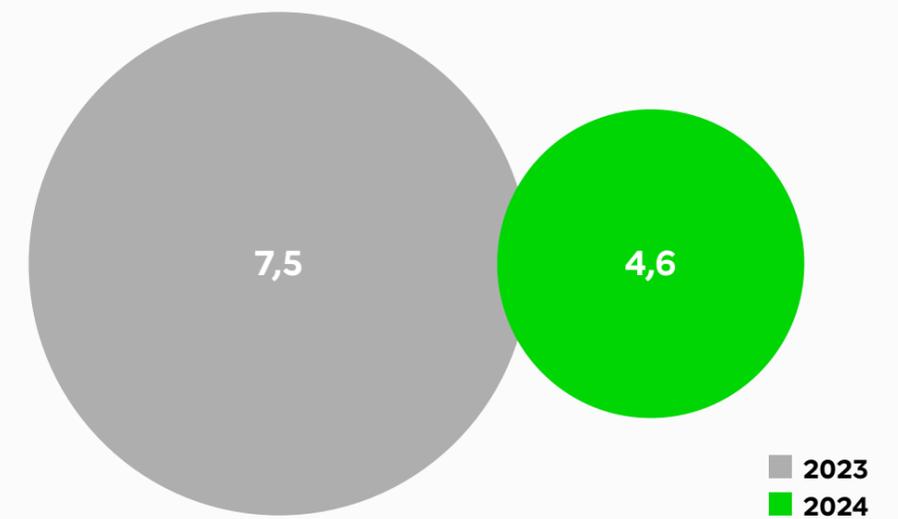


...A DÍVIDA DIMINUIU

2,8 bilhões de reais de redução no ano

A maior parte da dívida agora é de **longo prazo**

ENDIVIDAMENTO (EM BILHÕES DE REAIS)



merce respondeu por 71% das vendas totais, superando a marca de 46 bilhões de reais. Nesse segmento, as vendas com estoque próprio (1P) mantiveram-se estáveis em 27,5 bilhões de reais, enquanto o marketplace (3P) cresceu 3%, atingindo 18,7 bilhões de reais. O app chegou a 53,7 milhões de usuários ativos mensais.

A margem bruta alcançou 30,6%, com aumento de 1,4 ponto percentual. O crescimento da receita com serviços, como marketplace e venda de seguros, também contribuiu para esse resultado.

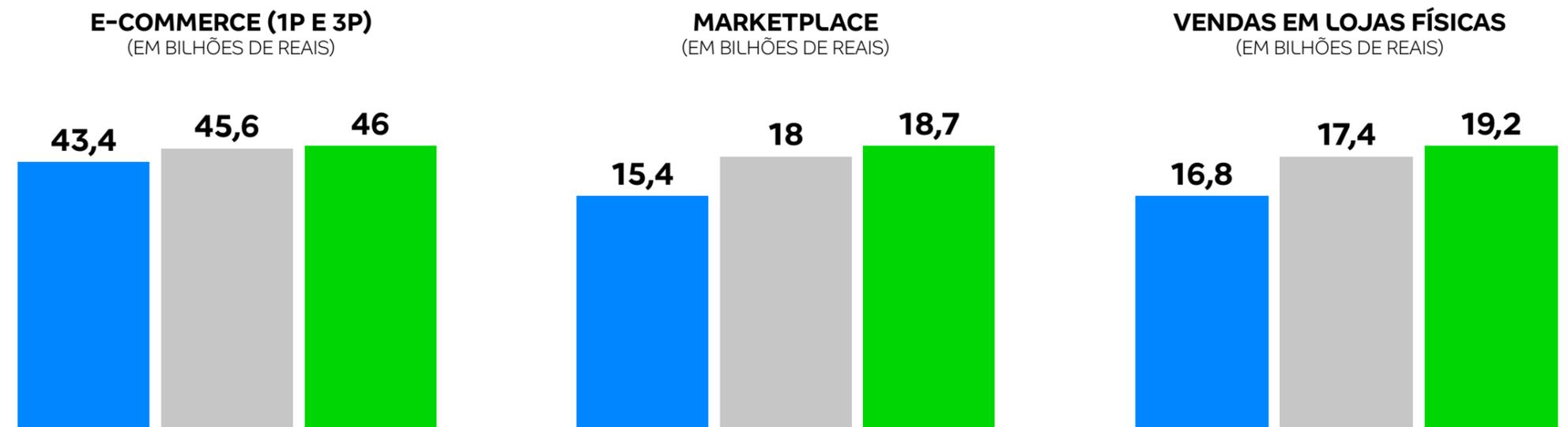
A melhora na rentabilidade teve impacto direto no resultado operacional. O Ebitda ajustado avançou 39% e totalizou 3 bilhões de reais, com margem Ebitda de 7,8%, uma expansão de 2 pontos percentuais em relação a 2023. O desempenho reforçou a solidez operacional do grupo em todos os canais, das lojas físicas ao marketplace.

A redução das despesas financeiras foi um dos principais destaques do ano. Com recuo de 25%, passou a representar 4% da receita líquida da

A EVOLUÇÃO DAS VENDAS POR CANAL

A Companhia registrou 65,3 bilhões de reais em vendas totais em 2024, com variação positiva em lojas físicas, e-commerce e marketplace*

■ 2022 ■ 2023 ■ 2024



LOJAS FÍSICAS GANHAM IMPORTÂNCIA

Alta nas vendas físicas impulsiona desempenho e reforça integração multicanal

19,2 bilhões
de reais em
vendas no ano

+10%
em relação a 2023

+12%
em vendas
nas mesmas lojas

Crescimento
em todas as regiões
e categorias

**Ponto de
distribuição**
de produtos do
e-commerce (1P e 3P)



Primeira loja física da KaBuM!, inaugurada em São Paulo, no conceito store in store, com foco em produtos open box e na experiência do cliente

#descriçãodaimagem: Colaborador da loja, em pé, orienta um cliente que está sentado testando um simulador de direção.

Companhia, uma redução de 1,6 ponto percentual em relação ao ano anterior, e 52% sobre o Ebitda, em comparação aos 97% registrados em 2023. Esse avanço refletiu a evolução do fluxo de caixa das operações, o aumento da participação do Pix nas vendas e a melhoria na estrutura de capital.

Esses resultados marcaram o retorno do Magalu a uma trajetória consistente de lucratividade. No ano, o lucro operacional bruto da Companhia, antes

do pagamento de impostos, cresceu 1,3 bilhão de reais, e o lucro líquido ajustado alcançou 277 milhões de reais — um avanço de 828 milhões de reais em comparação com 2023.

A geração de caixa operacional também registrou crescimento expressivo: 3,1 bilhões de reais, representando a conversão integral do Ebitda em caixa. Entre as iniciativas que contribuíram para esse resultado, um destaque foi a otimização do capital de giro, que proporcionou um ganho de 400 milhões de reais ao longo do ano.

REDUÇÃO DA DÍVIDA

O Magalu também apresentou uma melhora considerável em sua estrutura financeira, reduzindo sua dívida bruta em quase 3 bilhões de reais e alongando o perfil do endividamento. Com isso, fechou o ano com um caixa líquido de 3,3 bilhões de reais, um acréscimo de 1,6 bilhão de reais em relação a 2023, e uma posição de caixa total de 7,9 bilhões de reais — números que refletem a solidez da estrutura financeira do grupo.

Em paralelo ao avanço no desempenho financeiro, o Magalu colocou energia na melhoria da experiência dos clientes. Em 2024, lançou o Encanta Magalu, um conjunto de iniciativas voltadas para a excelência no atendimento e para a melhoria do nível de serviço. O impacto foi direto: o NPS corporativo alcançou 77 pontos no quarto trimestre, o maior da série histórica, e superou em 10 pontos o resultado obtido no mesmo período do ano anterior.

Esse resultado foi impulsionado, principalmente, pela elevação de 14 pontos no NPS do marketplace, que se aproximou dos níveis já altos de satisfação registrados nas lojas físicas e no e-commerce próprio — ambos com 83 pontos no indicador (*saiba mais sobre esse tema nas págs. 28-31*).

DESEMPENHO DAS PLATAFORMAS DIGITAIS E FINANCEIRAS

A Companhia ampliou a participação do fulfillment*, aumentou o volume de transações financeiras e expandiu as operações de serviços

O Fulfillment Magalu respondeu por 24% dos pedidos do marketplace em 2024 — o dobro de 2023.

Na LuizaCred, o faturamento com cartões alcançou 16 bilhões de reais no 4T24, com 6,2 bilhões de cartões ativos e 20,3 bilhões de reais em carteira. A inadimplência seguiu em queda e o lucro líquido foi de 145 milhões de reais no trimestre (ROE de 31%) e 295 milhões no ano.

O Magalu Ads cresceu 103% em receita no ano e 220% no 4T24. O número de *key accounts* subiu 15% ao longo de 2024 e 20% no último trimestre.

No ano que lançou seus primeiros produtos, a Magalu Cloud respondeu por 40% dos *workloads* internos, reduzindo os custos de infraestrutura. A solução conta com cerca de 300 clientes externos, com foco em PMEs.

No MagaluBank, o TPV chegou a 27,4 bilhões de reais no 4T24 e 100,1 bilhões no acumulado do ano. O faturamento com cartões somou 59,5 bilhões de reais em 2024.

*MODELO NO QUAL O MAGALU REALIZA O ARMAZENAMENTO, A SEPARAÇÃO, A EMBALAGEM E A ENTREGA DOS PRODUTOS DE SELLERS (VENDEDORES DO MARKETPLACE) A PARTIR DE SEUS PRÓPRIOS CENTROS DE DISTRIBUIÇÃO.

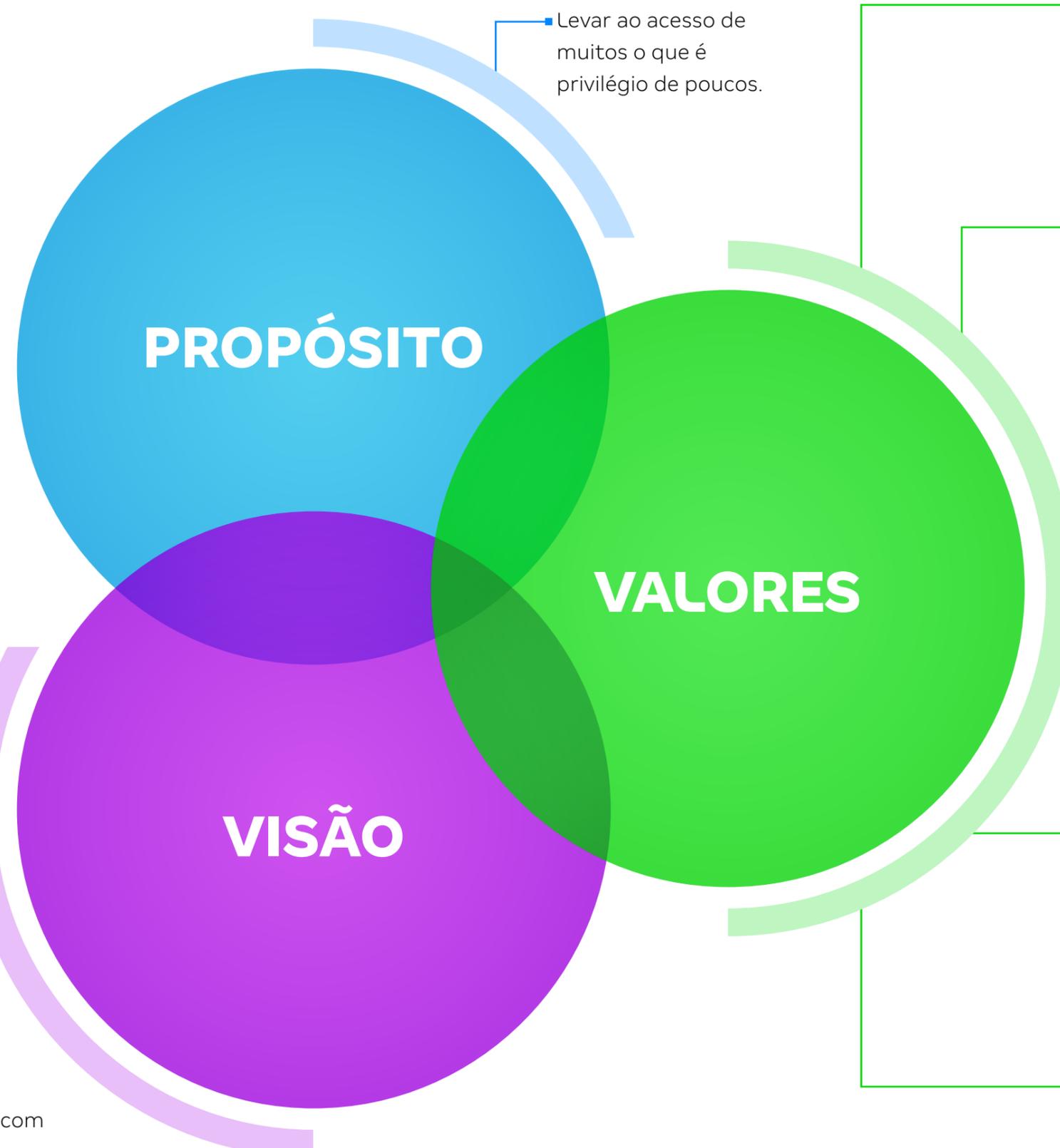
QUEM SOMOS

- Propósito, Visão e Valores
- Ecossistema
- Magalu no Brasil

NOSSA RAZÃO DE SER E DE AGIR

O que guia nosso jeito de fazer negócios

Ser o grupo mais inovador do varejo nacional, oferecendo diversos produtos e serviços à família brasileira com qualidade e garantia de origem. Atender nossos clientes onde, quando e como eles desejarem, seja em lojas físicas, seja no ambiente virtual. Com atendimento diferenciado e preços competitivos, encantamos com o melhor time de varejo do Brasil.



Levar ao acesso de muitos o que é privilégio de poucos.

O CLIENTE EM 1º LUGAR
O cliente está à frente em todas as decisões e, para isso, buscamos conhecê-lo a fundo. Temos paixão por vender e por atender bem. Buscamos incansavelmente encantar o cliente e, quando erramos, fazemos todo o esforço possível para reconquistá-lo.

GENTE QUE GOSTA DE GENTE
Trabalhamos com energia positiva e celebramos nossas conquistas. Gostamos de atuar em equipe, de forma colaborativa, com transparência e “olho no olho”, sempre com muito respeito. Feedbacks construtivos são incentivados e bem-vindos. Damos autonomia com responsabilidade e buscamos atrair, valorizar e desenvolver talentos.

“MÃO NA MASSA”
Somos ousados e não temos medo de errar. Pensamos fora da caixa e sempre encontramos maneiras mais simples e criativas de fazer. Trabalhamos duro, com proatividade e resolvemos problemas mesmo que não sejam de nossa responsabilidade. Fazemos acontecer com agilidade, pondo as ideias em prática ainda que não estejam 100%. Gastamos a sola do sapato para estarmos sempre próximos da linha de frente.

ATITUDE DE DONO
Pensamos na empresa como um todo e na perpetuidade do negócio, não somente em nossa área ou loja: não fazemos “gol de mão”. Fazemos mais com menos e somos inconformados com coisas que não estão certas, por isso estamos sempre buscando melhorar e “subir a barra”. Respiramos e promovemos nossa cultura.

SIMPLICIDADE E INOVAÇÃO
Estamos em constante aprendizado, sempre em busca de exercer autonomia com responsabilidade.

GRI 2-2 | 2-6

NOSSO ECOSISTEMA

O Magalu é um ecossistema formado por uma rede de negócios interconectados em torno do varejo no Brasil, a partir de uma conjunção bem-sucedida entre tecnologia, multicanalidade e cultura

EMPRESAS E SERVIÇOS

LOGÍSTICA		SERVIÇOS FINANCEIROS		MAAS		CONTEÚDO	
Magalu Entregas	GFL	Consórcio Magalu	VIP Commerce	Com School	GrandChef	Canaltech	
Sode	Sinclog	MagaluPay	Magalu Cloud	SmartHint	Bit55	Steal The Look	
Logbee		LuizaCred	Stoq	Hubsales		Jovem Nerd	

NEGÓCIOS INTERCONECTADOS EM TORNO DO VAREJO

Conheça as principais empresas que formam o grupo Magalu

MagazineLuiza

Fundado em 1957 por Luiza Trajano Donato, o Magalu é hoje uma plataforma de varejo que opera por meio de lojas físicas, lojas virtuais, televendas, e-commerce, marketplace, social commerce e vendas corporativas. Seu modelo multicanal permite que os clientes comprem de diversas formas, com entregas em todo o território nacional. As lojas físicas também funcionam como pontos logísticos para otimizar as entregas. Serviços como o Retira Loja e Ship From Store contribuem para a eficiência da distribuição. O Magalu ainda oferece ferramentas e serviços aos vendedores do marketplace (os sellers) com o objetivo de impulsionar suas vendas.

MagaluCLOUD

Parte da plataforma Magalu As a Service, a Magalu Cloud foi criada em dezembro de 2023, tornando-se a única solução de nuvem 100% nacional, com cobrança em reais e suporte em português. Atende as empresas do grupo e oferece serviços de computação, armazenamento e rede com alta performance, segurança e baixa latência (tempo de resposta) a clientes externos. Reúne as operações das empresas VIP Commerce, Stoq, ComSchool, SmartHint, Hubsales, GrandChef e Bit55.

MagaluADS

Lançada em 2021, é a plataforma de publicidade digital do grupo, que permite a sellers e fornecedores promover seus produtos no ecossistema Magalu. Utiliza tecnologia de geolocalização e integra soluções de publicidade online-to-offline (O2O), ampliando o alcance das campanhas dentro e fora do ambiente digital. O Magalu Ads também reúne as empresas de conteúdo Canaltech, Steal The Look e Jovem Nerd.

KaBUM! >>

Um dos pioneiros do comércio eletrônico no Brasil, é especializado em tecnologia e games. Adquirido em 2021, oferece um portfólio completo de computadores, hardware, periféricos, produtos gamers e dispositivos para casa inteligente. Em 2024 inaugurou sua primeira loja física, em São Paulo, no conceito store in store, dentro de uma megaloja do Magalu.

Netshoes

Líder no e-commerce de artigos esportivos no Brasil, a Netshoes foi fundada em 2000 e adquirida pelo Magalu em 2019. Seu portfólio abrange calçados, roupas e acessórios esportivos. A empresa também opera lojas virtuais de marcas parceiras, entre elas as de alguns dos maiores times de futebol do País, integrando as sinergias do ecossistema Magalu para otimizar logística, tecnologia e operações.

ÉPOCA COSMÉTICOS · PERFUMARIA

É um e-commerce especializado em produtos de beleza, que incluem perfumaria, maquiagem, dermocosméticos e cosméticos em geral. Fundada em 2006, a empresa foi adquirida pelo Magalu no ano de 2013.

ZATTINI

E-commerce de moda e beleza, oferece calçados, vestuário, acessórios e maquiagem, conectando os clientes a grandes marcas do mercado fashion.

aiqfome

Segunda maior plataforma de *food delivery* do Brasil, focada em pequenas e médias cidades do interior do País, foi adquirida em 2020. Atua por meio de um modelo de expansão baseado em licenciamentos, permitindo que empreendedores locais adquiram o direito de operar a marca e o aplicativo em suas cidades.

magalubank

É a divisão financeira do Magalu, reunindo as operações de crédito (representada pela LuizaCred, joint-venture entre o Magalu e o Itaú Unibanco), pagamentos (por meio da MagaluPay), seguros (uma parceria entre o Magalu e o BNP Paribas Cardif) e Consórcio Magalu.

Magalog

Resultado da unificação de cinco empresas — Magalu Entregas, Sode, Logbee, GFL e Sinlog —, é uma das maiores operadoras logísticas do Brasil. Com 21 centros de distribuição e uma malha integrada, oferece soluções de armazenagem, fulfillment e entregas ultrarrápidas. Atende empresas do grupo Magalu, sellers do marketplace e clientes externos.

estante virtual

O maior portal de comércio de livros do País, criado inicialmente como sebo virtual, expandiu-se para vender também livros novos, ampliando seu portfólio. A empresa foi adquirida em 2020.

ESTRATÉGIA E RESULTADOS

- Estratégia do Negócio
- Desempenho por Marca
- Valor Gerado
- Prêmios e Reconhecimentos
- Satisfação do Cliente
- Inovação
- Influenciadora Lu

ESTRATÉGIA DE NEGÓCIO

O Magalu orienta seus negócios por planos estratégicos definidos periodicamente, em ciclos de cinco anos. Cada ciclo é construído com base em análises aprofundadas das tendências do mercado e das oportunidades de transformação e de diferenciação, garantindo a evolução contínua da Companhia em um setor altamente dinâmico.

O ciclo estratégico atual, iniciado em 2021, focou na construção e na consolidação do ecossistema Magalu, ampliando sua presença para além do varejo tradicional. Durante esse período, a Companhia impulsionou sua plataforma de marketplace e adquiriu diversas empresas em segmentos complementares, como tecnologia, logística, serviços financeiros e conteúdo digital, além de operações como o KaBuMI, líder no varejo de produtos eletrônicos e games no Brasil, o Aiqfome, segunda maior empresa de delivery de comida do País, e a Netshoes, referência na área de esportes. A plataforma de publicidade Magalu Ads, a empresa de logística Magalog, o serviço de armazenamento e computação em nuvem Magalu Cloud e o serviço financeiro

MagaluBank também resultam desse movimento.

O ecossistema Magalu se diferencia, sobretudo, pela multicanalidade, uma característica única da Companhia em relação a seus concorrentes. As mais de 1.200 lojas físicas da empresa não são apenas pontos de venda. Funcionam como hubs logísticos, que servem ao e-commerce 1P (estoque próprio), aos sellers do marketplace e aos clientes, aumentando o ní-

vel de serviço e reduzindo os custos de operação.

Em 2024, a consolidação das operações logísticas na empresa Magalog trouxe ganhos expressivos de eficiência, com impacto direto na experiência do cliente. O nível de serviço logístico superou os 95%, com 80% dos pedidos sendo entregues em até 48 horas. Ao mesmo tempo, o projeto Encanta Magalu mobilizou os times da Companhia em torno da me-

lhoria da qualidade do atendimento e da satisfação dos clientes. A iniciativa resultou no maior avanço histórico do NPS da Companhia, que subiu 10 pontos em relação ao ano anterior.

Com o fim do ciclo atual em 2025, a empresa se prepara para uma profunda transformação nos próximos anos com a inteligência artificial, rumo à vanguarda do AI-commerce.

DO DIGITAL AO ECOSISTEMA: AS JORNADAS DO MAGALU

2016-2020 DIGITALIZAÇÃO MAGALU

- INCLUSÃO DIGITAL
- MULTICANALIDADE
- DIGITALIZAÇÃO DAS LOJAS
- PLATAFORMA DIGITAL DE VENDAS
- CULTURA DIGITAL

2021-2025 CONSOLIDAÇÃO DO ECOSISTEMA

- CRESCIMENTO DO MARKETPLACE
- NOVAS CATEGORIAS
- FINTECH MAGALU
- ENTREGA MAIS RÁPIDA
- MAGALU AS A SERVICE



NEGÓCIOS COMBINAM CRESCIMENTO E SUSTENTABILIDADE

Em 2024, as empresas e os serviços do ecossistema registraram importantes avanços nos resultados do negócio e na agenda socioambiental. Confira a seguir



HB do Magalu em Franca: gestão eficiente reduziu custos e melhorou resultados financeiros

#descriçãodaimagem: Duas mulheres atravessam faixa de pedestres em frente a um prédio espelhado com o logotipo do Magalu.

MAGALU

A operação melhorou a margem e a rentabilidade. Diversas iniciativas contribuíram para esse resultado, entre elas um profundo trabalho de controle de estoque e de melhoria do capital de giro. Isso permitiu à operação gerar caixa mantendo o mesmo nível de disponibilidade de produtos. Esse resultado foi impulsionado pelas lojas físicas, que aumentaram o faturamento em 10% e passaram por um trabalho de ajustes, incluindo aprimoramento de serviços, corte de custos e devolução parcial de imóveis para reduzir o valor de aluguel. Paralelamente, foram realizados investimentos na reforma de 200 unidades.

A estratégia de multicanalidade ganhou ainda mais importância, seja por meio de retiradas, seja pelo envio direto de produtos vendidos pelo e-commerce. Ao mesmo tempo, a parcela de sellers do marketplace utilizando o Fullfilment Magalu dobrou de tamanho, alcançando 24%.

Outro destaque foi o aumento do nível de satisfação dos clientes, que subiu 10 pontos no ano, de acordo com a métrica do NPS (Net Promoter Score), alcançando 77 pontos no geral, com lojas físicas e venda online de produtos próprios marcando 83 pontos e o marketplace evoluindo 16 pontos (*mais detalhes sobre esse tema estão disponíveis nas págs. 28-31*). Um feito especialmente relevante foi a parceria estratégica celebrada com o AliExpress para a venda de produtos do Magalu na plataforma chinesa e vice-versa, ampliando o alcance dos dois marketplaces (*veja quadro na pág. 22*).

KABUM!

Em 2024, o KaBuM! realizou uma série de mudanças estratégicas e operacionais que otimizaram a estrutura do negócio, ajustaram o portfólio de produtos e aprimoraram a eficiência comercial.

A marca voltou a dar foco aos produtos de tecnologia, o que rendeu um ganho de 12% na base de clientes ativos nessa categoria em 2024.

Outro destaque foi a abertura da primeira loja física da marca, montada no conceito store in store dentro de uma unidade do Magalu na zona norte de São Paulo, com foco na venda de produtos open box. O sucesso motivou a decisão de montar outras duas lojas na capital paulista em 2025 e estudar novas expansões.

NETSHOES

Em 2024, a Netshoes manteve sua posição de líder no e-commerce esportivo no Brasil. Esse desempenho foi impulsionado pelo fortalecimento de categorias como corrida, treino, futebol, sportstyle, segmento que apresentou crescimento expressivo.

A empresa passou por um rebranding no último ano, incluindo a modernização de seu logotipo e o lançamento do slogan “Vai no Seu Ritmo”, que reforçou a identidade da marca perante os consumidores. Além disso, reforçou seu posicionamento não apenas como referência em produtos esportivos, mas também como marca de lifestyle, refletindo a crescente demanda por conforto e autenticidade no vestuário. Em 2024 passou a figurar entre as cinco principais marcas de moda no ranking Top of Mind da Nielsen.

A marca também estreitou sua conexão com o público corredor. Em 2024 promoveu edições da Netshoes Run em três cidades — Florianópolis, Salvador e São Paulo —, reunindo mais de 14 mil participantes. Os eventos arrecadaram mais de 1 mil pares de tênis usados e 700 quilos de alimentos, destinados à ONG Amigos do Bem.

MAGALUBANK

O hub financeiro do Magalu apresentou resultados expressivos na oferta de crédito e na ampliação dos serviços financeiros digitais para clientes e parceiros

do marketplace, como conta, carteira digital, seguros, cartão pré-pago, transferências, recebimentos, crédito para capital de giro e antecipação de recebíveis. O volume total de transações processadas (TPV) superou a marca de 100 bilhões de reais no período.

Outro destaque foi o crescimento do Crédito Direto ao Consumidor (CDC), impulsionado especialmente pelo e-commerce, com o lançamento do CDC Digital, que proporcionou uma nova solução de parcelamento de compras para o consumidor e representou um passo a mais na digitalização do negócio. Essa modalidade ampliou o acesso ao crédito de forma ágil e integrada à experiência de compra online.

Parceria entre o Magalu e o Itaú Unibanco, a operação de cartões de crédito LuizaCred alcançou um dos melhores desempenhos operacionais e finan-

Escritório da Netshoes, em São Paulo: rebranding e adoção do slogan “Vai no Seu Ritmo”

#descriçãodaimagem: Um homem e duas mulheres caminham em corredor de escritório moderno, com a marca da Netshoes.



Stand da KaBuM! na Brasil Game Show: retorno ao foco em tecnologia e inauguração da primeira loja física

#descriçãodaimagem: Pessoas circulam em estande multicolorido da KaBuM!. Ao fundo, telão exhibe Ninja, avatar da marca.



A logística da Companhia, consolidada na Magalog, evoluiu em eficiência e qualidade

#descriçãodaimagem: Homem negro rodeado de caixas em centro logístico do Magalu, ao lado de uma van azul.

ceiros de sua história. A operação registrou lucro líquido de 295 milhões de reais no ano, revertendo o prejuízo de 98 milhões de reais em 2023.

Os indicadores de inadimplência (NPL) apresentaram quedas significativas, apesar da elevação das taxas de juro do País, refletindo um criterioso trabalho de análise e aprovação de crédito. O NPL de curto prazo caiu 0,4 ponto percentual, chegando a 2,7%, enquanto o de longo prazo reduziu 1,7 ponto percentual, ficando em 8,1%.

Com uma base de 6,2 milhões de cartões de crédito e uma carteira de crédito de 20,3 bilhões ao final do ano, a LuizaCred manteve um papel estratégico na fidelização dos clientes e no aumento do tíquete médio de compra no Magalu.

MAGALOG

Em 2024, o Magalu consolidou todas as suas operações logísticas na Magalog — um novo negócio independente que centraliza a logística da Companhia e também atende clientes externos. A criação dessa unidade proporcionou ganhos expressivos em eficiência e qualidade. O nível de serviço atingiu o maior patamar da história, com uma taxa superior a 95%, impulsionando diretamente o NPS do e-commerce do Magalu, cuja composição é 70% influenciada pela entrega.

No ano, aproximadamente 80% dos pedidos vendidos e entregues pelo Magalu chegaram ao destino final em até 48 horas, um salto de 6 pontos percentuais em relação a 2023. Além disso, a estrutura logís-



Frederico Trajano, CEO do Magalu, e Kai Li, CEO LATAM do AliExpress, na assinatura do acordo entre os dois marketplaces, na China

#descriçãodaimagem: Dois homens apertam as mãos e sorriem para a câmera, com as marcas Magalu e AliExpress exibidas no telão atrás deles.

PARCERIA INÉDITA COM ALIEXPRESS AMPLIOU ALCANCE DO MAGALU

As companhias passaram a vender mutuamente em seus marketplaces, com vantagens para os consumidores das duas plataformas

Em junho de 2024, o Magalu firmou uma parceria inédita com o AliExpress, plataforma global de e-commerce do grupo Alibaba, por meio da qual cada companhia passou a vender seus produtos no marketplace da outra. A iniciativa expandiu a atuação do Magalu no segmento cross-border, que compreende a venda de produtos internacionais, agregando ao portfólio itens da linha Premium Choice do AliExpress. Ao mesmo tempo, o Magalu passou a oferecer seus produtos na plataforma chinesa, especialmente itens de tíquete mé-

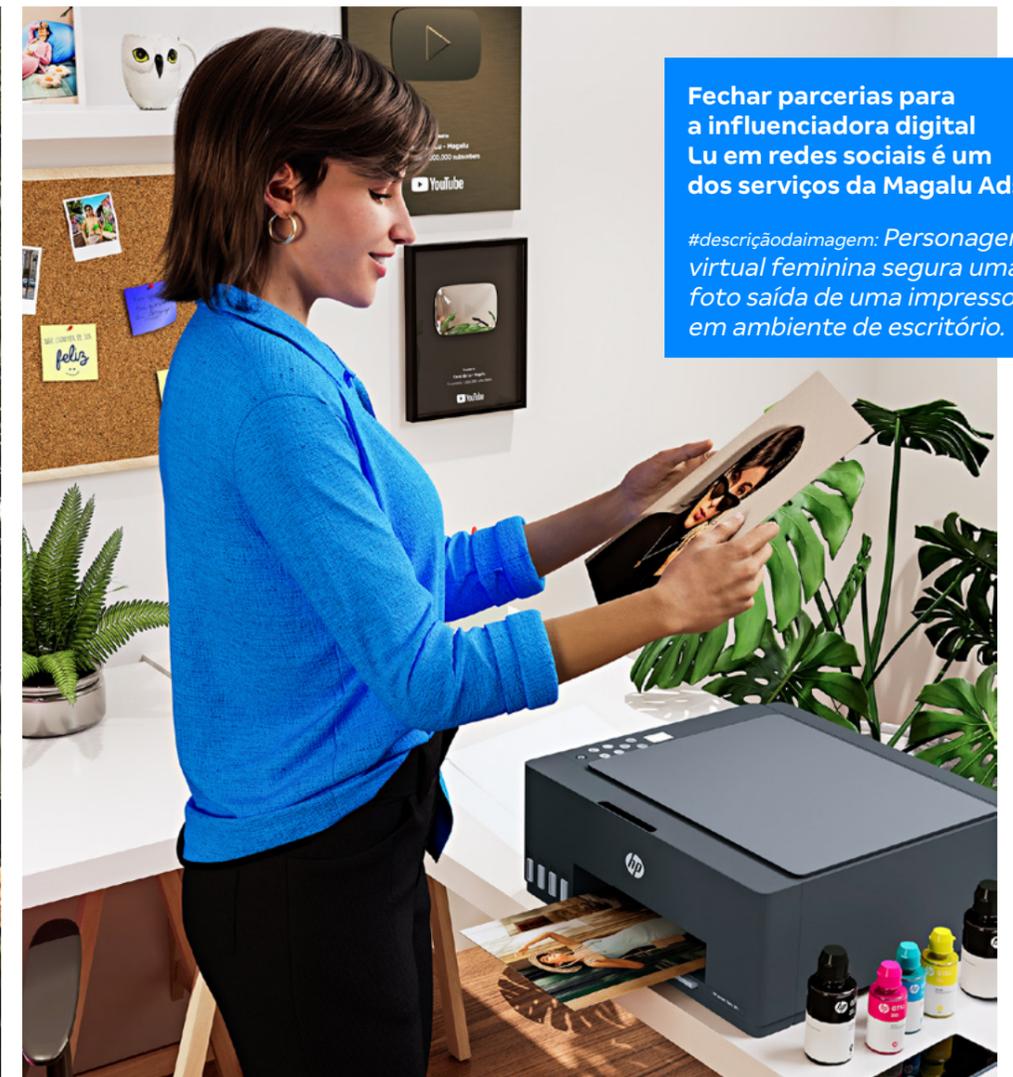
dio mais alto, como smartphones, eletrodomésticos e TVs.

A parceria proporcionou grandes vantagens para os consumidores de ambos os lados. No app Magalu, os clientes têm acesso facilitado a produtos importados com a segurança de comprar em uma plataforma conhecida. Já os usuários do AliExpress encontram produtos do Magalu com benefícios exclusivos, como cupons de desconto, cashback e parcelamento sem juros. Os itens do Magalu são identificados com selo próprio e exibidos na seção “Do Brasil”.



Estande da Magalu Cloud na Web Summit: primeira cloud 100% brasileira

#descriçãodaimagem: Dezenas de pessoas circulam em torno de estande com a Magalu Cloud ao alto e o logotipo do Magalu em telão ao fundo.



Fechar parcerias para a influenciadora digital Lu em redes sociais é um dos serviços da Magalu Ads

#descriçãodaimagem: Personagem virtual feminina segura uma foto saída de uma impressora, em ambiente de escritório.

tica foi ampliada em 46 mil metros quadrados, com novos anexos nos CDs de Ribeirão Preto (SP), Contagem (MG) e Gravataí (RS).

Outro destaque foi o crescimento da operação de entrega e retirada de produtos do e-commerce, próprios e de parceiros do marketplace, nas lojas físicas. Isso reduziu até 80% do consumo de combustível ao atender clientes num raio de até 10 quilômetros da unidade e acelerou as entregas. A receita com a prestação de serviço para clientes externos cresceu 40% no ano.

Em 2024, a Magalog também iniciou a adoção da cabotagem, que promete reduzir pelo menos 30% do consumo de combustível em comparação ao transporte rodoviário.

MAGALU CLOUD

Criada inicialmente para reduzir os custos com infraestrutura da própria Companhia, a Magalu Cloud, primeira cloud 100% brasileira, consolidou-se em 2024 como um pilar estratégico do ecossistema Magalu. A empresa oferece soluções em nuvem para negócios do grupo e clientes externos, por preços mais acessíveis que os dos concorrentes internacionais.

No ano, o time da Magalu Cloud dobrou de tamanho, refletindo o crescimento e o amadurecimento da operação, e todos os produtos da unidade foram disponibilizados ao mercado, incluindo o Object Storage, para armazenar dados de forma segura e escalável; o Turia IAM, para gestão de identidades e

acessos; e o ID Magalu, que permite login unificado (SSO) em múltiplos serviços com uma única conta. Essa estrutura permitiu fechar mais de 300 contratos com empresas externas. Internamente, a nuvem própria também ganhou força, com o Magalu ampliando de 30% para 40% a operação de sua infraestrutura na própria cloud, contribuindo para uma economia de até 50% em custos com tecnologia.

Como empresa brasileira, contribui para o fortalecimento da soberania nacional em um segmento estratégico. Além disso, incorpora vantagens ambientais, com data centers localizados no Sudeste e no Nordeste que se beneficiam da matriz energética majoritariamente limpa do País.

MAGALU ADS

Em 2024, o Magalu Ads registrou crescimento acelerado, com aumento de 103% na receita em relação ao ano anterior. Esse avanço foi impulsionado por melhorias na plataforma de produtos patrocinados e nas soluções de display, que incluíram um algoritmo mais eficiente, melhor usabilidade e a introdução do modelo self-service para grandes anunciantes.

O número de grandes anunciantes (*key accounts*) cresceu 15%, alcançando 20% no último trimestre. Essa expansão reforçou a importância do Magalu Ads como canal estratégico de mídia do ecossistema Magalu, contribuindo para a conversão de vendas e a monetização do tráfego digital com mais eficácia.



PRÊMIOS E RECONHECIMENTOS

Empresas e executivos do ecossistema Magalu foram reconhecidos nacionalmente ao longo do ano. Veja alguns destaques



MARÇO

BOTS BRASIL AWARDS

O Magalu, em parceria com a Meta, foi premiado pelo projeto Direct Connect, que permite aos clientes o acesso ao catálogo de produtos pelo WhatsApp da assistente virtual Lu. Essa premiação destaca os melhores chatbots do País.

ABRIL

OS MAIS AMADOS DO RIO

O prêmio, concedido pela *Veja Rio*, reconhece as marcas mais queridas pelos cariocas em diversos setores. O Magalu foi eleito na categoria Loja de Eletrodomésticos.

REPUTAÇÃO EMPRESARIAL

A presidente do Conselho de Administração do Magalu, Luiza Helena Trajano, foi eleita, pela sétima vez, a líder empresarial com a melhor reputação do País, segundo o Ranking Merco Líderes 2023. A pesquisa ouviu 762 executivos, analistas, jornalistas e acadêmicos. Frederico Trajano, CEO do Magalu, também integra a lista. A Companhia ficou em 8º lugar no Merco Empresas e em 4º no Merco Responsabilidade ESG.

MEDALHA DA INCONFIDÊNCIA

Luiza Helena Trajano, presidente do Conselho de Administração, recebeu a honraria concedida pelo estado de Minas Gerais a personalidades e instituições que contribuíram para o desenvolvimento da região e do País.

TOP 10 PROFISSIONAIS DE RH

A diretora executiva de Gestão de Pessoas do Magalu, Patricia Pugas, foi eleita como um dos 10 profissionais de RH mais admirados do Brasil. Promovida pelo Grupo Gestão RH em 2023, a votação teve os resultados anunciados em 2024.



MAIO

CONSUMIDOR MODERNO

O prêmio Consumidor Moderno reconhece as empresas que se destacam pela excelência no atendimento ao cliente e em inovação. O Magalu conquistou o 1º lugar na categoria Marketplace.

A ERA DO DIÁLOGO

Promovido pelo Grupo Padrão e pela revista *Consumidor Moderno*, o prêmio reconhece empresas que se destacam na melhoria do relacionamento com o cliente e na redução da judicialização. O Magalu foi premiado como uma das empresas com maior índice de resolução de demandas dos consumidores.



AGOSTO

RANKING IBEVAR-FIA 2024

O Magalu foi reconhecido como uma das empresas de varejo mais admiradas pelos consumidores no Ranking Ibevar-FIA 2024, elaborado pelo Instituto Brasileiro de Executivos de Varejo (Ibevar) em parceria com a FIA Business School. A Companhia conquistou o 1º lugar na categoria Eletroeletrônicos e Móveis.



NOVEMBRO

GREAT PLACE TO WORK

O Magalu conquistou o 4º lugar na categoria Gigantes e o 2º lugar na categoria Super Grandes do Varejo no ranking das melhores empresas para trabalhar. A Companhia iniciou a aplicação da pesquisa de clima GPTW em 1998 e, desde então, tem garantido a certificação de Excelente Lugar Para Trabalhar, mantendo-se continuamente entre as Melhores Empresas Para Trabalhar no Brasil.

PRÊMIO AUTOMAÇÃO

O Magalu foi um dos vencedores da 26ª edição do Prêmio Automação 2024, promovido pela GS1 Brasil, na categoria Aplicação de Mercado. O reconhecimento foi graças ao case de cadastro do código de barras que identifica produtos dos sellers na plataforma de marketplace — GTIN (EAN-13) —, resultado de um esforço conjunto de diversas áreas da Companhia.



NOVEMBRO

ESTADÃO MARCAS MAIS

O Magalu foi reconhecido como uma das Top 5 Marcas do Futuro na 10ª edição do prêmio Estadão Marcas Mais, e esteve presente entre as principais marcas do País nas categorias Site de Vendas Online e Lojas de Eletrodomésticos.

DOUTOR HONORIS CAUSA

André Fatala, vice-presidente de Plataforma do Magalu, recebeu o primeiro título de Doutor Honoris Causa em Engenharia de Software do Brasil, concedido pela Cesar School, instituição de referência em educação superior no País.

OURO NO PRÊMIO ABT

O Magalu conquistou o ouro no XXIV Prêmio ABT na categoria Campanhas de Comunicação (Terceirizada), pelo uso da plataforma de engajamento de equipes Robbyson em ações com seus colaboradores. O Prêmio ABT, o maior do Brasil em relacionamento com o cliente, reconhece e divulga as melhores práticas nessa área.



DEZEMBRO

PRÊMIO RECLAME AQUI

As empresas do ecossistema Magalu venceram em oito categorias: Magalu, em Marketplace, Lojas Físicas e E-commerce Mega Escala; Netshoes, em Artigos Esportivos (E-commerce); KaBuM!, em E-commerce de Informática; KaBuM! Smart, em E-commerce Nichado; Estante Virtual, em Livros (E-commerce); e LuizaCred, em Cartões de Crédito. O prêmio reconhece as marcas mais bem avaliadas pelos consumidores na plataforma Reclame Aqui, com base na qualidade do atendimento e na eficiência na resolução de demandas dos clientes.



TIKTOK AD AWARDS 2024

Na premiação que reconhece as melhores iniciativas publicitárias feitas por marcas no TikTok, o Magalu venceu nas categorias TikTok Funciona e Anunciante do Ano.



GRI 3-3

SATISFAÇÃO DO CLIENTE



Satisfação do cliente:
atendimento nas lojas Magalu reforça o compromisso com a excelência e contribui para o aumento histórico do NPS

#descriçãodaimagem: Duas mulheres interagem sorrindo em meio a fogões e geladeiras expostos. Uma delas segura um celular com a tela voltada para a outra.

No Magalu, “cliente em primeiro lugar” não é um slogan. É uma decisão diária que orienta processos, metas e atitudes em todos os níveis da organização. No último ciclo estratégico, esse compromisso ganhou força. Todos os anos, o Magalu elege um tema prioritário de melhoria. Em 2024 foi a vez do projeto Encanta Magalu, criado para elevar o nível de serviço e simplificar a experiência do cliente.

O trabalho realizado ao longo do ano está especialmente refletido no indicador NPS (Net Promoter Score), que mede a disposição dos clientes em recomendar o Magalu a outras pessoas, considerando toda a jornada de compra, do primeiro contato com a marca ao pós-venda.

No período, o NPS geral da Companhia — que reúne as notas de lojas físicas, e-commerce 1P e 3P — subiu 4,3 pontos, de 69,7 para 74. Na comparação entre os últimos trimestres de cada ano, o avanço foi ainda maior: de 67,1 para 76,9, uma variação de 9,8 pontos.

Nas lojas físicas, o índice avançou 3,5 pontos e chegou a 81,8 em 2024. No e-commerce de estoque próprio (1P), a alta foi de 2 pontos, elevando o NPS para 80,8 pontos. Nos dois casos, atingiu-se um patamar de excelência em NPS, acima de 80 pontos.

O avanço no marketplace (3P) foi ainda maior, com crescimento de 6 pontos entre um ano e outro, alcançando 67,7. Considerando os últimos trimestres do ano, o avanço foi de 13,7 pontos. Esse resultado tem peso especial, já que o desempenho dos sellers e as etapas adicionais de logística tornam a operação mais complexa.

MÉTRICAS E METAS

A evolução na satisfação dos clientes é efeito de uma série de iniciativas adotadas pela Companhia ao longo do ano. Foram definidos indicadores prioritários, como Contact Rate, First Call Resolution, reputação dos sellers, nível de serviço nas entregas e prazo de estorno, além de projetos para perseguir melhorias em cada uma dessas frentes.

A melhoria na reputação dos sellers no marketplace merece destaque especial. Os sellers são avaliados com base em fatores como cancelamento de vendas, cumprimento de prazos e qualidade do atendimento. Os vendedores com as melhores avaliações têm benefícios adicionais, como destaque em campanhas promocionais e mídias de divulgação. Já aqueles com baixa reputação ganham um prazo para se aprimorar. Caso os problemas não sejam solucionados, esses vendedores são excluídos da plataforma. Em 2024, cerca de 60 mil sellers saíram da plataforma do Magalu devido à baixa performance.

A empresa também passou a dar visibilidade, na plataforma, a dados detalhados sobre a reputação dos sellers — o que torna mais fácil a utilização dessa informação pelos clientes como critério de escolha e estimula a melhoria contínua dos serviços dos parceiros.

Outro fator decisivo para o aumento do NPS foi o desempenho do Magalu Entregas, responsável pela entrega de produtos de estoque próprio e de produtos de sellers armazenados nos Centros de Distribuição (modelo fulfillment) e pela complexa operação logística de coleta e entrega de produtos dos sellers aos consumidores. Em 2024, o nível de serviço dessa operação atingiu 94%.

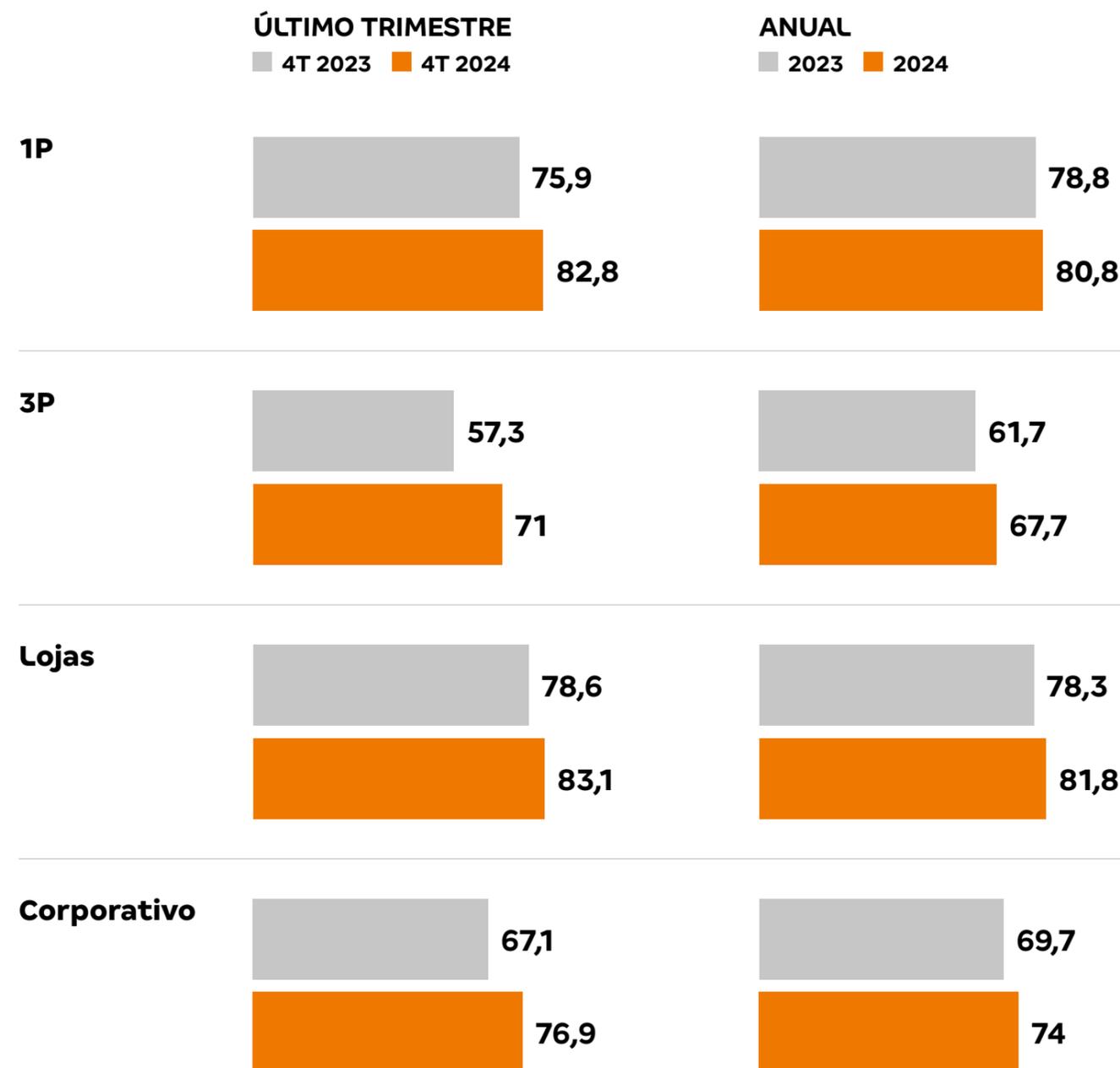
CANCELAMENTO E ESTORNO

O aumento da satisfação dos clientes também é fruto de melhorias nas situações de cancelamento de compras. As fichas técnicas dos produtos foram aprimoradas e, com mais informações disponíveis ao consumidor no momento da aquisição dos produtos, o número de casos de arrependimento caiu. O Magalu facilitou o processo de cancelamento, permitindo, por exemplo, a devolução de itens diretamente em suas lojas, eliminando a necessidade de envio pelos Correios.

A restituição de valores aos clientes em razão de vendas canceladas apresentou grande evolução, com

O NPS AUMENTOU EM TODOS OS CANAIS

Evolução do índice de satisfação dos clientes no ano e na comparação entre os últimos trimestres de 2023 e 2024



Colaboradores do Luiza Resolve, área de atendimento ao cliente do Magalu, em Franca (SP)

#descriçãodaimagem. Sala ampla com dezenas de pessoas sentadas lado a lado, em fileiras, utilizando fones de ouvido e atendendo pelo computador.



INDICADORES DE QUALIDADE

Métricas que explicam a evolução do NPS

- Busca mais assertiva de produtos
- Evolução na reputação média dos sellers
- Novas opções de pagamento
- 94% de nível de serviço
- Redução do prazo de estorno de compras canceladas
- Aumento do autosserviço

a redução do prazo de estorno de seis para três dias, em média. No caso de pagamentos via Pix ou por boleto, a restituição passou a ser feita imediatamente após a solicitação de cancelamento.

PAGAMENTO FACILITADO

Em 2024, a empresa introduziu novas opções de pagamento, como a possibilidade de realizar compras com o uso simultâneo de dois cartões de crédito. A novidade beneficia especialmente os clientes com

baixo limite de crédito. Além disso, o Magalu passou a oferecer no e-commerce o Carnê Digital Magalu-Pay, uma opção de crédito direto ao consumidor antes restrita às lojas físicas.

O aperfeiçoamento do sistema de busca de produtos no site, um projeto prioritário da equipe de tecnologia, também teve impacto relevante na evolução do NPS em 2024. O mecanismo passou a apresentar, nos resultados de pesquisas, ofertas ainda mais alinhadas com os desejos e as necessidades

dos clientes, com impacto positivo na etapa inicial da jornada de compra.

As opções de autosserviço foram significativamente ampliadas ao longo do ano. Metade das demandas que antes eram direcionadas ao setor de atendimento ao cliente da Companhia, como pedidos de segunda via de nota fiscal, comprovante de estorno, cancelamento e informações sobre entrega, passou a ter resolução direta pelo aplicativo — ante 20% no ano anterior.

Jornada do consumidor

Do clique ao pós-venda, o Magalu cuida da experiência do cliente em todos os pontos de contato

Cada compra realizada no Magalu movimenta mais do que sistemas e entregas — mobiliza uma rede integrada de pessoas, processos e decisões com um objetivo comum: garantir uma experiência positiva em cada etapa. Colocar o cliente em primeiro lugar é tratar cada ponto da jornada como parte essencial da entrega.

A seguir, as etapas que compõem essa jornada digital, do início ao fim da experiência de compra.



Busca pelo produto
Acesso via site ou app.
Pesquisa pelo que deseja comprar.



1 Avaliação e escolha
Compara preços, prazos, reputação e condições de frete e pagamento.



2 Adiciona ao carrinho
Produto selecionado no carrinho — pronto para finalizar a compra.



3 Login ou cadastro
Criação de conta com dados pessoais e senha, no site ou app.



4 Escolha de pagamento
Cartão, Pix, boleto, MagaluPay.



5 Endereço de entrega
Cadastra ou seleciona endereço salvo.



6 Escolha da entrega
Normal, expressa ou retirada na loja.



7 Confirmação da compra
Notificação por e-mail e app. Boleto/Pix: aguarda compensação.



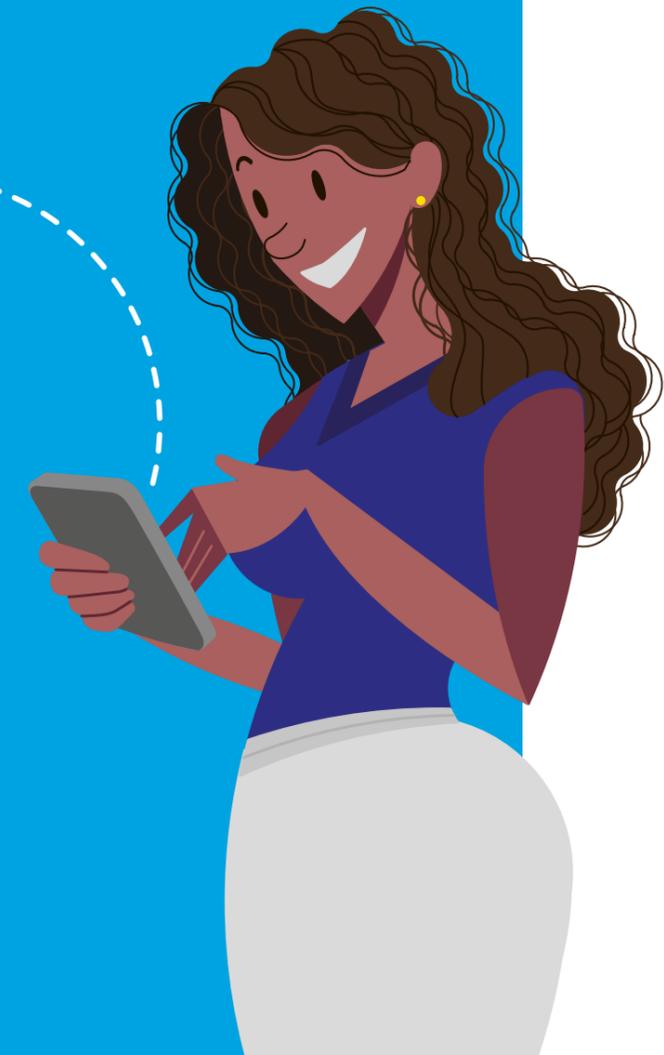
8 Preparação do pedido
Separado e embalado no CD, cross-docking, estoque do seller ou loja.



9 Recebimento do produto
Entrega no endereço indicado ou retirada em loja física.



10 Troca ou devolução
Feita com suporte via SAC, app ou WhatsApp.

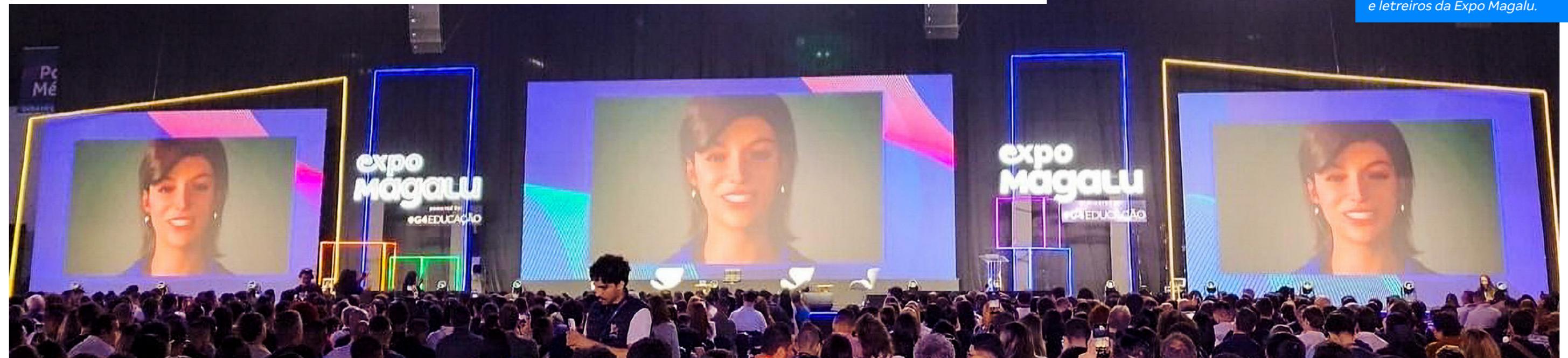




Expo Magalu 2024: evento voltado para sellers abordou várias inovações no e-commerce

#descriçãodaimagem: Auditório lotado diante do palco, onde estão três grandes telões com o rosto da influenciadora digital Lu e letreiros da Expo Magalu.

INOVAÇÃO: A EVOLUÇÃO DO AI-COMMERCE



A inovação marca a história do Magalu desde o seu início. O nome Magazine Luiza, por exemplo, foi escolhido em um concurso de rádio promovido pela fundadora da empresa, Luiza Trajano Donato, em 1957. Na época, consultar o mercado para tomar decisões de negócios era revolucionário. Buscar novas formas de fazer está na essência da Companhia e direciona a maneira como a empresa se organiza, atende os clientes, estrutura as operações e se posiciona.

Seis décadas depois, a tecnologia é central no processo de inovação da empresa. Ao longo dos anos, o Magalu se consolidou como uma plataforma multicanal orientada por dados, integrando lojas físicas, e-commerce, serviços financeiros e soluções digitais. Essa estrutura é apoiada por recursos em nuvem e aplicações de inteligência artificial, que ampliam a eficiência e a capacidade de adaptação do negócio.

Desde 2016, a empresa intensificou os investimentos em tecnologia. Nos quatro anos seguintes, o foco foi a digitalização da operação e a consolidação do e-commerce e do marketplace. Em 2021, a Companhia deu nova escala a esse movimento.

LUIZALABS E MAGALU CLOUD

Um dos pilares dessa jornada é o Luizalabs, laboratório responsável pelo desenvolvimento tecnológico e digital da Companhia, que teve sua equipe ampliada em 15% em 2024. Um dos resultados desse trabalho é a Magalu Cloud. Criada inicialmente para atender às demandas internas de computação em nuvem, a solução ganhou escala e hoje é um negócio que atende mais de 300 clientes externos.

A próxima fronteira a ser explorada é a inteligência artificial. O Magalu acredita que o uso de IA no

chamado comércio conversacional será um divisor de águas para o varejo global. Com base nessa visão, o tema deve se tornar o eixo central do próximo plano estratégico, a ser definido em 2025.

IA NA PRÁTICA

Diversas iniciativas que envolvem a IA já foram implementadas. Entre elas destacam-se o uso de inteligência artificial generativa para aprimorar descrições de produtos, resumir avaliações de clientes e aplicar precificação dinâmica à plataforma, além de prever e adequar prazos de entrega e otimizar rotas logísticas. Agora, o Magalu se prepara para uma nova etapa de evolução em direção ao AI-Commerce, que tem o potencial de transformar a experiência de compra por meio de interações por texto, voz ou imagem, de forma fluida e personalizada, e em tem-

po real. Um dos ícones dessa transformação é a assistente virtual Lu, um dos maiores ativos criados pelo Magalu ao longo de sua jornada digital (*leia mais nas págs. 33-34*).

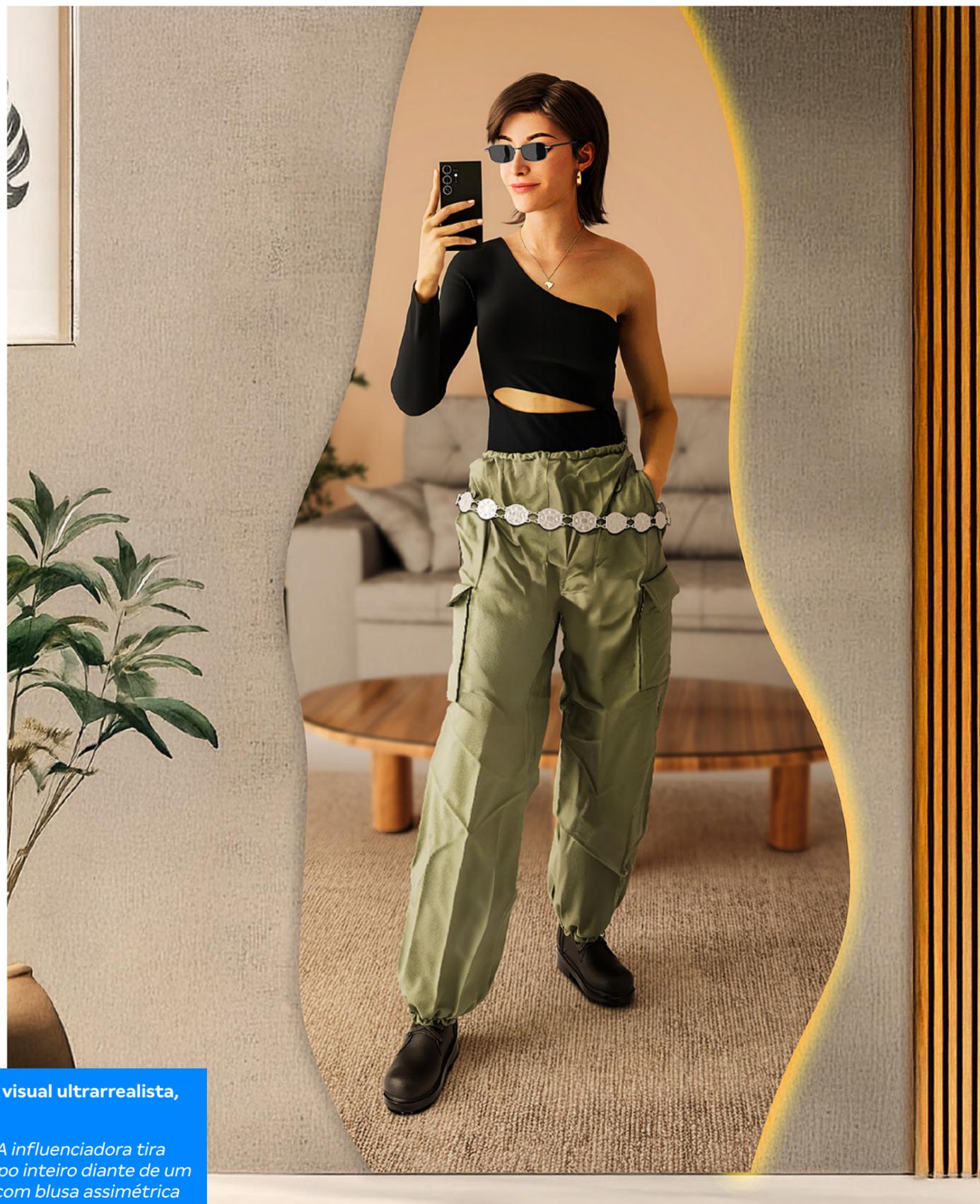
A inovação no Magalu, no entanto, vai além da tecnologia. Ela se estende a todas as frentes do negócio, do fortalecimento da multicanalidade — com cerca de 50% das vendas online associadas a lojas físicas — à reconfiguração dos pontos de venda como hubs logísticos e espaços de experiência para os clientes.

A inauguração da nova loja no Conjunto Nacional, um ponto icônico da capital paulista, prevista para 2025, reforça esse movimento. O espaço reúne marcas coligadas do grupo — Magalu, Netshoes, KaBuM!, Época Cosméticos e Estante Virtual — no modelo store in store e marca uma nova etapa na integração entre varejo físico e digital.

LU 5.0: MAIS REALISTA, MAIS INTELIGENTE, MAIS PRESENTE

Nova aparência, mais cérebro e muito mais atitude. Em 2024, a Lu — assistente virtual e influenciadora digital do Magalu — evoluiu. Impulsionada por inteligência artificial e por um novo visual ultrarrealista, ela ganhou velocidade de produção e repertório ampliado. A mudança não foi só estética. Com novas capacidades, a Lu passou a atuar em múltiplas frentes: vídeos, lives e eventos.

Um marco dessa evolução ocorreu durante a Expo Magalu, evento anual voltado para empreendedores e sellers, com palestras, networking e conteúdos sobre varejo digital, onde a Lu apareceu ao vivo pela primeira vez, conversando com Luiza Helena Trajano, presidente do Conselho de



Lu com seu novo visual ultrarrealista, cheia de estilo

#descriçãodaimagem: A influenciadora tira uma selfie de corpo inteiro diante de um espelho. Vestida com blusa assimétrica preta e calça cargo verde, ela está numa sala de estar com decoração moderna.



LU EM 2024: TECNOLOGIA E IMPACTO

Desempenho alinhado à estratégia da Companhia

- Visual atualizado com tecnologia ultrarrealista e IA generativa
- **1ª interação ao vivo (Expo Magalu, acima)**
- 40 marcas diferentes contrataram a Lu
- 105 campanhas publicitárias realizadas ao longo do ano
- 29 milhões de pessoas alcançadas com suas campanhas
- 5,2 milhões de reais em receitas publicitárias

GAROTA-PROPAGANDA DE SUCESSO

A influenciadora virtual ampliou a presença em campanhas publicitárias



Cenas da Lu em campanhas do Burger King, da Elseve, de L'Oréal, da cerveja Amstel e de refrigeradores Electrolux: cada vez mais requisitada

#descriçãodaimagem: Quatro cenas mostram a influenciadora virtual Lu em campanhas publicitárias: em frente a uma loja do Burger King; lavando o cabelo com produtos Elseve no banheiro; sentada em um sofá com cervejas Amstel e petiscos; e em uma cozinha moderna ao lado de eletrodomésticos Electrolux.

Em 2024, a Lu continuou sua trajetória de sucesso como garota-propaganda não apenas do Magalu, mas de dezenas de marcas externas — e faturou alto (veja quadro). Pela primeira vez, ela apareceu na TV promovendo uma marca desvinculada do Magalu: o Burger King. No comercial, usou sua identidade virtual para reforçar o compromisso da rede com produtos sem ingredientes artificiais.

A influenciadora também esteve em eventos

de cultura e tecnologia. No Carnaval de Salvador, participou de campanhas da Chevrolet e da Trident, alcançando mais de 3 milhões de pessoas. No São João de Campina Grande, na Paraíba, foi convidada pela Elseve, de L'Oréal Paris. Em setembro, tornou-se a primeira influenciadora virtual a liderar uma campanha da Meta para o WhatsApp, com foco em segurança digital. No mesmo período, estrelou uma ação da marca de eletrodomésticos Electrolux em que

explicava uma tecnologia de inteligência artificial que ajusta a temperatura do refrigerador com base nos hábitos da casa — tudo com uma linguagem clara, moderna e empática.

Também estreou no setor de bebidas alcoólicas com a Amstel. Na campanha lançada antes da final da Libertadores, apareceu em um cenário descontraído, com cerveja na mão e clima de torcida. O vídeo ultrapassou 406 mil visualizações e gerou 48 mil interações.

Administração, com fluidez e naturalidade. A apresentação sinalizou seu potencial para atuar em transmissões ao vivo, palestras e grandes eventos, ampliando ainda mais sua relevância no ecossistema digital da Companhia.

O Magalu aposta na inteligência artificial para tornar a experiência de compra online AI-First, com a Lu no centro dessa transformação. Ela já está sendo preparada para oferecer um atendimento altamente personalizado, acompanhando os clientes em toda a jornada de compra. Para isso, vem sendo treinada com um amplo acervo de informações — de avaliações e preferências dos consumidores a dados de interações anteriores e catálogos de produtos.

Essa nova fase será também multimodal. Além de compreender texto e áudio, a Lu vai interpretar imagens. Um cliente poderá, por exemplo, enviar uma foto de sua cozinha e descrever o que procura. A Lu analisará o espaço e as preferências do cliente e indicará a geladeira ou o fogão ideal. Com esses avanços, a assistente terá papel-chave na estratégia digital do Magalu.

O PASSADO DA LU

Criada em 2003, a Lu surgiu para ajudar os clientes do Magalu no e-commerce da Companhia com um atendimento mais próximo e acessível. Ao longo do tempo, evoluiu de assistente virtual para influenciadora digital de grande alcance, firmou presença nas principais redes sociais e alcançou mais de 40 milhões de seguidores.

Já estrelou campanhas de grandes marcas, foi capa das revistas *Vogue* e *Elle*, apareceu nos telões da Times Square, em Nova York, e subiu ao palco com celebridades como Anitta e Alok. Também vem acumulando prêmios no universo publicitário, entre os quais o Leão de Ouro em Cannes e diversos troféus no Clio Awards.

SUSTENTABILIDADE

- Estratégia Sustentável
- Matriz de Materialidade
- Conexão com os Stakeholders



GRI 2-29

ESTRATÉGIA SUSTENTÁVEL

Trabalhamos para que nossa operação produza resultados positivos dentro e fora da Companhia. Por meio de nosso propósito — levar a muitos o que é privilégio de poucos —, atuamos para gerar riqueza de maneira responsável, para que nossos negócios não apenas se mantenham saudáveis no curto e no longo prazo, mas também para que contribuam para um futuro próspero, socialmente justo e ambientalmente sustentável. Esse é o significado de sustentabilidade para o Magalu.

Isso se expressa em nossas políticas de sustentabilidade, diversidade e inclusão, no apoio a pequenos empreendedores, na logística reversa de resíduos eletroeletrônicos, em energia limpa e no uso de embalagens de menor impacto ambiental. Políticas e ações nessas áreas contribuíram para manter o Magalu na carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da B3, que reúne empresas reconhecidas por seu comprometimento com a sustentabilidade corporativa.

NOSSOS PILARES SOCIOAMBIENTAIS

As quatro frentes estratégicas que, alinhadas ao modelo de negócio da Companhia, guiam a atuação responsável do Magalu



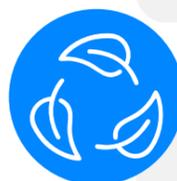
CLIMA

- Reduzir a pegada de carbono por meio de otimização, ganho de eficiência e inovação em transportes (combustíveis e malha logística).
- Ampliar o abastecimento de energia da operação por fontes renováveis, com foco na geração solar por modelo distribuído.



PESSOAS

- Promover diversidade, inclusão e equidade de oportunidades para grupos sub representados (mulheres, negros, LGBTQ+ e PcDs).
- Garantir cadeias de valor éticas e sustentáveis por meio do desenvolvimento de parceiros e de mecanismos de rastreabilidade de fornecedores.



CIRCULARIDADE

- Ser um vetor relevante de coleta e de reciclagem de resíduos eletroeletrônicos no País.
- Reduzir o uso de plástico virgem em embalagens ao consumidor e na operação dos centros de distribuição e hubs logísticos.



COMUNIDADE

- Combater todas as formas de violência contra a mulher e promover a inclusão social por meio do empreendedorismo.
- Apoiar projetos sociais de comunidades de relacionamento e responder a situações de calamidade em nível regional e nacional.



A unidade da Saúde, zona sul de São Paulo, está entre os 525 pontos de coleta de eletroeletrônicos usados em lojas do Magalu

#descriçãodaimagem: Homem deposita um monitor em uma caixa azul com a frase: "Descarte aqui eletroeletrônicos sem utilidade".

GRI 3-1 | 3-2

MATRIZ DE MATERIALIDADE

O Magalu realiza estudos de materialidade para acompanhar a percepção de seus stakeholders sobre os principais impactos relacionados à sua operação. Na última análise, de 2021, a Companhia conduziu um processo estruturado que envolveu o escrutínio de mais de 24 documentos, a realização de 24 entrevistas com lideranças internas e partes externas estratégicas (fornecedores, ONGs, investidores e conselheiros) e a avaliação de tendências e benchmarks de mercado. Essas ações permitiram identificar temas-chave de sustentabilidade com

base em critérios como impacto na criação de valor, probabilidade de ocorrência e magnitude de transformação, além da relevância para stakeholders como colaboradores, consumidores, governo e investidores.

Com base nessa combinação de análises qualitativas e quantitativas, chegou-se aos 11 temas materiais priorizados. Em 2025, o Magalu se prepara para refazer essa análise, considerando as transformações relevantes ocorridas no negócio dos últimos anos (*mais informações na pág. 19*).



OS EIXOS DA MATRIZ

RELEVÂNCIA

Nível de expectativa mapeada entre os stakeholders para o tema.

SIGNIFICÂNCIA

São avaliados os critérios de:

- Impacto na criação de valor da Companhia;

- Probabilidade de um tema se concretizar em risco ou alavancar uma oportunidade;

- Magnitude: potencial de transformação que o Magalu tem no contexto do Brasil.

TEMAS MATERIAIS PRIORITÁRIOS PARA O MAGALU

Os principais temas identificados no estudo de materialidade, refletindo os impactos, os desafios e as oportunidades mais relevantes para a empresa e seus stakeholders

- 1 ÉTICA E TRANSPARÊNCIA**
Ações ligadas à governança corporativa, à integridade e ao Código de Conduta da organização.
- 2 DIVERSIDADE E INCLUSÃO**
Aprofundamento da atuação com a adoção de metas públicas.
- 3 SEGURANÇA E PRIVACIDADE DE DADOS**
Ações ligadas à Lei Geral da Proteção de Dados Pessoais (LGPD).
- 4 DIREITOS HUMANOS NA CADEIA DE VALOR**
Monitoramento da atuação dos fornecedores.
- 5 INCLUSÃO DIGITAL E EMPREENDEDORISMO**
Ações voltadas para o desenvolvimento do programa Parceiro Magalu nos âmbitos local e regional, de projetos de capacitação e profissionalização de pequenos varejistas e de inclusão e educação financeira.
- 6 EMBALAGENS E RESÍDUOS**
Uso de materiais de baixo impacto ambiental e descarte ambientalmente correto.
- 7 SATISFAÇÃO DOS CLIENTES**
Políticas e práticas de relacionamento com os consumidores.
- 8 GESTÃO E DESENVOLVIMENTO DE COLABORADORES**
Condições de trabalho, valorização e desenvolvimento do quadro de funcionários.
- 9 MUDANÇAS CLIMÁTICAS**
Planos de redução e/ou compensação das emissões de gases de efeito estufa (GEE).
- 10 USO DE RECURSOS NATURAIS**
Políticas e práticas de consumo de energia e de água.
- 11 CONSUMO E PRODUTOS RESPONSÁVEIS**
Produtos desenvolvidos e vendidos por organizações de impacto social, uso de matérias-primas de baixo impacto.

GRI 2-29

CONEXÃO COM OS STAKEHOLDERS

O Magalu mantém diálogo contínuo com seus públicos de relacionamento, com canais e iniciativas que garantem a escuta permanente de todos os públicos impactados por seu ecossistema.

O quadro ao lado apresenta as principais ações de relacionamento da Companhia. Muitas dessas iniciativas estão detalhadas ao longo deste relatório, nas seções dedicadas a colaboradores (págs. 44-52), sellers (págs. 40-43), fornecedores (págs. 87-88), clientes (págs. 28-31) e comunidades (págs. 53-55).



COMO INCLUÍMOS

- Inclusão Digital e Empreendedorismo
- Nossos Colaboradores
- Gestão e Desenvolvimento de Pessoas
- Diversidade e Inclusão
- Doação e Investimento Privado





GRI 2-6 | 3-3 | 203-1 | 203-2
SASB CG-MR-410a.1

INCLUSÃO DIGITAL E EMPREENDEDORISMO

Raphael Chiarelli: da quase falência à liderança em vendas de acessórios para aparelhos auditivos após a entrada no marketplace do Magalu

#descriçãodaimagem: Homem de barba posa sorridente, em pé, em estoque com prateleiras cheias de pequenas caixas.

Quando a pandemia começou, o empresário Raphael Chiarelli pensou que seu negócio não resistiria. Dono de um pequeno centro auditivo na zona norte da cidade de São Paulo, viu sua clientela — composta principalmente de pessoas idosas — desaparecer de um dia para o outro, sem nenhuma previsão de retorno. “Achei que fosse o fim”, recorda.

Num sábado, viu na TV o anúncio do projeto Parceiro Magalu, que oferece um caminho simples para pequenos empreendedores venderem seus produtos no marketplace da Companhia. Na mesma hora, cadastrou sua loja na plataforma, a Soluções Auditivas, com a oferta de pilhas para aparelhos auditivos. Minutos depois, recebeu o aviso da primeira venda. “Na segunda-feira, todo o meu estoque já tinha acabado”, lembra.

Chiarelli é um exemplo do papel do marketplace do Magalu na inclusão digital de pequenos empreendedores. No caso dele, a mudança foi radical. De um pequeno negócio prestes a fechar as portas, tornou-se o maior vendedor de pilhas para aparelhos auditivos do País. Também criou uma segunda loja para vender acessórios para os aparelhos — a Tom Audiologia. Hoje, está presente em vários marketplaces, emprega 14 pessoas e faz mais de 5 mil vendas por mês. “Cerca de 60% no Magalu”, afirma.

MAIS DE 350 MIL SELLERS

Assim como ele, mais de 350 mil empreendedores vendem seus produtos no marketplace do Magalu. A plataforma é uma das principais vitrines do e-commerce brasileiro e também disponibiliza serviços de marketing, meios de pagamento, crédito e logística para os sellers. Um destaque é o fulfillment, modelo logístico que armazena os produtos dos parceiros nos Centros de Distribuição do Magalu. Nesse arranjo, a Companhia fica responsável por toda a operação de estoque, separação, embalagem e entrega dos pedidos, e o consumidor conta com prazos de entrega mais curtos, frete mais barato ou até mesmo gratuito. O seller, por sua vez, não precisa se preocupar com a operação de entrega, pode se dedicar a tarefas



Sheila Makeda vende cosméticos para cabelos crespos no Mundo Social, que oferece vantagens para produtos de impacto socioambiental positivo

#descriçãodaimagem: Mulher negra sorri diante de uma mesa com frascos de cosméticos. Ao fundo, um letreiro em 3D com o nome Magalu.

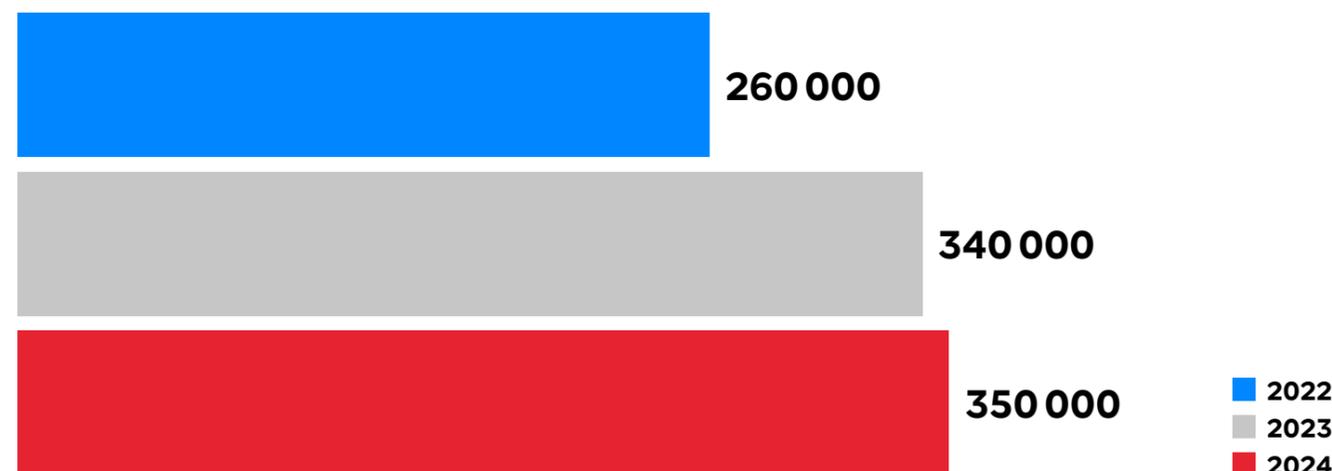
mais estratégicas de seu negócio e passa a vender mais: a taxa de conversão de vendas no fulfillment é o dobro, em média, da verificada no sistema convencional de logística do marketplace.

Para pequenos comerciantes, o ganho pode ser ainda maior. É o caso da Loretto Café, uma cafeteria da cidade de Espírito Santo do Pinhal, no interior de São Paulo, que também produz e vende cafés especiais de marca própria. No começo de 2024, em sua primeira experiência em um marketplace, a Loretto ingressou na plataforma do Magalu, inicialmente com entrega pelos Correios. “O valor do frete chegava a representar 50% do preço do café”, conta Leandro Tadeu da Silva, sócio encarregado das vendas online.

No final do ano, a Loretto aderiu ao fulfillment e passou a contar com três vantagens: a coleta de produtos pelo Magalu na própria cafeteria; a entrega dos

CADA VEZ MAIS PARCEIROS NO MARKETPLACE

O número de sellers cresceu mais de sete vezes em três anos





Artesãs do projeto de cocriação de bolsas e chapéus da grife Marina Bitu para o Mundo Social do Magalu
#descriçãodaimagem: À esquerda, sete mulheres posam, lado a lado, sorrindo. Acima, mãos trançam fibras naturais ao lado de bolsas e chapéus já confeccionados.



produtos em uma loja do Magalu mais próxima do estabelecimento e frete gratuito para os clientes. Como resultado, as vendas passaram de 300 reais para mais de 10 mil reais por mês.

Para o Magalu, a modalidade permite oferecer entrega mais rápida de um número crescente de produtos, além de aumentar a eficiência logística, já que o mesmo veículo pode abastecer lojas, realizar coletas de mercadorias e efetuar entregas tanto de itens vendidos pelo Magalu (1P) quanto pelos sellers (3P). Essa integração reduz 40% do tempo de entrega e 20% dos custos logísticos totais. Em 2024, o número de sellers que utilizavam o fulfillment chegou a 4 mil. E a modalidade passou a representar 24% das vendas de produtos de terceiros.

IMPACTO SOCIOAMBIENTAL

Desde 2019, o Magalu mantém o Mundo Social, seção de nosso marketplace que concentra e promove produtos de impacto socioambiental positivo. Os vendedores, a maioria mulheres (60%), contam com taxas reduzidas para estar na plataforma. Além disso, têm acesso a programas voltados para o fortalecimento de seus negócios, entre os quais mentorias em gestão e apoio na divulgação de produtos nas redes sociais.

A seleção dos sellers é baseada em alguns critérios. O negócio deve ter como principal gestor uma pessoa de um grupo sub-representado ou pertencer a uma ONG ou projeto de impacto socioambiental positivo. Além disso, precisa ter nível de maturidade adequado às exigências da plataforma.

A maioria dos negócios se concentra nos segmentos de alimentos, moda, beleza, pets, artesanato, papelaria, além de produtos veganos e cosméticos não testados em animais. Em 2024, o Mundo Social reuniu 86 sellers ativos. Desses, 12 venderam durante o ano inteiro (veja outros números do projeto no quadro ao lado).

Sheila Makeda é uma das empreendedoras do grupo, criadora da Makeda Cosméticos, marca dedi-

RAIO-X DO MUNDO SOCIAL

Confira os principais números do projeto em 2024



cada ao cuidado de cabelos crespos e cacheados. Ela fundou a empresa em 2012, após anos trabalhando no salão de beleza da mãe, onde percebeu a falta de produtos específicos para esses tipos de cabelo, em um mercado que ainda negligenciava um público bastante representativo da população brasileira.

No final de 2022, Sheila passou a integrar o Mundo Social e, desde então, a presença na plataforma tem sido essencial para o crescimento da marca. Além de taxas reduzidas, ela cita o apoio em ações de marketing — incluindo o envio de produtos a influenciadoras digitais — como um dos principais diferenciais do projeto. “Atualmente, entre 20% e 50% das nossas vendas vêm do Magalu”, afirma.

Um destaque do Mundo Social em 2024 foi a parceria estabelecida com a marca de moda autoral Marina Bitu. A grife cearense, que se dedica a preservar e valorizar a riqueza da cultura nordestina por meio de colaborações com comunidades de artesãs, juntou-se à Fibrarte, uma associação de cerca de 20 mulheres artesãs da cidade de Missão Velha, no interior do Ceará, para cocriar dois artigos exclusivos: um chapéu estilo *bucket* e uma bolsa do tipo *minaudière*. Ambas as peças foram confeccionadas com fibra de bananeira, matéria-prima abundante na região.

O Mundo Social Magalu também é parceiro da escola de negócios Empreende Aí, que se dedica à promoção do empreendedorismo como ferramenta de transformação social, com foco em comunidades e favelas de todo o Brasil. A escola utiliza uma metodologia própria, desenvolvida em coautoria com parceiros e adaptada à realidade das periferias. Em 2024, a iniciativa beneficiou 174 mulheres negras empreendedoras.

O Magalu cedeu espaço para os eventos de abertura e de encerramento da formação dessas mulheres, além de disponibilizar lideranças para mentoria, oferecer equipamentos de tecnologia às alunas que se destacaram e criar oportunidades de negócios para elas dentro da plataforma Mundo Social. Junto com o Empreende Aí, a empresa também promoveu uma roda de conversa presencial e um almoço com empreendedores LGBTQIA+ para abordar os principais desafios enfrentados por essa comunidade.

CURADORIA E CAPACITAÇÃO PARA OS SELLERS

Conheça as principais ações do Magalu para garantir a qualidade dos parceiros do marketplace

O NPS (Net Promoter Score) do marketplace, que mede a avaliação dos clientes em relação aos produtos vendidos pelos sellers, cresceu 6 pontos em 2024. Esse avanço reflete o cuidado do Magalu com a qualidade do que é oferecido na plataforma. Tudo começa com uma análise rigorosa da empresa que pretende vender em nosso marketplace. Essa análise inclui a verificação da situação da empresa no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) e de sua composição societária em diferentes níveis. Também são consultadas listas públicas de alertas, sanções e restrições, além de registros em órgãos de fiscalização. Para ser admitida, a empresa deve comprovar que os produtos comercializados são compatíveis com a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE).

Para os sellers admitidos, são oferecidos cursos de capacitação da UniMagalu, os quais abordam diversos temas relacionados à venda online — de tributação e gestão de fluxo de caixa ao uso de redes sociais para impulsionar as vendas. Em 2024, mais de 76 mil sellers se inscreveram em aulas ao vivo ou gravadas da plataforma.

Os sellers são também monitorados continuamente. O acompanhamento busca garantir a qualidade dos produtos e serviços oferecidos e prevenir irregularidades. Para prevenir a sonegação de im-

postos, por exemplo, os dados dos pedidos são confrontados com as informações das notas fiscais.

Também são adotadas medidas para coibir a venda de produtos ilícitos — como itens piratas, contrabandeados ou que violem a propriedade intelectual. O Magalu disponibiliza aos fabricantes de sua base de fornecedores a Plataforma de Proteção de Marca (PPM), que permite a verificação de ofertas publicadas no site e no app. Os participantes podem acionar o Canal de Denúncia à Marca em caso de produto suspeito oferecido no ambiente online. Em 2024, 175 marcas aderiram à iniciativa, que passou a contar com 1.578 participantes.

Além disso, o site do Magalu conta com um Canal de Denúncias aberto ao público voltado para o registro de casos que envolvam produtos ilegais, falsificados ou de procedência duvidosa (*ver pág. 84*).

PUNIÇÕES APLICADAS

Para garantir o nível de serviço prestado a nossos clientes, os sellers que descumprem as regras da plataforma ou não prestam um serviço adequado estão sujeitos a dois tipos de sanção. O primeiro são as chamadas punições por catálogo, aplicadas quando há comercialização de produtos proibidos ou irregulares. Conforme a gravidade da infração ou da reincidência, as vendas podem ser suspensas por 7 dias, 14 dias ou de forma definitiva.

O segundo tipo são as punições por reputação, aplicadas a sellers com atrasos frequentes nas postagens, cancelamentos excessivos ou falhas no atendimento ao cliente dentro dos prazos estabelecidos. Sellers com nota inferior a 1,5 (em uma escala de até 5) ou que deixem de postar pedidos são suspensos por 15 dias. Após esse período, podem retomar as vendas. Reincidências podem resultar na expulsão da plataforma. Em 2024, foram aplicadas 15.892 punições temporárias e 69.150 definitivas.

IMPACTO DA UNIMAGALU

Veja os resultados das ações de capacitação de sellers no ano

AULAS AO VIVO

594
sessões realizadas

22 137
inscrições

11 322
participações

5 805
conclusões

AULAS GRAVADAS

139
pílulas de conteúdo

54 717
inscrições

GRI 2-7 | 405-1
SASB CG-MR-330a.1

NOSSOS COLABORADORES

O Magalu considera as pessoas seu principal patrimônio. Essa convicção está expressa em um de seus valores essenciais — “Gente que gosta de gente” —, que reforça a importância do trabalho em equipe, da colaboração e do respeito mútuo. Mais do que um princípio, esse valor se traduz em práticas que consolidam a Companhia como referência em ambiente organizacional.

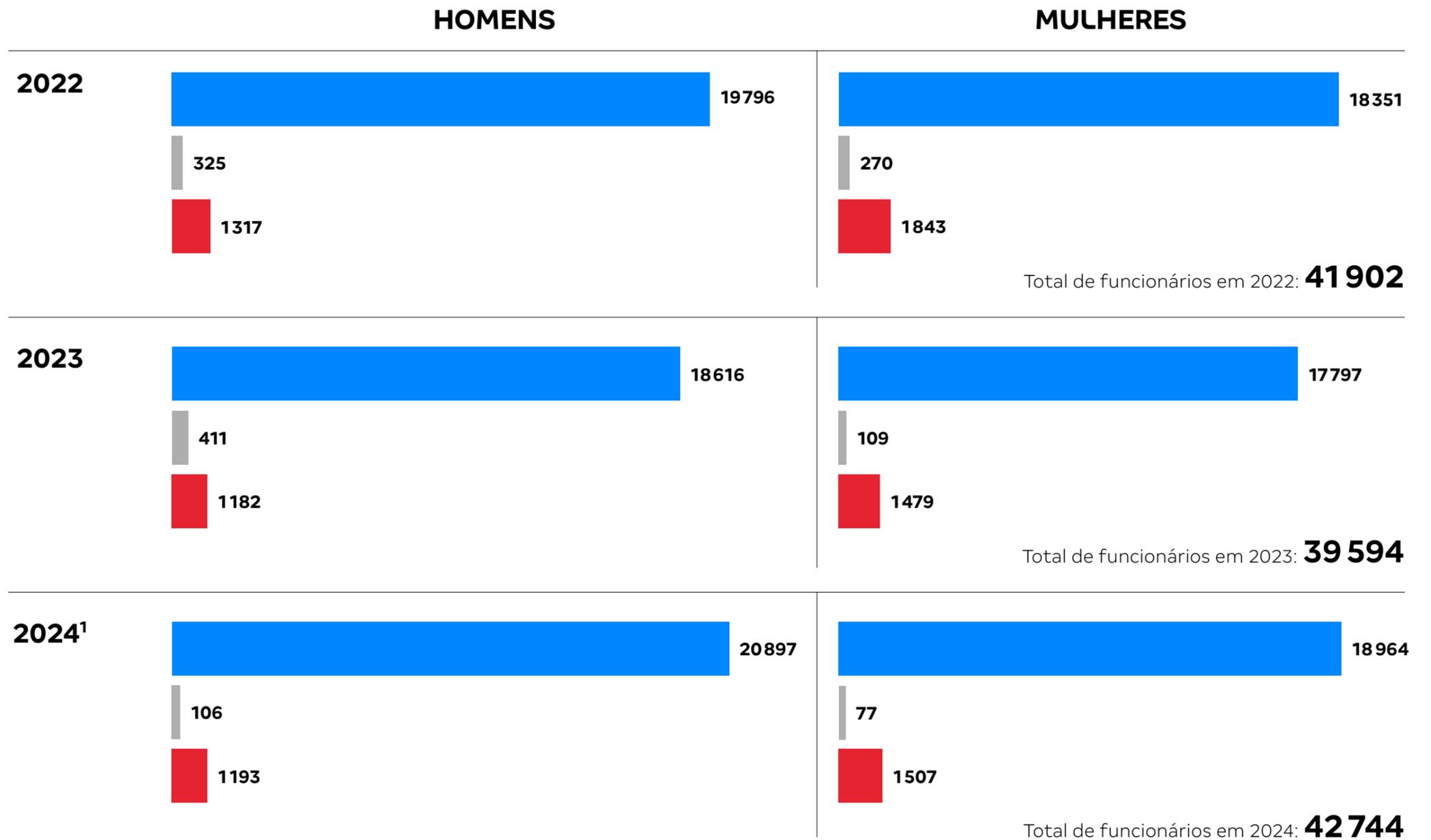
Desde 1998, o Magalu integra o ranking das Melhores Empresas para Trabalhar, promovido pelo Great Place to Work (GPTW). Em 2024, a Companhia ficou em segundo lugar na categoria Super Grandes do Varejo (mais de 10 mil colaboradores). E, pelo sétimo ano consecutivo, figurou entre as cinco primeiras colocadas no universo das empresas com mais de 10 mil funcionários de todos os setores, ocupando a quarta posição.

Ao final do ano¹, o Magalu contava com 42.744 colaboradores — 39.861 permanentes, 183 temporários e 2.700 intermitentes —, um crescimento de 7,96% em relação a 2023. Desse total, 51,93% eram homens e 48,07% mulheres. A maior parte da força de trabalho estava concentrada na Região Sudeste, com destaque para as faixas etárias de até 30 anos (45%) e entre 30 e 50 anos (49%).

Os quadros a seguir apresentam a composição da equipe em termos de gênero, faixa etária, diversidade racial e distribuição regional.

COMPOSIÇÃO POR TIPO DE CONTRATO E GÊNERO

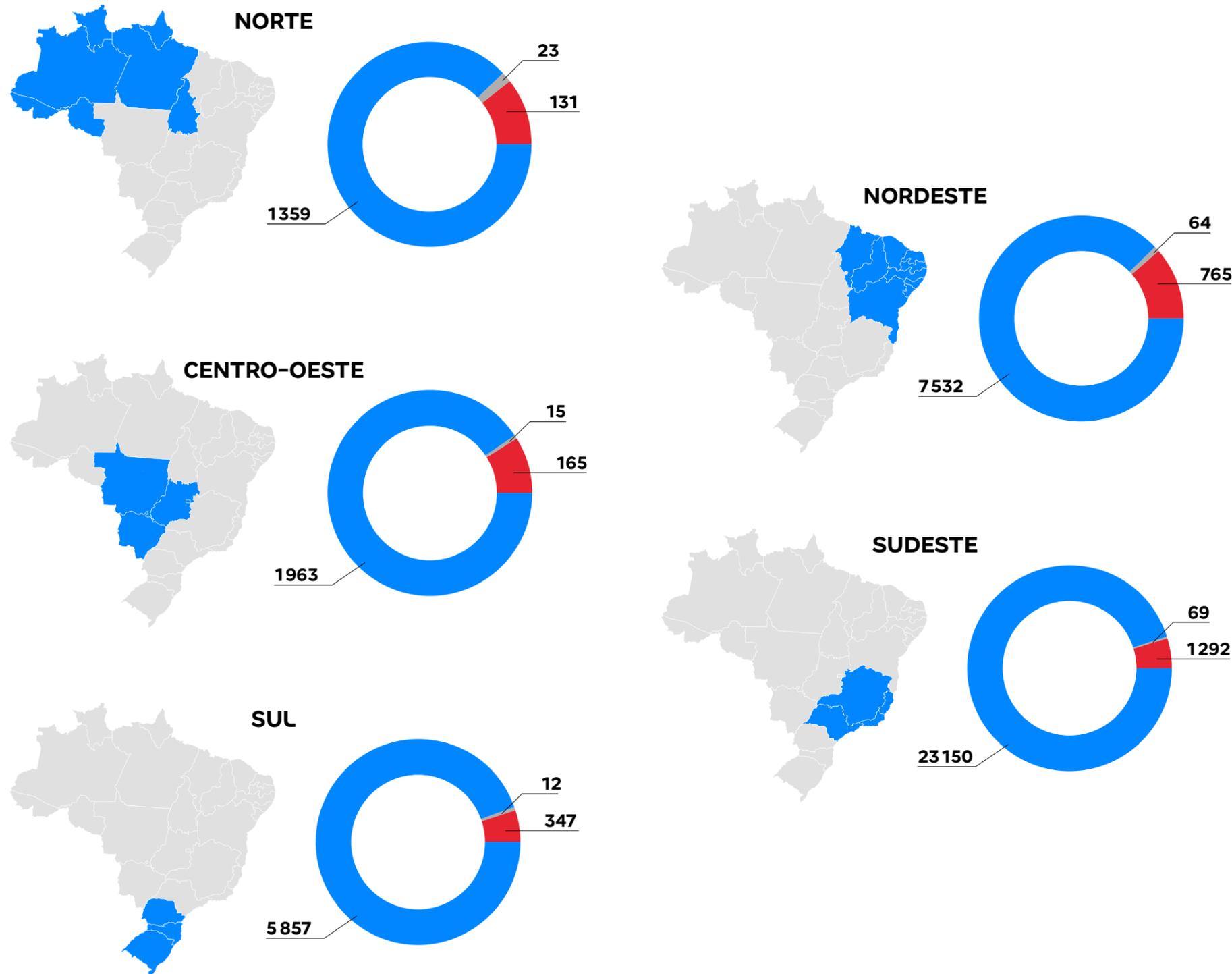
■ Permanentes
 ■ Temporários
 ■ Intermitentes



¹ NO ANO REPORTADO FORAM CONSIDERADOS DADOS DE MAGALU, CONSÓRCIO LUIZA E KaBuM!. O PROCESSO DE INTEGRAÇÃO DE DADOS DAS DEMAIS COLIGADAS ESTÁ EM CURSO. A EMPRESA CONTA TAMBÉM COM 2.826 TERCEIRIZADOS, QUE ATUAM PRINCIPALMENTE NAS ÁREAS DE LOGÍSTICA E SEGURANÇA PATRIMONIAL (GRI 2-8).

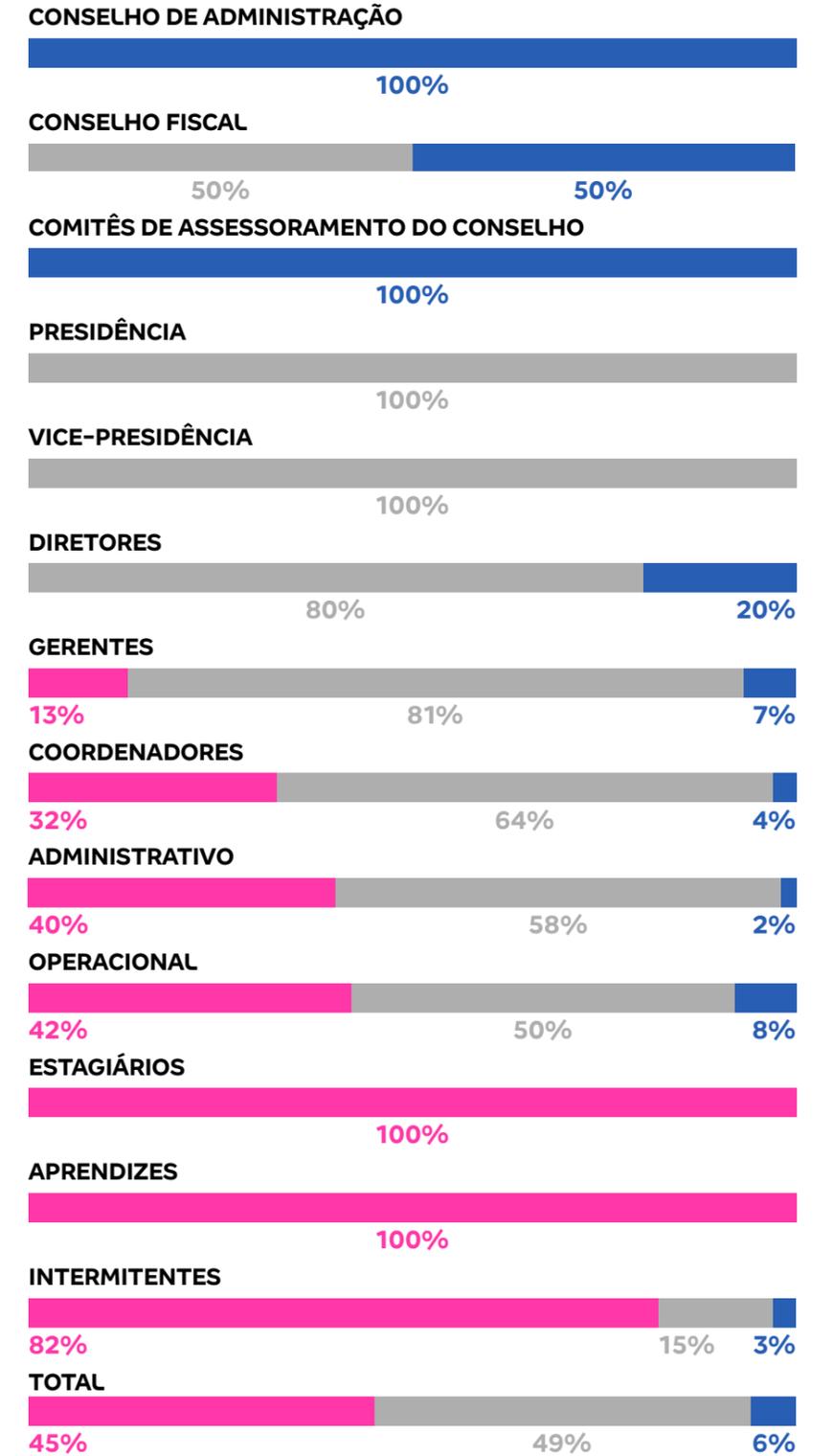
DISTRIBUIÇÃO POR REGIÃO

■ Permanentes
 ■ Temporários
 ■ Intermitentes



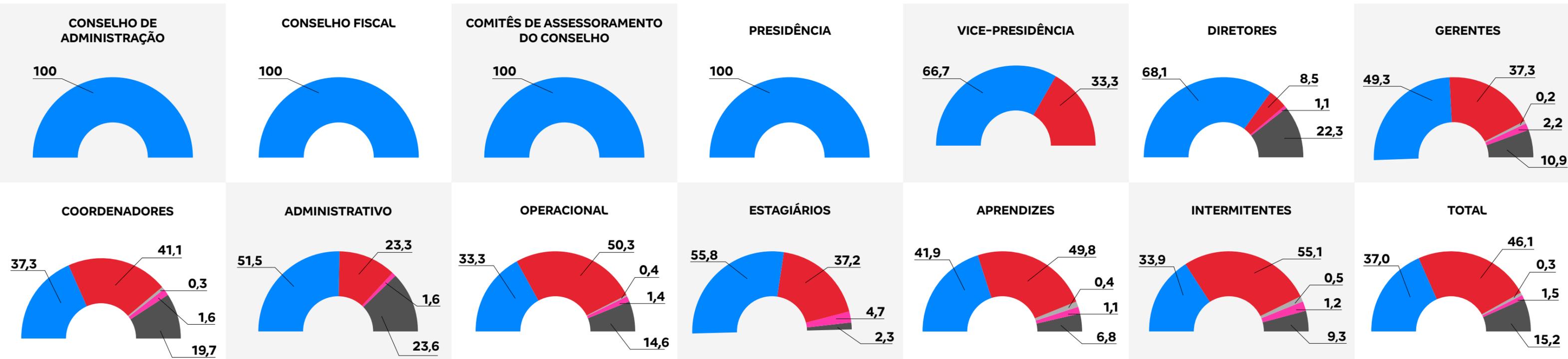
DIVERSIDADE POR FAIXA ETÁRIA

■ Menos de 30 anos
 ■ De 30 a 50 anos
 ■ Mais de 50 anos



DIVERSIDADE ÉTNICA¹ (%)

■ Brancos ■ Pretos e pardos ■ Indígenas ■ Amarelos ■ Não informado



DIVERSIDADE DE GÊNERO POR CATEGORIA FUNCIONAL

■ Mulheres ■ Homens





Colaboradores da turma 2024 do curso Gerente em Treinamento, que formou 193 profissionais

#descriçãodaimagem: Dezenas de pessoas em sala de aula olham para uma mulher com microfone na mão de frente para elas.

TEMPO DE APRENDIZADO

12,58

horas foi o tempo médio de treinamento por colaborador

GRI 3-3 | 404-1 | 404-2

GESTÃO E DESENVOLVIMENTO DE PESSOAS



Alunas de curso de formação de lideranças: mulheres receberam 14,15 horas de treinamento no ano. Os homens, 11,13

#descriçãodaimagem: Duas mulheres sentadas, lado a lado, em cadeiras com prancheta escrevem em seus cadernos.

Mais do que a tecnologia ou os processos, são as pessoas que movem o Magalu. Por isso, a empresa investe de forma contínua no desenvolvimento de seus colaboradores, por meio de programas que combinam capacitação técnica, estímulo à liderança e valorização da diversidade. Em todas as frentes, o objetivo é o mesmo: criar condições para que cada pessoa cresça, evolua e contribua para um ecossistema mais forte.

Em 2024, os colaboradores do ecossistema Magalu¹ completaram, em média, 12,58 horas de treinamento. As mulheres somaram 14,15 horas; os homens, 11,13. Entre os cargos, a média mais alta foi registrada no grupo de gerentes, com 37,46 horas ao longo do ano².

O Portal do Saber, principal ferramenta de aprendizagem da Companhia, passou por melhorias de usabilidade e navegação em 2024. Com novos canais personalizados, mais cursos e conteúdos atualizados, o Portal oferece trilhas por cargo

com temas diversos, como diversidade, equidade e inclusão (DEI), liderança e inteligência artificial. Os materiais estão disponíveis em formatos variados — apresentações, vídeos, podcasts, PDFs e infográficos. No último ano, o Portal atingiu nota 9,7 de satisfação entre os usuários e somou 537.696 horas de capacitação.

Entre os programas estruturados, destaca-se o Gerente em Treinamento, criado para formar futuros líderes de loja. Com seis meses de duração, o programa envolve módulos teóricos, trilhas online, estágio prático e projeto final. A iniciativa oferece benefícios especiais às mulheres, como apoio financeiro para mães com filhos de até 10 anos e 11 meses e auxílio para estagiar em cidades próximas à residência. Em 2024, 193 colaboradores se formaram no Gerente em Treinamento.

Na etapa seguinte, o Programa Primeiros Passos do Novo Gerente apoia a transição de gestores recém-promovidos, com

ENGAJAMENTO EM TREINAMENTOS

O número de participações em algumas iniciativas de capacitação do Magalu em 2024

PORTAL DO SABER	QUARTA DO SABER - LOJAS
Capacitação online com trilhas de aprendizagem	Capacitação semanal sobre temas estratégicos
593 204 horas de treinamento	161 mil participações
GERENTE EM TREINAMENTO	PRIMEIROS PASSOS DO NOVO GERENTE
Capacitação para gerentes de loja	Acompanhamento para adaptação ao novo cargo
193 capacitados	174 novos gerentes acompanhados
ACADEMIA DO NOVO VAREJO	CHEGOU A MINHA VEZ
Desenvolvimento para gerentes, coordenadores e líderes regionais	Preparação para prova do Ensino Médio
362 participantes	375 bolsas de estudo oferecidas

¹ A ANÁLISE ABARCA AS EMPRESAS COLIGADAS AO MAGALU, CUJOS TREINAMENTOS JÁ ESTÃO CENTRALIZADOS NO PORTAL DO SABER.

² O CÁLCULO DE HORAS CONSIDERA 83% DOS TREINAMENTOS REALIZADOS PELOS COLABORADORES DO ECOSSISTEMA MAGALU EM 2024, DADO QUE UMA PARCELA DO REGISTRO DESSAS CAPACITAÇÕES AINDA ESTÁ EM PROCESSO DE INTEGRAÇÃO À PLATAFORMA PORTAL DO SABER, COM CONCLUSÃO PREVISTA PARA 2025

BENEFÍCIOS OFERECIDOS AOS COLABORADORES

Recursos oferecidos para apoiar a qualidade de vida, o equilíbrio financeiro e o desenvolvimento dos profissionais do Magalu

SAÚDE E BEM-ESTAR

Três opções de plano de saúde

- Plano odontológico
- Academia subsidiada
- Subsídio no Wellhub

Alimentação e transporte

- Vale-alimentação ou refeição
- Vale-transporte

FINANCEIROS

- Previdência privada com contribuição adicional da empresa
- Linhas de crédito especiais
- Consórcio com condições diferenciadas

BENEFÍCIOS PARA COLABORADORES PCD

- Isenção da mensalidade do plano de saúde do titular
- Possibilidade de solicitar bolsas de estudo após 6 meses
- Subsídio no Wellhub

BENEFÍCIOS PARA COLABORADORES COM FILHOS

Licenças

- Licença-maternidade de 6 meses
- Licença-paternidade de 20 dias

Pacote personalizado

- Acompanhamento de gestantes
- Cursos online
- Desconto em itens para bebê vendidos pelo Magalu
- “Cheque-mãe” (auxílio-creche para mães, pais viúvos, pais de crianças com necessidades especiais e pais com filhos de união homoafetiva com filhos de até 11 anos)

Os ritos semanais das segundas-feiras, realizados na Arena Magalu e transmitidos online, incluem momentos de capacitação

#descriçãodaimagem: Sentadas em um auditório, pessoas assistem a dois apresentadores, em um palco, diante de um telão com conteúdo digital.



acompanhamento ao longo de oito meses por coordenadores regionais e mentoria de um “gerente padrinho”. Em 2024, 174 gerentes passaram por essa jornada.

A formação de lideranças também é foco da Academia do Novo Varejo, voltada para gerentes, gerentes regionais e coordenadores de campo. O programa combina aulas com especialistas e atividades práticas em gestão de lojas, sobre temas como programação neurolinguística, comunicação eficaz, técnicas de relacionamento, linguagem corporal, organização e análise de dados e tomada de decisão orientada a dados.

Na operação, a Quarta do Saber³ mantém as equipes atualizadas em temas estratégicos para o Magalu, como os princípios inegociáveis da empresa, e preparação para venda de serviços.

Em 2024, foram realizadas 28 edições, com 161 mil participações presenciais e online.

Com foco na educação formal, o programa Chegou a Minha Vez oferece preparação para o Encceja (Exame Nacional para Certificação de Competências de Jovens e Adultos) e a chance de obter o diploma do Ensino Médio. No ano, foram concedidas 375 bolsas — 250 para colaboradores e 125 para o público externo junto a uma empresa parceira de educação, a Descomplica.

Além dessas ações, o Magalu fez um levantamento voltado para a transição de quem pretende se aposentar, a ser consolidado em um programa dedicado em 2025 no Portal do Saber. E mantém programas de desenvolvimento com recorte de diversidade, equidade e inclusão, detalhados na próxima seção.

GRI 3-3

DIVERSIDADE, EQUIDADE E INCLUSÃO

Fundado e liderado por mulheres durante décadas, o Magalu tem a diversidade e a inclusão como parte indissociável de sua identidade. Esses valores acompanham a trajetória da empresa desde o início, moldam sua cultura e sustentam seu modelo de gestão. O Magalu acredita que garantir equidade de oportunidades — independentemente de gênero, raça, idade, condição física ou orientação sexual — é essencial para a construção de uma sociedade mais justa. Esse compromisso está diretamente alinhado à missão da Companhia: levar a muitos o que é privilégio de poucos.

A diversidade no quadro de colaboradores representa um diferencial estratégico. Equipes formadas por pessoas com vivências, origens e perspectivas distintas ampliam a capacidade de escuta, fortalecem a conexão com milhões de clientes em todo o Brasil e geram soluções mais criativas e eficientes. Internamente, a pluralidade estimula o engajamento, favorece a retenção de talentos e contribui para a construção de um ambiente de trabalho mais justo e acolhedor. Ao tratar a inclusão como parte de sua cultura — e não como uma ação isolada —, o Magalu sustenta sua visão de negócios com propósito e impacto positivo.

Nos últimos anos, outras pautas ganharam força. A promo-



Integrantes do grupo de afinidade Para Todos, de pessoas com deficiência

#descriçãodaimagem: Trezes pessoas com crachá do Magalu, a maioria de camiseta azul, posam sorrindo para a câmera.



Colaboradores do Diversifica, grupo voltado para a comunidade LGBTQIA+

#descriçãodaimagem: Grupo de dez pessoas, a maioria de camiseta amarela. Uma bandeira do arco-íris, símbolo LGBTQIA+, é exibida com orgulho ao fundo.



Participantes do grupo Quilombo, que reúne pessoas negras

#descriçãodaimagem: Dez mulheres e três homens de camiseta amarela com a marca do grupo Quilombo e crachá do Magalu sorriem olhando para a câmera.



Grupo Vozes, dedicado às questões de gênero e empoderamento feminino

#descriçãodaimagem: Treze mulheres posam sorrindo, vestindo camiseta preta com a palavra Vozes estampada em laranja.

ção da equidade racial avançou significativamente e teve um marco importante em 2020 com o lançamento do primeiro programa de trainee exclusivo para pessoas negras, o qual, naquele ano, contratou 19 jovens.

Um dos instrumentos que fortalecem esse compromisso são os grupos de afinidade — comunidades criadas em 2020 por colaboradores voluntários com o objetivo de apoiar a Companhia em sua jornada de diversidade e inclusão. Os grupos Diversifica (LGBTQIA+), Quilombo (Raça), Para Todos (PcD) e Vozes (Gênero) trabalham com pautas específicas, mas com objetivos comuns: criar espaços seguros de escuta e pertencimento, promover apoio mútuo, incentivar debates e ampliar o letramento sobre diversidade. Ao longo do ano, essas comunidades reuniram mais de 600 pessoas em agendas semanais.

NEGROS E MULHERES NA LIDERANÇA

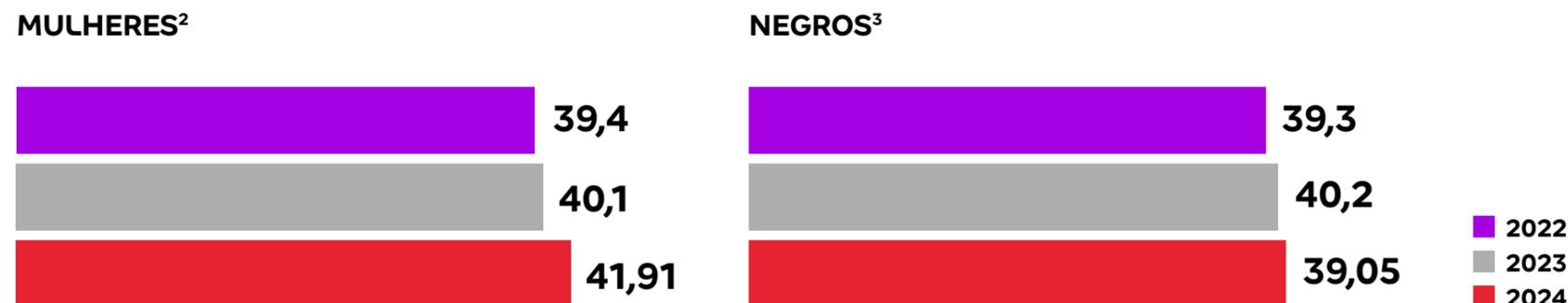
Um dos eixos fundamentais da estratégia foi a ampliação das iniciativas de desenvolvimento pessoal e profissional voltadas a grupos minorizados. Um dos destaques foi o Programa

Move+, criado para preparar mulheres e pessoas negras para assumir posições de liderança — já ampliado em 2025 para colaboradores com algum tipo de deficiência. Com trilhas de capacitação e mentoria, o Move+ abordou temas como liderança estratégica, autoconfiança, viés de gênero e inteligência emocional. Em 2024, 48 pessoas concluíram o programa — mais da metade recebeu promoção ou reconhecimento por mérito. Como resultado dessas e de outras ações que vêm se consolidando desde 2020, o Magalu¹ fechou o ano com 41,91% de mulheres e 39,05% de pessoas negras em cargos de liderança — a partir de gerência e acima de coordenação, respectivamente —, em linha com as metas traçadas.

Com o objetivo de ampliar e fortalecer a presença feminina no setor de tecnologia, a empresa criou o programa LabGirls, que busca promover um ambiente de acolhimento, troca de experiências e desenvolvimento profissional. Em sua primeira edição, foram realizados cinco encontros ao longo do ano sobre temas como trajetória profissional de mulheres na tecnologia, sororidade, liderança feminina, empreendedorismo e a

MULHERES E NEGROS EM POSIÇÕES DE LIDERANÇA

Confira a evolução desses indicadores nos últimos anos (%)



DIVERSIDADE EM AÇÃO

O alcance de alguns programas de diversidade e inclusão do Magalu em 2024

PROGRAMA DE INCLUSÃO

Inclusão de colaboradores PcD

1 992 participações

DIV.AREJO

Desenvolvimento de colaboradores PcD

545 participantes

MOVE+

Desenvolvimento de mulheres líderes e colaboradores negros

377 participações

LABGIRLS

Apoio a mulheres na área de tecnologia

995 participações

construção de ambientes colaborativos e inclusivos. Esses eventos reuniram 995 participantes.

Houve também avanços na inclusão de pessoas com deficiência. O programa voltado para essa frente tem como foco atrair, reter e desenvolver esses profissionais, assegurando acessibilidade e suporte adequados à sua atuação na empresa. A iniciativa também promove o letramento de lideranças e equipes sobre o tema. Em 2024, o programa envolveu 1.992 colaboradores em 43 eventos, ofereceu um curso presencial de Libras para 21 participantes e produziu a versão em Libras do Hino do Magalu, o que fortaleceu a acessibilidade na comunicação interna.

O Div. arejo, programa voltado para integração, capacitação e retenção de pessoas com deficiência em diferentes áreas da empresa, oferece treinamentos sobre cultura organizacional, atendimento e habilidades interpessoais, além de um canal de suporte contínuo. Em 2024, as duas frentes do programa — Div. arejo Integração e Div. arejo Desenvolvimento — envolveram 545 participantes.

PROGRAMAS PARA JOVENS

Outra frente de inclusão envolve jovens de baixa renda ou em situação de vulnerabilidade. O Programa Jovem Aprendiz Magalu, em parceria com instituições como Trampo Justo, Primeira Chance e Abrigo Santa Fé, contou com mais de 1.800 participantes, que atuaram em diversas unidades da empresa.

Entre as iniciativas voltadas para esse público estão o Programa Acolhe Jovem, que oferece acompanhamento individualizado com uma psicopedagoga para apoio em caso de dificuldades de aprendizagem; o Programa de Mentoria Interna, que proporciona orientação profissional com mentores voluntários; e a Jornada Evolução, que promove lives interativas sobre competências essenciais para o mercado de trabalho.

Em 2024, a empresa também investiu no Prepara Magalu, um programa externo com mais de 20 horas de cursos voltados para o desenvolvimento pessoal e profissional de jovens a partir de 16 anos de idade, ajudando-os a se destacar em processos seletivos para vagas de emprego.



Encontro de participantes dos grupos de afinidade: cerca de 1 mil membros

#descriçãodaimagem: Nove pessoas estão reunidas em ambiente interno, sentadas em degraus e pufes, participando de uma dinâmica de grupo.

GRUPOS DE AFINIDADE

Comunidades sobre gênero, raça, PcD e LGBTQIA+

GRUPO	TEMA	NÚMERO DE MEMBROS
Vozes	Gênero	280
Para Todos	Pessoas com deficiência	126
Quilombo	Raça	364
Diversifica	LGBTQIA+	265



Doações emergenciais do Magalu a vítimas das enchentes no Rio Grande do Sul incluíram colchões, eletrodomésticos e itens de primeira necessidade

#descriçãodaimagem: Duas imagens mostram itens doados pela Companhia. Na foto maior, colchões são carregados em um caminhão. Na menor, uma viatura do Corpo de Bombeiros transporta uma máquina de lavar no porta-malas.

GRI 413-1

DOAÇÕES E INVESTIMENTO SOCIAL PRIVADO

As enchentes de maio de 2024 no Rio Grande do Sul atingiram 478 dos 497 municípios e afetaram cerca de 2,4 milhões de pessoas — uma das maiores tragédias climáticas da história do estado. Diante da emergência, o Magalu reagiu com agilidade e direcionou esforços para apoiar as comunidades mais atingidas — o que incluiu 93 colaboradores e seus familiares. A Companhia promoveu uma campanha emergencial de doações. Foram distribuídos mais de 5 mil itens de necessidade urgente — en-

tre eles máquinas de lavar, colchões, roupas de cama, fraldas, produtos de higiene e rações —, que chegaram a 29 cidades.

A reação da empresa à calamidade que acometeu o Rio Grande do Sul em 2024 mostra muito da essência da estratégia social promovida pelo Magalu: estar presente onde mais importa, com agilidade, cuidado e responsabilidade. Assim como ocorreu durante a pandemia de Covid-19, a empresa esteve ao lado das comunidades em um momento crítico, em

muitos sentidos, somando esforços para garantir acolhimento e reconstrução.

A gestão de iniciativas sociais segue sob coordenação de um comitê liderado por Luiza Helena Trajano, presidente do Conselho de Administração. O grupo, que conta com integrantes de diversas áreas do Magalu, se reúne mensalmente para deliberar sobre pedidos de apoio, monitorar impactos e definir prioridades, com atenção especial a iniciativas que fortaleçam e valorizem pequenos negócios.

Nesse sentido, parcerias com lideranças comunitárias têm sido fundamentais para mapear as necessidades mais urgentes em comunidades vulneráveis.

No decorrer de 2024, o Magalu doou 1.665.185 reais em recursos próprios a uma série de projetos. As famílias fundadoras da empresa contribuíram com mais 1.756.881 reais. Somadas, as doações do período representaram um investimento social privado de 3.422.066 reais.

Crianças e educadores da unidade de Torrões (AL) do Amigos do Bem, projeto social apoiado pela Companhia

#descriçãodaimagem: De braços erguidos em comemoração, meninas, meninos e adultos de uniforme azul estão reunidos diante do portal de entrada de um grande centro. No pórtico, há um letreiro que diz: Centro de Transformação Amigos do Bem – Unidade Alagoas.



DOAÇÕES E ALCANCE SOCIAL

Entre 2020 e 2024, o Magalu e as famílias fundadoras investiram 44,7 milhões de reais em projetos sociais, que beneficiaram 740 instituições. Veja os principais destaques de 2024





À esquerda, colaboradores do Magalu participam de campanha de doação de sangue. Acima, brinquedos arrecadados na campanha Natal Solidário

#descriçãodaimagem: Na imagem maior, colaboradores deitados em macas doam sangue, acompanhados por profissionais de saúde. Na imagem menor, com um telão ao fundo, duas mulheres estão de frente para a câmera em um ambiente repleto de brinquedos.

Foram entregues 6.300 produtos e 2.700 cestas básicas ao longo do ano, que beneficiaram 220 instituições e mais de 12.800 pessoas. As doações foram distribuídas por todas as regiões do Brasil e buscaram responder a emergências locais e fortalecer laços com comunidades do entorno das operações da Companhia.

COMBATE À VIOLÊNCIA CONTRA A MULHER

Os temas priorizados incluíram segurança alimentar, saúde, educação, inclusão produtiva, apoio a populações vulneráveis e en-

frentamento à violência de gênero, uma das principais bandeiras do Magalu. Criado em 2020, o Fundo Magalu de Combate à Violência contra a Mulher já destinou 4,8 milhões de reais a projetos que oferecem acolhimento psicológico, orientação jurídica e oportunidades de geração de renda a vítimas de violência doméstica em diferentes regiões do País.

Em edições bianuais, foram selecionadas 38 organizações a serem beneficiadas pelo fundo, as quais, em 2024, formaram a Rede Magalu pelas Mulheres. A rede funciona como um espaço de

articulação coletiva, voltado para troca de experiências, desenvolvimento de estratégias conjuntas e fortalecimento das ações promovidas por entidades do Terceiro Setor. Ao reunir diferentes frentes de atuação, a iniciativa tem como objetivo ampliar o alcance das medidas de proteção e fortalecer o apoio às vítimas.

Ao todo, desde 2020, foram investidos 44.720.676 reais em iniciativas sociais em todo o País, sendo 18.086.025 com recursos do Magalu e 26.634.651 das famílias fundadoras — recursos que beneficiaram 740 instituições.

O QUE FAZEMOS PELO PLANETA

- Mudanças Climáticas
- Embalagens e Resíduos
- Uso de Recursos Naturais



Em Alegrete (RS), uma das usinas fotovoltaicas que fornecem energia solar ao Magalu

#descriçãodaimagem: Imagem aérea de uma usina solar em uma área rural, com fileiras organizadas de painéis fotovoltaicos instalados sobre o solo gramado.

GRI 3-3 | 305-1 | 305-2 | 305-3

MUDANÇAS CLIMÁTICAS

O Magalu publicou em 2024 seu sexto inventário de emissões de gases de efeito estufa (GEE) no registro público de emissões do Programa Brasileiro GHG Protocol, padrão internacionalmente reconhecido para gerenciar e reportar, de forma consistente e confiável, as emissões desses gases. Comprometida com a transparência e a rastreabilidade desses dados, a Companhia chega ao quinto ano consecutivo de verificação de seu inventário por uma auditoria externa.

Também passamos a mensurar mensalmente nossas emissões. Com base nesses diagnósticos, ajustamos a direção dos projetos de mitigação em curso em diferentes áreas da Companhia, o que envolveu cerca de 150 colaboradores.



Caminhões da frota de 58 veículos elétricos da Companhia: 275 tonCO²eq evitadas em 2024
#descriçãodaimagem: Dois caminhões com baú azul do Magalu estão estacionados lado a lado em um ponto de recarga, com um deles conectado ao carregador.

ESCOPO 1

As emissões diretas da Companhia (Escopo 1) cresceram 17% em 2024, sobretudo com o aumento das emissões fugitivas de gases refrigerantes, utilizados nos sistemas de ar condicionado de nossas lojas. No mesmo período, a temperatura média do País atingiu 25,02 °C, quase 1 °C acima da média histórica¹, intensificando a demanda de refrigeração de nossas filiais. Isso causou impacto direto na frequência de manutenção dos equipamentos de ar condicionado e, portanto, no vazamento e no consumo de gases refrigerantes necessários à climatização das unidades.

Na categoria de Combustão Móvel, que abrange as emissões decorrentes da queima de combustíveis por nossa frota própria, registramos uma redução de 5%. Para otimizar os custos operacionais, aumentamos o volume de interações remotas entre escri-

tórios e lojas, o que permitiu diminuir o número de viagens feitas por nossos carros e, consequentemente, o volume de emissões de GEE desses veículos, movidos a gasolina e etanol. Além disso, a empresa possui uma política que prioriza o uso de etanol, com o objetivo de reduzir o consumo de gasolina continuamente.

ESCOPO 2

De acordo com as diretrizes do Programa Brasileiro GHG Protocol, as emissões decorrentes do consumo de energia elétrica (Escopo 2) foram divididas em duas abordagens: a da escolha de compra e a de localização.

As emissões relacionadas às nossas escolhas de compra permanecem zeradas, dados os esforços de geração e aquisição de energia de fonte renovável,

iniciados em 2017 (veja nas págs. 70-72).

Se considerada a localização do fornecimento de energia, observou-se um aumento de 38% nas emissões em comparação com 2023. Esse crescimento se deve principalmente à elevação do fator de emissão do sistema Interligado Nacional (SIN), que conecta a produção e a transmissão de energia elétrica no País. Em relação à escassez pluviométrica observada em 2024 no Brasil, esse fator subiu 41%.

Ainda assim, o consumo total de energia elétrica do Magalu (136.459 MWh) caiu 0,2% em 2024 ante o ano anterior. A baixa é reflexo de iniciativas de conscientização que promovemos entre os colaboradores, focadas no uso consciente da energia em todas as unidades. A unificação das operações do Centro de Distribuição de Extrema, em Minas Gerais, também contribuiu para o recuo.

GRI 305-4

INTENSIDADE DE EMISSÕES

Alta em indicador que relaciona volume de emissões a receita líquida reflete evolução da mensuração

Com base na relação entre o volume de emissões e nossa receita operacional líquida (tonCO²eq/R\$ ROL), o indicador de intensidade de emissões de GEE foi de 7,329 em 2024, um aumento de 49% em comparação a 2023. A alta se deve ao crescimento expressivo das emissões de Escopo 3, por sua vez diretamente associadas à evolução da mensuração de emissões em nossa cadeia de valor. Até 2023 essas emissões eram estimadas a partir de bases históricas de dados, e o aprimoramento desse cálculo no ano passado teve impacto direto na assertividade dos números.

Seguindo as melhores práticas do GHG Protocol, o Magalu vem trilhando um caminho de sofisticação de seu inventário de emissões de GEE, ao mesmo tempo que identifica oportunidades de ganhos de eficiência e mitigação climática nas áreas operacionais.

ESCOPO 3

As emissões indiretas, geradas em nossa cadeia de valor, aumentaram 57%. A alta reflete, em grande parte, o aperfeiçoamento da mensuração das emissões de nossa malha logística terceirizada. Até 2023 a Companhia calculava as emissões da maioria dos modais de transporte com base na média histórica de quilometragem percorrida. Em 2024, no entanto, a metodologia de cálculo foi reestruturada, e a rotei-

rização dos percursos substituiu as médias históricas. A mudança elevou a precisão dos dados, gerando uma representação mais fiel das distâncias realizadas em nossas operações logísticas. Como resultado dessa evolução, e não necessariamente do aumento efetivo de nossa atividade, observou-se uma alta de 75% nas emissões de transporte registradas em 2024 em comparação com 2023, o que impactou o percentual geral do Escopo 3.

RECONHECIMENTOS

A Companhia consolida presença em índices de sustentabilidade e de desempenho climático:

ISE B3

Pelo quarto ano seguido, integra a carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da B3.

ICO2 B3

Permanece, pelo quinto ano, no Índice de Carbono Eficiente (ICO2), que representa o engajamento com a transição para uma economia de baixa emissão.



Recebeu, pela quinta vez consecutiva, o selo Ouro do GHG Protocol, programa brasileiro voltado para a mensuração de emissões.



Manteve o score B no CDP, principal referência do mercado financeiro na avaliação da gestão climática corporativa.

PEGADA DE CARBONO

As emissões de gases de efeito estufa (GEE) nos últimos três anos

	2022	2023	2024
Escopo/Categoria	tCO2e	tCO2e	tCO2e
Combustão estacionária	145	67	90
Combustão móvel	2771	2681	2558
Emissões fugitivas	6835	10385	12684
Escopo 1	9751	13133	15331
Escopo 1 - Emissões biogênicas	903	1102	948
Escopo 2 - Aquisição de energia elétrica (localização)	5650	5219	7217
Escopo 2 - Aquisição de energia elétrica (escolha de compra)	0	0	0
Deslocamento de funcionários	8042	17970	14458
Atividades relacionadas com combustível e energia não incluídas nos Escopos 1 e 2	56	0	0
Bens e serviços comprados	6365	5162	7029
Resíduos sólidos gerados	7100	7802	7081
Transporte e distribuição (downstream)	1880	4663	4066
Transporte e distribuição (upstream)	163821	131518	229802
Viagens a negócios	758	941	996
Escopo 3	188023	168057	263432
Escopo 3 - Emissões biogênicas	19399	22026	39907

NOTA: COM OS AJUSTES NA METODOLOGIA DE CÁLCULO DAS EMISSÕES, OS RESULTADOS DE 2024 NAS CATEGORIAS A SEGUIR NÃO SÃO COMPARÁVEIS COM OS DOS ANOS ANTERIORES: BENS E SERVIÇOS COMPRADOS (CATEGORIA 1, SEGUNDO O GHG PROTOCOL); RESÍDUOS GERADOS EM OPERAÇÃO (CATEGORIA 5), TRANSPORTE E DISTRIBUIÇÃO UPSTREAM (CATEGORIA 4).

GRI 305-5

INICIATIVAS DE REDUÇÃO DE EMISSÕES

Em paralelo às evoluções metodológicas implementadas na gestão de nossas emissões, a Companhia conduziu iniciativas de redução na logística, principal fonte de impacto climático das operações. Em 2024 consolidamos nossa operação logística no Magalog, que centraliza a contratação de parceiros logísticos no atendimento às demandas do ecossistema Magalu e de outros clientes.



ASSISTA AO VÍDEO SOBRE A UTILIZAÇÃO DE VEÍCULOS ELÉTRICOS

1

ELETRIFICAÇÃO

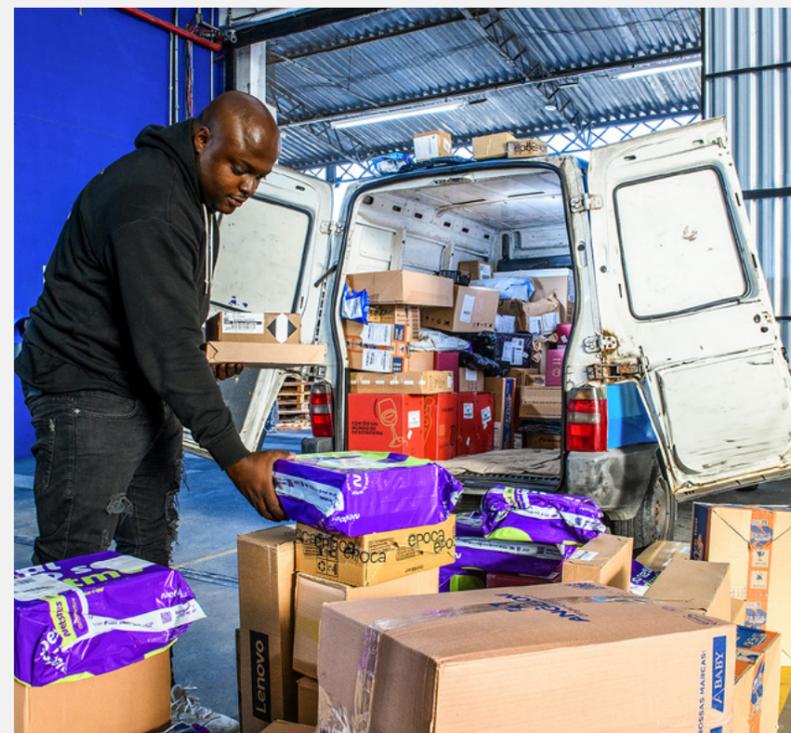
Hoje o Magalog opera uma frota de cerca de 58 veículos elétricos, substituindo veículos a combustão. A troca evitou a emissão de 275 tonCO₂eq no transporte de produtos aos clientes em 2024. A alternativa foi implementada em 2021 com 23 veículos urbanos de carga (VUC) elétricos, que passaram a rodar em cidades dos estados de São Paulo, Paraíba e Bahia.



2

CABOTAGEM

A busca por alternativas de descarbonização na logística levou o Magalu a adotar em julho de 2024 a cabotagem em suas operações, incluindo o modal na movimentação de produtos em longas distâncias entre centros de distribuição em todo o Brasil. A utilização do transporte marítimo nas transferências de estoque tem se mostrado de alta eficiência logística, especialmente em rotas da Região Sul à Região Norte do País. Cada carregamento realizado por cabotagem substitui, em média, seis caminhões em rodovias, com redução de 30% no consumo de combustíveis e queda de 70% nas emissões de carbono em comparação com o transporte rodoviário tradicional. Esse modal está em via de expansão e, em 2024, o uso da cabotagem já resultou na redução de 190 tonCO₂eq.



3

IA NA ROTEIRIZAÇÃO

Ao longo do ano também iniciamos a estruturação de um projeto de roteirização inteligente que utiliza inteligência artificial para analisar diariamente a demanda de entregas por região e calcular, de maneira automática, as rotas mais eficientes. O sistema considera múltiplos fatores operacionais, como volume de pedidos e prazos de entrega, e permite otimizar a alocação da frota. A aplicação dessa solução está prevista para 2025 e, uma vez implementada, terá o potencial de eliminar percursos desnecessários e reduzir de forma significativa a circulação de veículos com baixa ocupação.

RISCOS CLIMÁTICOS: GOVERNANÇA, ESTRATÉGIA E MÉTRICAS

Com base nas recomendações da Força-Tarefa sobre Divulgações Financeiras Relacionadas ao Clima (TCFD) e em cenários traçados pelo Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas da ONU (IPCC), o Magalu fez um estudo de impacto de cenários climáticos para sua operação



CD do Magalu em Louveira (SP): estudo estimou impactos do aquecimento global em condições de trabalho, danos à estrutura física e logística

#descriçãodaimagem: Mulher opera empilhadeira em amplo galpão com produtos armazenados em altas estantes metálicas.

GOVERNANÇA CLIMÁTICA

A evolução da mensuração de nossa pegada de carbono nos habilitou a traçar uma meta de redução absoluta das emissões para 2035, baseada nas diretrizes da Science Based Targets Initiative (SBTi). A meta, que tem como ano-base 2024, marca o início de uma jornada de descarbonização.

Para garantir consistência a essa jornada, a meta foi atrelada à remuneração variável dos executivos. Em 2024, ela englobava objetivos qualitativos, lastreados na execução de projetos com potencial de redução de emissões e de melhoria na contabilidade de nosso inventário de GEE. O progresso dessas iniciativas passou a ser monitorado por indicadores mensais, reportados regularmente ao Comitê de Pessoas e Cultura Organizacional, que assessora o Conselho de Administração e acompanha a execução da estratégia de sustentabilidade da Companhia. Esses esforços resultaram, em 2025, na criação de uma nova instância de governança do tema, o Comitê Climático. Esse grupo lidera as frentes de mensuração, de inovação e de articulação institucional das iniciativas de descarbonização do Magalu, e se reporta à Diretoria Executiva, incluindo o CEO.

À medida que nossa estratégia se desenvolve internamente, a Companhia se prepara para comunicar seus objetivos de forma mais ampla a seus stakeholders em 2025.

ESTRATÉGIA CLIMÁTICA

O estudo identificou riscos físicos crônicos — como aumento da temperatura média e secas prolongadas — e usou essas informações para estimar a exposição de suas operações a riscos físicos agudos, como tempestades e inundações.

A análise avaliou o nível de exposição das lojas e dos centros de distribuição a esses riscos, por região, em dois horizontes temporais: curto prazo (2030) e longo prazo (2050). Foram adotados dois dos cinco cenários climáticos apresentados no Sexto Relatório de Avaliação (AR6) do Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas (IPCC).

Os resultados obtidos orientam diretamente o planejamento estratégico da empresa, influenciando decisões sobre investimentos em infraestrutura, adaptação de processos e capacitação das equipes.

As variáveis climáticas analisadas foram temperatura e volume de chuvas, cruciais para entender o impacto das alterações em:

ESTRESSE TÉRMICO: O aumento gradual da temperatura pode impactar diretamente as condições de trabalho dos colaboradores e gerar maior demanda por refrigeração em lojas e centros de distribuição.

DANOS À INFRAESTRUTURA: Eventos extremos podem comprometer a estrutura física das lojas e dos centros de distribuição.

LOGÍSTICA DE ENTREGA: Mudanças climáticas podem afetar o transporte de produtos, seja com secas que impactam rios, seja com inundações que interditam vias terrestres.

A análise de curto prazo (2030) possibilitou a identificação de riscos mais imediatos, o que permite que a empresa se prepare para desafios operacionais tangíveis. Já a visão de longo prazo (até 2050) demonstrou que os impactos climáticos podem se intensificar.

Ao sobrepor a localização de suas 1.300 unidades aos cenários climáticos do IPCC, o Magalu projeta um aquecimento global superior à média global nas regiões onde a empresa atua. Espera-se um au-

mento médio da temperatura anual de 2,42 °C no Cenário 1 (Emissões Moderadas) e de 3,04 °C no Cenário 2 (Altas Emissões) até 2050. Essas projeções revelam impactos climáticos significativos e heterogêneos no Brasil.

O estudo projeta mudanças climáticas relevantes nas regiões Norte e Sul do Brasil até 2050.

O Norte tende a enfrentar aumentos mais intensos de temperatura e redução do volume de chuvas, elevando os riscos de estresse térmico e prejudicando o transporte fluvial.

O Sul deve registrar aquecimento mais moderado, mas com aumento significativo das chuvas, ampliando os riscos de enchentes e impactos na infraestrutura e na logística terrestre.

A análise também identificou 85 lojas que devem enfrentar aumentos significativos nas temperaturas médias. Elas estão localizadas em estados como Mato Grosso, Tocantins, Pará e Distrito Federal, e já são alvo prioritário de ações de resposta e adaptação pela Companhia.

O planejamento da continuidade de nossos negócios exige decisões bem fundamentadas, especialmente em relação aos desafios climáticos. Com os insights desse estudo, a empresa reforça sua capacidade de gerir riscos físicos, otimizar a alocação de recursos, além de proteger suas equipes e infraestrutura.



Loja do Magalu: 85 unidades são alvo prioritário de ações preparatórias para o aumento de temperaturas médias
#descriçãodaimagem: Notebooks, TVs e outros equipamentos expostos em loja do Magalu, com colaboradores e clientes conversando.

CENÁRIOS CLIMÁTICOS UTILIZADOS NO ESTUDO DO MAGALU

A Companhia se baseou em dois dos cinco cenários climáticos projetados pelo Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas da ONU (IPCC)

CENÁRIO DO IPCC

SSP2-4.5

SSP5-8.5

Tendência

Cenário 1 - Emissões Moderadas

Cenário 2 - Altas Emissões

Resumo

Representa um caminho intermediário, no qual o mundo faz esforços moderados para controlar as emissões de gases de efeito estufa. Nesse cenário, o aquecimento global esperado é de cerca de 2,5 °C até o ano de 2100.

Descreve um futuro com altas emissões e crescimento econômico intenso, mas pouco sustentável. É o cenário mais preocupante e de maior risco, que prevê um aquecimento global de até 5 °C até 2100.

GESTÃO DE RISCOS CLIMÁTICOS

Desde 2021, o monitoramento e o reporte de riscos climáticos do Magalu seguem a metodologia recomendada pelo Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD). Avaliamos de forma abrangente os cenários interno e externo da empresa, identificando e categorizando os riscos associados ao negócio conforme as dimensões de riscos físicos — relacionados aos efeitos diretos das mudanças climáticas — e de transição, que envolvem as adaptações necessárias para operar em uma economia de baixo carbono.

Em 2024, o Magalu trabalhou no aprofundamento dessa matriz de riscos e, como resultado, elegeu sete riscos prioritários, que orientam a estratégia climática da Companhia.

Após o detalhamento dos riscos climáticos, avançamos para a mensuração dos impactos financeiros que esses riscos podem gerar para o negócio no curto, no médio e no longo prazo.

Para mitigar o nível de exposição identificado, consolidamos planos de ação, organizados em frentes de trabalho específicas, as quais incluem mecanismos de contenção de alagamentos e reforço dos tetos e das calhas das lojas, entre outras ações. Cada iniciativa foi estruturada para reduzir riscos, otimizar recursos e garantir respostas rápidas às ameaças climáticas e financeiras que se apresentam.

Leia mais sobre nossas métricas e desempenho em emissões a partir da página 57.

MATRIZ DE RISCOS CLIMÁTICOS DO MAGALU

Os riscos identificados podem ser físicos, como inundações, estiagem e estresse térmico; ou de transição, que apontam fatores legais, de regulamentação e de mudança tecnológica

TIPO	CATEGORIA	FATOR DE RISCO	DESCRIÇÃO DO IMPACTO
 Físico	Agudo	 Inundações e alagamentos	- Danos estruturais às lojas e aos centros de distribuição do Magalu devido ao aumento da frequência e da severidade de chuvas intensas. - Interrupções de nossas operações logísticas, atrasos no fornecimento de suprimentos e aumento de custos operacionais.
 Físico	Agudo	 Estiagem	Atrasos no fornecimento de suprimentos e na operação logística devido aos impactos que as secas prolongadas causam ao transporte fluvial.
 Físico/ Transição	Físico Crônico/ Legal	 Estresse térmico /  Sanções e litígios	Redução de produtividade e de conforto térmico em lojas e centros de distribuição devido ao aumento das temperaturas médias.
 Transição	Regulamentação	 Precificação de carbono	Custos adicionais com a possível regulamentação de impostos ou taxas sobre emissões de carbono.
 Transição	Tecnologia	 Transição para energia de baixo carbono	Riscos operacionais na migração da frota movida a combustíveis fósseis para fontes de menor emissão, considerando a dependência do modal rodoviário.
 Transição	Tecnologia	 Dependência de energia hidrelétrica	Vulnerabilidade a crises hídricas que afetem a geração de energia, podendo gerar aumento de custo operacionais.

GRI 3-3 | 301-1 | 301-2 | 306-1 | 306-2
SASB CG-MR-410a.3

EMBALAGENS E RESÍDUOS

Reduzir a geração de resíduos e ampliar a reciclagem são medidas essenciais para viabilizar uma economia circular, que evite desperdícios e alivie a pressão de extração de recursos naturais. A circularidade é um dos pilares da estratégia de sustentabilidade do Magalu e se expressa em duas frentes de trabalho: coleta e reciclagem de resíduos eletroeletrônicos e redução do uso de plástico virgem em embalagens ao consumidor, na operação de centros de distribuição e hubs logísticos. O tema é central na matriz de materialidade do Magalu e tem direcionado uma série de soluções de baixo impacto para o ambiente e de melhor custo-benefício para o negócio.

Os Centros de Distribuição e os hubs logísticos são os principais pontos de geração de resíduos da empresa, e portanto foco dessas soluções. Nessas unidades são gerados tanto resíduos recicláveis comuns do varejo, como papel e plástico, quanto resíduos de manutenção, como óleo, que requerem destinação ambientalmente adequada. As iniciativas se organizam em três eixos: gestão de resíduos das operações, embalagens mais sustentáveis e projetos de fomento à economia circular.

A seguir, um panorama detalhado dessas frentes.



Centro de Distribuição do Magalu em Extrema (MG): embalagens mais sustentáveis

#descriçãodaimagem: Quatro pessoas vistas de cima embalam produtos em área de expedição de centro de distribuição.

EMBALAGENS MAIS SUSTENTÁVEIS

Redução de impacto e inovação em materiais e processos

A escolha das embalagens busca combinar eficiência operacional e redução de impactos ambientais. Além disso, elas levam ao consumidor orientações sobre descarte correto, de acordo com o tipo de material utilizado.

Do ponto de vista da redução de impacto ambiental, o Magalu organiza sua estratégia de embalagens em torno de quatro frentes: uso de matéria-prima reciclada, substituição de plásticos por papel (quando é tecnicamente viável), consumo consciente dos materiais e preferência por fornecedores cujos insumos tenham certificação ambiental — que atesta a origem ou o manejo da matéria-prima.

Em 2024, avançamos na implementação de soluções mais eficientes para embalagens e armazenamento em nossos Centros de Distribuição, privilegiando o uso de materiais reciclados e reutilizáveis nesses locais. As ações resultaram do Comitê de Embalagens, que reúne áreas como operações, compras, infraestrutura e sustentabilidade. A instância foi criada em 2022 para desenvolver e implementar melhorias nas etapas de aquisição de embalagens e de processos nos CDs.

Iniciamos um teste-piloto com gaiolas unitizadoras reutilizáveis em nossa principal operação de cross-docking para substituir o uso de filme *stretch* — película plástica elástica e aderente — na proteção de cargas. Essas estruturas rígidas, utilizadas na transferência de pedidos entre as bases logísticas, garantem segurança e estabilidade durante o transporte, podem ser usadas várias vezes e dispensam o plástico de uso único. A troca também agilizou o carregamento dos veículos, já que o uso desse recurso requer menos tempo para envolver a carga. O teste evitou o consumo de cerca de 2,6 toneladas de plástico. Para 2025, o plano é ampliar a adoção das gaiolas unitizadoras para mais rotas e unidades de cross-docking.

GAIOLA REUTILIZÁVEL NO LUGAR DO FILME PLÁSTICO

Como funciona a solução ecoeficiente adotada na logística do Magalu para agrupar várias caixas em uma única unidade de carga



SISTEMA CONVENCIONAL
Os produtos são agrupados e presos ao palete usando *stretch*, um tipo de filme plástico aderente, de uso único



GAIOLA REUTILIZÁVEL
A carga é acondicionada em gaiolas unitizadoras reutilizáveis, dispensando o plástico

**PAPEL DE PREENCHIMENTO:
MESMA PROTEÇÃO E MAIS RECICLABILIDADE**

Na operação da Época Cosméticos, os plásticos protetores então presentes nas caixas de pedidos foram substituídos por papel colmeia reciclado. A mudança eliminou o consumo de 30 toneladas de plástico no ano, aumentou a produtividade do empacotamento em 15%, reduziu 28% das despesas com insumos e ainda gerou uma queda no consumo de energia elétrica, já que os plásticos protetores até então utilizados dependiam de energia para serem inflados. Agora, o projeto será adotado em outras unidades do ecossistema Magalu.



Papel colmeia no lugar de plástico nas embalagens da Época Cosméticos: solução sustentável será levada a outras unidades do Magalu

#descriçãodaimagem: Mãos de colaboradora empacotando frasco de cosmético em papel colmeia.



Preparação de embalagens no CD de Extrema: os envelopes são feitos com 60% de material reciclado

#descriçãodaimagem: Mulher de uniforme azul e luvas pretas sorri para a câmera diante de pilhas de caixas de calçados embaladas em plástico roxo com a marca Netshoes.

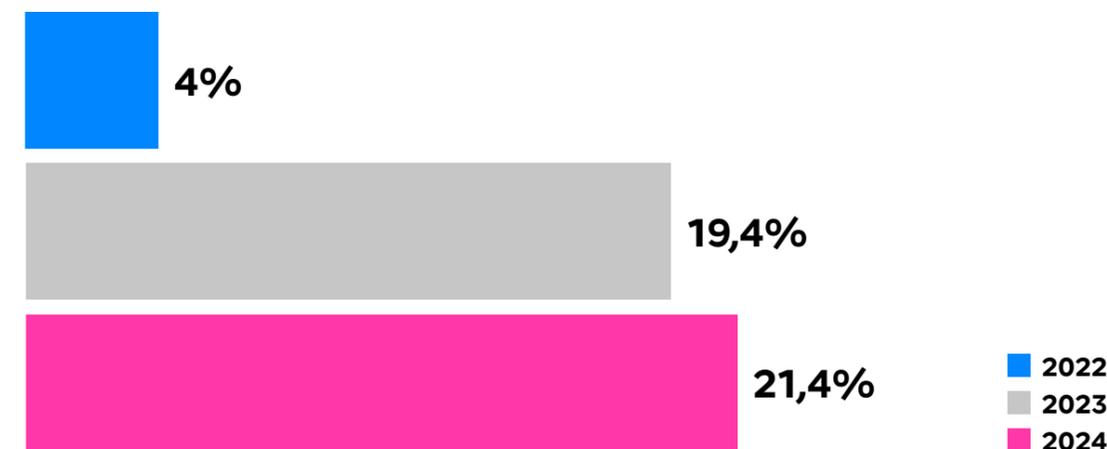
USO DE MATERIAL RECICLADO

Os envelopes de segurança do Magalu e da Netshoes, comumente utilizados para envio de pequenos volumes aos clientes, são produzidos com 60% de plástico reciclado e 40% de plástico virgem. O material reciclado é certificado, isto é, tem garantia de origem e do processo de produção da matéria-prima. Ao priorizar o uso de materiais que já estão em circulação, o Magalu reduz a demanda por novos recursos e reforça, na prática, seu compromisso com a economia circular. A iniciativa contribuiu diretamente para o avanço do indicador geral de uso de plásticos — virgem, reciclados ou de fonte renovável.

Em 2024, o percentual de plástico reciclado consumido pelo ecossistema subiu de 19,4% para 21,4%. Já o volume de plástico de origem vegetal, feito de cana de açúcar — e que integra as sacolas utilizadas nas lojas físicas —, aumentou de 26 para 34 toneladas.

EVOLUÇÃO NO USO DE PLÁSTICO RECICLADO

O percentual segue crescendo ano a ano



*REFERENTE ÀS SACOLAS FEITAS DE BIOPLÁSTICO FEITO A PARTIR DA CANA-DE-AÇÚCAR. (RESINA I'M GREEN).

GESTÃO DE RESÍDUOS NAS OPERAÇÕES

Responsabilidade e controle em todas as etapas do ciclo logístico

O Magalu é responsável por toda a gestão dos resíduos gerados em suas operações, de lojas a CDs, da segregação à destinação final. O processo segue a legislação ambiental (nesse caso, a Política Nacional de Resíduos Sólidos) e conta com uma equipe técnica e parceiros homologados para transporte e tratamento dos volumes gerados.

As equipes operacionais mantêm contato direto com os parceiros de gerenciamento e controlam a documentação e a destinação dos materiais. A gestão também abrange os resíduos da cadeia de valor, como o resíduo eletrônico pós-consumo vindo de nossos clientes.

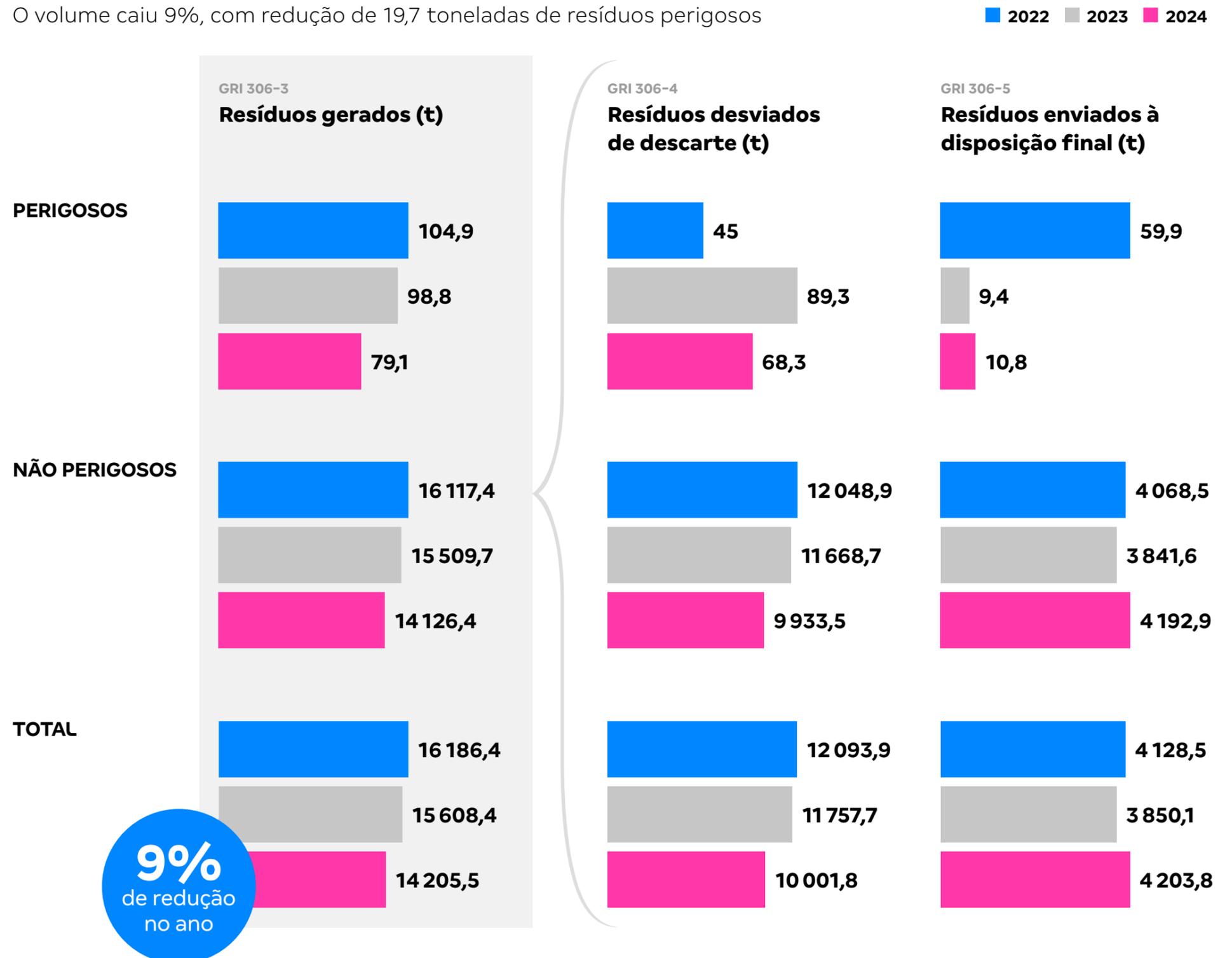
A empresa reforçou os treinamentos operacionais nos hubs e centros de distribuição no que se refere a segregação e destinação ambientalmente adequada de resíduos, por meio de uma plataforma que integra todas as unidades da Companhia e aumenta a visualização dos dados em geral, ampliando o controle dos volumes gerados e destinados.

Em 2024, a geração total de resíduos caiu 9%, com redução de 19,7 toneladas de resíduos perigosos, como água de bateria, e de 1.383 toneladas de resíduos comuns, a exemplo de recicláveis como papel, papelão e plástico.

Desde 2023, os resíduos comuns não são incinerados em nossas instalações por causa dos impactos ambientais associados a esse tipo de tratamento. Em 2024, a medida foi estendida aos resíduos perigosos, com exceção daqueles originados em ambulatórios, conforme preconiza a legislação. Apesar dos avanços, o volume total de resíduos enviados à disposição final, isto é, a aterros sanitários, aumentou, impulsionado pela maior geração de resíduos orgânicos provenientes dos serviços de alimentação de nossas filiais. Diante desse cenário, o Magalu está buscando parcerias para destinar esse tipo de resíduo à compostagem.

TOTAL DE RESÍDUOS GERADOS E DESCARTADOS PELO MAGALU

O volume caiu 9%, com redução de 19,7 toneladas de resíduos perigosos





Mutirão do Lixo Eletrônico em Franca: 39 toneladas de equipamentos usados foram coletadas por meio de mobilização comunitária

#descriçãodaimagem: Pessoas de camiseta rosa carregam equipamentos eletrônicos em direção a um caminhão.



7 toneladas arrecadadas em um dia

"Eu tenho onde colocar esse resíduo de eletroeletrônico".

ASSISTA AO VÍDEO SOBRE O MUTIRÃO DE LIXO ELETRÔNICO EM FRANCA.

LOGÍSTICA REVERSA

Iniciativas que integram sustentabilidade, educação e inclusão

O fortalecimento de uma economia circular, que estenda a vida útil de diversos materiais, passa pela responsabilidade ambiental compartilhada entre fabricantes, varejistas e consumidores, conforme descreve a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS). Como varejista, o Magalu tem a obrigação legal de oferecer pontos de coleta voluntária de resíduos eletroeletrônicos, mas decidiu ir além e se posicionar como um importante vetor de conscientização e mobilização para a circularidade no Brasil, que hoje é o quinto¹ maior gerador desse tipo de resíduo no mundo.

Nesse sentido, o programa de logística reversa de eletroeletrônicos do Magalu, em parceria com a Associação Brasileira de Reciclagem de Eletroeletrônicos e Eletrodomésticos (ABREE), foi um dos grandes destaques de 2024. Por meio de pontos de coleta nas lojas Magalu, recolhemos equipamentos antigos ou em desuso e destinamos à reciclagem. Em 2024, 25 novas lojas passaram a contar com coletores, totalizando 525 pontos no País.

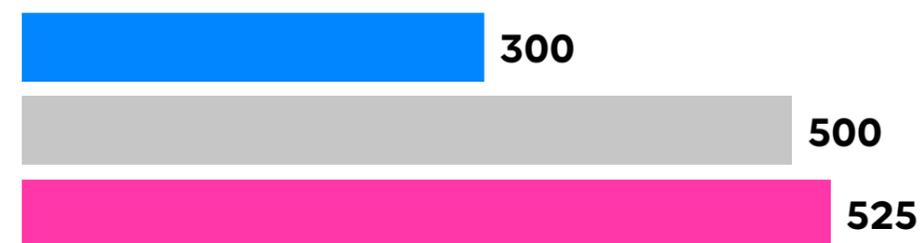
Ao todo, foram recolhidas 31 toneladas de resíduos eletroeletrônicos nesses pontos.

Outras 39 toneladas foram arrecadadas no Mutirão do Lixo Eletrônico Magalu, ação de mobilização comunitária realizada em Franca (SP) e que envolveu colaboradores voluntários, moradores, alunos e professores da cidade. O Magalu montou um *drive-thru* de coleta de eletroeletrônicos sem uso no ginásio poliesportivo do município, pelo qual passaram 490 veículos. Foram coletadas 7 toneladas de materiais. Em paralelo, a Companhia promoveu uma competição de coleta desses materiais com 64 escolas e arrecadou 32 toneladas de eletrônicos ao final de 15 dias. Com isso, o volume total de resíduos destinados à reciclagem em 2024 chegou a quase 70 toneladas — mais que o triplo de 2023. Hoje, a ambição da Companhia é alcançar 1 mil toneladas recicladas até 2030, com coletores em todas as lojas, apesar de não ter obrigação legal de reportar volumes — a PNRS atribui essa responsabilidade aos fabricantes e importadores.

EVOLUÇÃO NA COLETA DE LIXO ELETRÔNICO

■ 2022 ■ 2023 ■ 2024

NÚMERO DE LOJAS COM COLETORES



VOLUME DE ELETROELETRÔNICOS COLETADOS (t)



1. FONTE: [HTTPS://EWASTEMONITOR.INFO/THE-GLOBAL-E-WASTE-MONITOR-2024/](https://ewastemonitor.info/the-global-e-waste-monitor-2024/)
2. 30 TONELADAS EM LOJAS E 39,8 EM AÇÃO REALIZADA EM FRANCA.



Participantes do projeto Conexão Povos da Floresta beneficiados por programa de circularidade do Magalu

#descriçãodaimagem: Dez adultos, alguns exibindo produtos eletrônicos, e um bebê de colo posam em área gramada com árvores ao fundo.

CIRCULARIDADE

Como parte da estratégia de gestão responsável de resíduos e materiais, o Magalu viabiliza o reaproveitamento de sucatas que seriam descartadas, a exemplo de equipamentos eletroeletrônicos danificados — aqueles devolvidos à Companhia pelos clientes quando são identificados problemas técnicos. Como nem todas as peças desses equipamentos estão danificadas, o Magalu promove leilões daquelas que podem ser reutilizadas em novos produtos. Isso prolonga a vida útil de materiais diversos, que, dessa forma, são reinseridos em nossa cadeia de valor. Em 2024, essa iniciativa resultou no reaproveitamento de 1.261 toneladas* de equipamentos.

Ao promover a venda desses materiais para reúso, evita-se o envio direto para processos como reciclagem ou manufatura reversa, que, apesar de serem alternativas ambientalmente adequadas, envolvem maior consumo de energia e recursos. Assim, contribuímos para uma gestão mais eficiente e sustentável de recursos, diminuindo a pressão de extração de matérias primas sobre os ecossistemas.



Triagem de uniformes usados que são direcionados à confecção de cobertores para pessoas em situação de rua

#descriçãodaimagem: Galpão com grandes fardos de tecidos empilhados e uniformes de diversas cores sobre bancadas.

UNIFORME USADO VIRA COBERTOR

O impacto socioambiental do projeto em 2024

4.732 kg
de uniformes reaproveitados

4.300
cobertores produzidos e distribuídos a pessoas em situação de rua

35,39 m³
de aterro poupado

Para dar destino aos eletroeletrônicos da própria operação, a exemplo de computadores e impressoras usados nos escritórios, o Magalu mantém uma parceria com a ReUrbí, especializada em logística reversa de materiais de TI e periféricos. Os itens sem funcionalidade são reciclados, e aqueles que ainda podem ser utilizados são reconicionados e vendidos, com parte da receita direcionada a projetos socioambientais. Em 2024, mais de 31 mil quilos desses materiais foram reaproveitados, e a receita obtida com esse volume foi revertida na entrega de 34 celulares a comunidades atendidas pelo projeto Conexão Povos da Floresta, que leva conectividade a populações de áreas remotas da Amazônia.

UNIFORMES QUE AQUECEM

O Magalu manteve o projeto de circularidade de uniformes em parceria com a Retalhar, iniciado em 2022. Uniformes descartados pela nossa operação foram transformados em cobertores e destinados a instituições que atendem pessoas em situação de rua. Em 2024, foram reaproveitados 4.732 quilos de tecido, equivalentes a cerca de 14.879 peças, o que resultou na produção de aproximadamente 4.300 cobertores. Parte desse material foi direcionada às vítimas das enchentes que atingiram o Rio Grande do Sul em abril. Por meio da parceria com a Retalhar, também geramos renda para trabalhadores em situação de vulnerabilidade social, responsáveis pela manufatura dos cobertores produzidos. Entre 2022 e 2024, transformamos 46 mil peças de uniformes em 12 mil cobertores.



Uma das 23 usinas fotovoltaicas responsáveis por 40% da energia elétrica do Magalu

#descriçãodaimagem: Homem com uniforme e capacete inspeciona um equipamento instalado entre fileiras de painéis solares em campo aberto.

GRI 3-3 | 302-1 | 302-2 | 302-3 | 303-1 | 303-5
SASB CG-MR-130a.1

USO DE RECURSOS NATURAIS

Como o uso de recursos naturais é um tema material para o negócio do Magalu, trabalhamos para mitigar nosso impacto sobre o meio ambiente e, ao mesmo tempo, elevar a relação custo-benefício no consumo de energia e de água.

MELHORA NA INTENSIDADE ENERGÉTICA

Em 2024, o Magalu gastou 3,6% menos energia para produzir cada real de receita líquida

2023

3,720
MWh/R\$ milhão

2024

3,587
MWh/R\$ milhão

Redução de

3,6%

ENERGIA

Ao longo do ano, ampliamos nossa capacidade de geração de energia renovável para abastecimento de nossas operações. Seis novas usinas solares foram construídas em cinco estados (Bahia, Goiás, Mato Grosso, Pernambuco e Rio Grande do Sul) e conectadas à nossa rede de geração elétrica distribuída — modelo implantado em 2017. Com a expansão, 124 lojas foram incluídas na rede abastecida por energia solar. Ao todo, a Companhia conta com 23 usinas fotovoltaicas e uma pequena central hidrelétrica em operação. Juntas, essas fontes atenderam à demanda elétrica de 800 das 1.247 filiais da Companhia em 2024, o que corresponde a cerca de 40% do consumo de energia elétrica do Magalu.

Os escritórios do KaBuM!, em Limeira, no interior de São Paulo, e do Aiqfome, em Maringá, no Paraná, também são abastecidos por energia solar, mas por meio de consórcios. Trata-se de uma solução em que diferentes empresas compartilham a geração de uma usina solar. O modelo é ideal para regiões onde não há viabilidade para a construção de usinas exclusivas e permite a contratação de cotas de abastecimento em uma usina compartilhada de painéis fotovoltaicos. A energia gerada nesse tipo de usina é convertida em créditos aplicados diretamente à conta de luz das empresas contratantes, o que reduz o consumo de energia proveniente da rede elétrica centralizada, bem como as emissões associadas de GEE. Em 2025, o Magalu vai ampliar sua participação em consórcios de energia solar para lojas da Companhia que não estão atreladas às usinas de geração exclusiva.

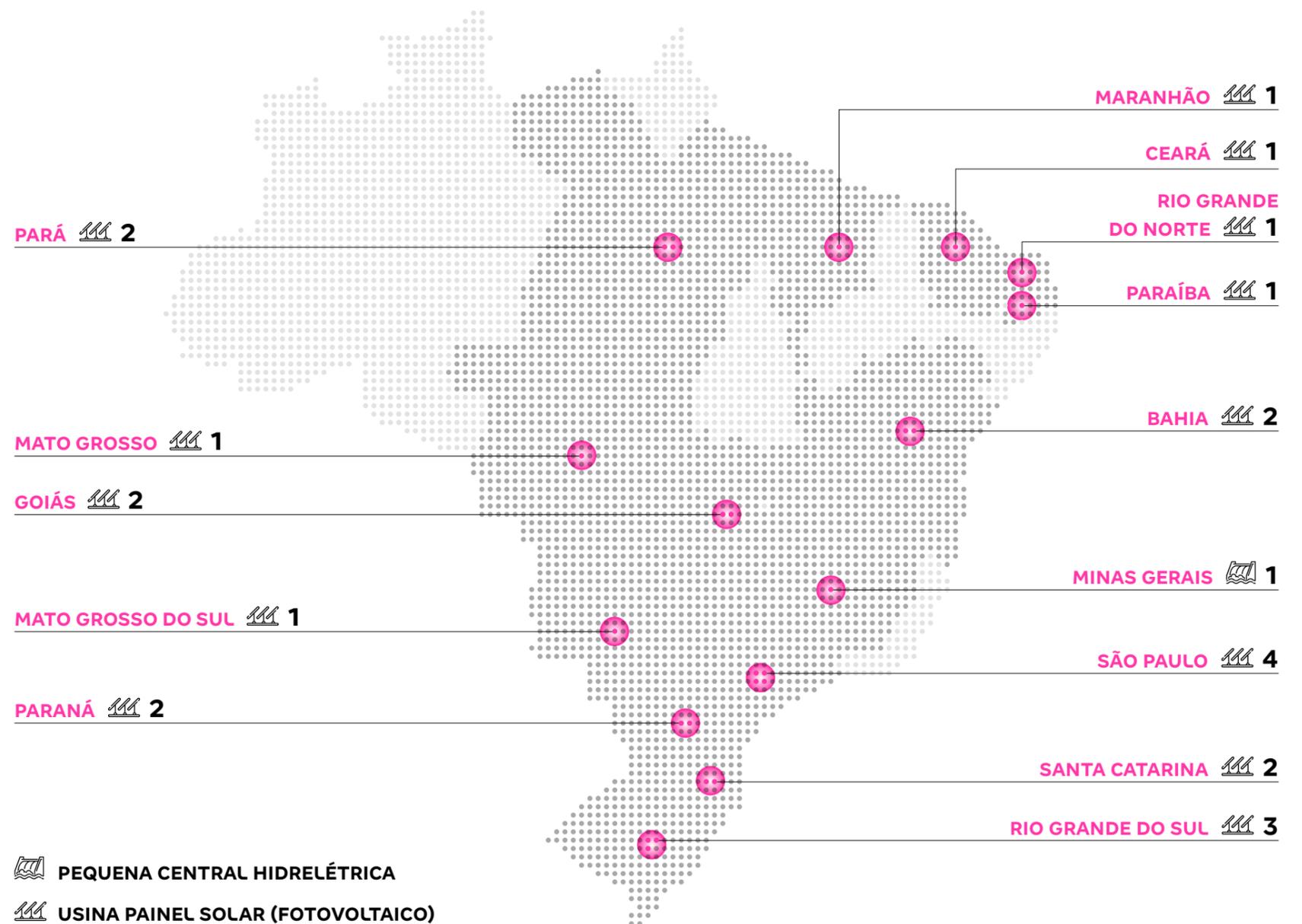
ENERGIA EÓLICA, CERTIFICADOS I-REC E EFICIÊNCIA ENERGÉTICA

Mesmo nas unidades que ainda não são elegíveis para o modelo de geração distribuída, o Magalu assegura o uso de energia renovável: 30% do consumo vem de contratos no mercado livre com fonte eólica e outros 30% são compensados por meio de certificados I-REC (International Renewable Energy Certificate). Dessa forma, 100% das operações da Companhia são abastecidas exclusivamente por fontes renováveis desde 2022.

A gestão da eficiência energética é acompanhada de perto pela alta liderança da Companhia. O Comitê de Energia — com a participação da alta gestão e do CEO — analisa mensalmente os dados de consumo e

GERAÇÃO DE ENERGIA RENOVÁVEL

Onde ficam as usinas solares e a pequena central hidrelétrica que abastecem nossas operações em todo o País



identifica oportunidades de melhoria. O Magalu também elaborou uma Cartilha de Boas Práticas no consumo de energia elétrica, amplamente disseminada em todas as unidades operacionais — centros de distribuição, lojas e escritórios —, com orientações específicas sobre o uso eficiente de energia. Em 2024, as operações da companhia registraram uma redução de 4.874,01 GJ no consumo de energia, considerando combustível e eletricidade.

Como reflexo, a intensidade energética do Magalu — indicador que relaciona o consumo de energia elétrica com a receita operacional líquida — apresentou uma melhora de 3,6% na comparação anual. Isso indi-

ca que a empresa aumentou sua eficiência no uso de energia, gerando mais receita por unidade consumida.

Em termos de consumo de energia proveniente do uso de combustíveis, as operações diretas da empresa (Escopo 1) apresentaram uma redução de 6,9% em relação ao ano anterior. Essa queda está relacionada, principalmente, à melhoria na gestão da frota própria e à consequente redução do consumo de combustíveis como gasolina e etanol nessa categoria. Para conter custos dentro de nossa operação, aumentamos o volume de interações remotas entre escritórios e lojas. Isso reduziu o número de viagens feitas pela frota própria e, consequente-

mente, o volume de emissões de GEE desses veículos.

Em relação ao consumo indireto de energia (Escopo 3), que contabiliza principalmente o uso de combustíveis no transporte terceirizado de mercadorias, registramos um aumento de 61%. Esse crescimento reflete, sobretudo, a melhoria na medição dos trechos percorridos pelos nossos prestadores de serviço da malha logística. Até 2023 essa medição se baseava em estimativas históricas; e agora considera a roteirização dos trechos efetivamente percorridos. Com dados mais detalhados, o inventário de emissões passou a apresentar maior precisão (*mais detalhes nas págs. 57-60*).

GRI 302-1 / 302-2

CONSUMO DE ENERGIA DENTRO E FORA DO MAGALU

Energia utilizada nos últimos três anos, por tipo de fonte, em gigajoules (GJ)

2022

Fonte	Escopo 1	Escopo 2	Escopo 3	Total
COMBUSTÍVEIS NÃO RENOVÁVEIS				
Acetileno	0,09	-	-	0,09
Diesel	21 558,25	-	2 165 250,09	2 186 808,34
Gasolina	2 648,79	-	310 024,69	312 673,48
Gás liquefeito de petróleo (GLP)	1 573,81	-	6 029,38	7 603,19
Gás natural veicular (GNV)	-	-	156,69	156,69
Querosene de aviação	16 413,74	-	41 907,36	58 321,10
COMBUSTÍVEIS RENOVÁVEIS				
Etanol hidratado	10 546,11	-	2 621,56	13 167,67
ENERGIA ELÉTRICA ADQUIRIDA				
Eletricidade	-	476 248,28	-	476 248,28
Total Geral	52 740,79	476 248,28	2 525 989,77	3 054 978,84

2023¹

Fonte	Escopo 1	Escopo 2	Escopo 3	Total
COMBUSTÍVEIS NÃO RENOVÁVEIS				
Acetileno	0,04	-	-	0,04
Diesel	21 317,47	-	1 945 803,66	1 967 121,13
Gasolina	3 975,91	-	381 187,81	385 163,72
Gasolina de aviação	164,41	-	-	164,41
Gás liquefeito de petróleo (GLP)	604,49	-	5 665,56	6 270,05
Óleo Diesel Navio	-	-	324,60	324,60
Querosene de aviação	14 278,26	-	12 015,59	26 293,85
COMBUSTÍVEIS RENOVÁVEIS				
Etanol hidratado	12 851,94	-	2 531,61	15 383,55
ENERGIA ELÉTRICA ADQUIRIDA				
Eletricidade	-	492 451,34	-	492 451,34
Total Geral	53 192,52	492 451,34	2 347 528,83	2 893 172,69

2024

Fonte	Escopo 1	Escopo 2	Escopo 3	Total
COMBUSTÍVEIS NÃO RENOVÁVEIS				
Acetileno	0,04	-	-	0,04
Diesel	22 414,24	-	3 158 235,06	3 180 649,30
Gasolina	2 288,31	-	670 711,46	672 999,77
Gasolina de aviação	13,51	-	-	13,51
Gás liquefeito de petróleo (GLP)	742,37	-	5 770,28	6 512,65
Óleo Diesel Navio	0	-	227,30	227,30
Querosene de aviação	13 737,93	-	13 192,11	26 930,04
COMBUSTÍVEIS RENOVÁVEIS				
Etanol hidratado	10 318,88	-	-	10 318,88
ENERGIA ELÉTRICA ADQUIRIDA				
Eletricidade	-	491 254,58	-	492 451,34
Total Geral	49 515,28	491 254,58	3 848 136,21	4 388 906,07

CONSUMO DE ÁGUA (MEGALITROS)

Volume foi 10,4% menor em relação ao ano anterior

2022	2023	2024
544	578	517

CONSUMO DE ÁGUA

A água utilizada pelo Magalu é destinada exclusivamente ao consumo humano e a atividades operacionais, já que a Companhia não realiza processos industriais. O abastecimento ocorre por meio de captação direta nos sistemas de distribuição das concessionárias municipais, e os efluentes gerados são direcionados à rede pública de esgoto, em conformidade com os parâmetros legais e as normas ambientais vigentes.

Ciente da relevância desse recurso, a Companhia monitora o consumo de água mensalmente com o objetivo de identificar oportunidades de redução e aprimorar a eficiência no uso, em linha com os princípios de gestão responsável dos recursos hídricos. Nossos canais internos também promovem campanhas de conscientização sobre o uso responsável da água entre os colaboradores, com incentivo às práticas sustentáveis no cotidiano das operações.

Em 2024, a organização registrou uma redução de 10,4% no consumo total de água em relação ao ano anterior. O resultado foi impulsionado principalmente por iniciativas no Centro de Distribuição (CD) de Guarulhos, onde o sistema de captação e aproveitamento de água da chuva operou em capacidade máxima. Além disso, a consolidação das operações do CD de Extrema em uma única unidade também contribuiu para o resultado.

COMO MONITORAMOS O CONSUMO DE ÁGUA

As unidades operacionais são responsáveis por enviar mensalmente os dados de consumo, acompanhados de documentos comprobatórios — como faturas, recibos, extratos de condomínios e shoppings, além de registros de poços artesianos —, ao departamento de controle de pagamentos da empresa.

Em 2024 alcançamos 74% de medição direta nas lojas — obtida nas contas de água que informam o consumo em metros cúbicos de água e esgoto tratado. Já nos Centros de Distribuição e escritórios a mensuração direta do consumo de água ocorre em 100% das unidades desde 2022.

Para o universo de 26% das lojas sem viabilidade para a medição direta, o Magalu adotou uma metodologia de estimativa baseada na média de consumo de unidades semelhantes. Para 2025, a Companhia planeja implementar um sistema que centralize as informações de consumo de todas as lojas e assegure medição precisa em toda a rede.



Iniciativa de reúso de água: o CD de Guarulhos armazena água da chuva para uso nas instalações

#descriçãodaimagem: Dois grandes tanques cilíndricos brancos verticais ao lado de uma estrutura com tubulações vermelhas. Ao lado, um caminhão com a logomarca do Magalu.

COMO TRABALHAMOS

- Governança
- Ética e Transparência
- Gestão de Riscos
- Segurança e Privacidade de Dados
- Direitos Humanos na Cadeia de Valor



GRI 2-9 | 2-10 | 2-11 | 2-12 | 2-13 | 2-15 |
2-17 | 2-18 | 2-19 | 2-20 | 405-1

GOVERNANÇA



Carlos Renato Donzelli (1), Marcelo José Ferreira e Silva (2), Sílvio Romero de Lemos Meira (3), Floriano Peixoto Vieira Neto (4), Betania Tanure de Barros (5), Luiza Helena Trajano Inácio Rodrigues (6) e Inês Corrêa de Souza (7)

#descriçãodaimagem: Três mulheres sentadas na frente e quatro homens em pé atrás posam para foto diante de um fundo azul.

O modelo de governança do Magalu vem sendo aprimorado há quase sete décadas, em sintonia com a expansão dos negócios e com o objetivo de assegurar a longevidade da Companhia. Princípios como transparência, equidade, responsabilidade e prestação de contas guiam as decisões da empresa e asseguram o alinhamento entre os interesses dos públicos de relacionamento. Essa atuação contribuiu para manter o Magalu, pelo quarto ano consecutivo, na carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da B3, que reúne empresas reco-

nhecidas por adotar as melhores práticas ambientais, sociais e de governança.

ESTRUTURA DE GOVERNANÇA

Atualmente, a estrutura de governança da Companhia é formada pelo Conselho de Administração e seus comitês de assessoramento, pelo Conselho Fiscal, pela Diretoria Executiva e pela Assembleia Geral de Acionistas. O Conselho de Administração do Magalu é composto de sete integrantes, dos quais quatro são independentes.

As mulheres ocupam três dos sete assentos (43%), incluindo a presidência. A representatividade feminina é superior à média do mercado, conforme demonstrado na quarta edição do estudo “Mulheres em Ações”, realizado pela B3 em 2024: apenas 8% das empresas listadas na bolsa brasileira possuem um número de conselheiras de administração equivalente ou superior ao do Magalu.

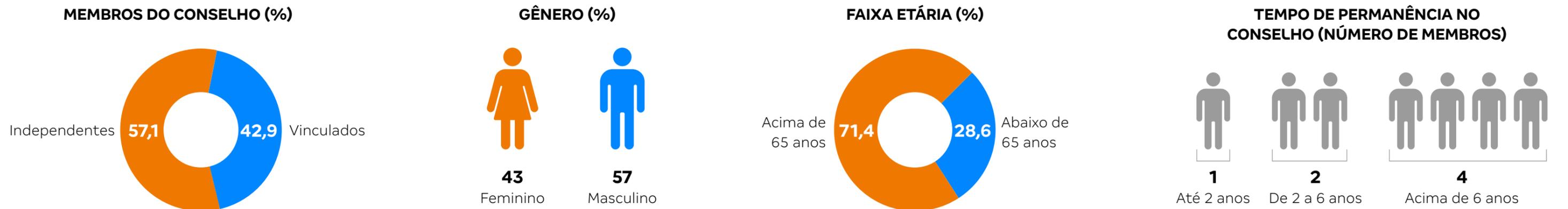
O Conselho de Administração reúne profissionais com conhecimentos complementares nas áreas de varejo, finanças, contabilidade e auditoria, ges-

tão empresarial e negócios digitais, além de experiência comprovada no setor corporativo. O currículo dos conselheiros está disponível no site de Relações com Investidores. (GRI 2-17)

O colegiado também conta com quatro comitês de assessoramento: Comitê de Auditoria, Riscos e Compliance (CARC), Comitê de Finanças e Crédito ao Consumidor (COFIC), Comitê de Pessoas e Cultura Organizacional (COPES) e Comitê de Estratégia e Inovação (COE). Esses comitês aprofundam as discussões sobre temas estratégicos, incluindo fatores

RAIO-X DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Participação feminina é destaque no Conselho presidido por Luiza Helena Trajano



ESG, levam recomendações ao Conselho e apoiam os conselheiros na formulação e na validação de políticas corporativas, como Sustentabilidade, Direitos Humanos, Diversidade e Inclusão (*veja quais são suas atribuições na pág. 78*).

As funções de Presidente do Conselho de Administração e de CEO da Companhia não podem ser acumuladas, conforme o regimento interno do Magalu, de modo a assegurar uma separação entre a supervisão da estratégia e as funções propriamente executivas do negócio. Além disso, os conselheiros não exercem cargos de gestão na empresa.

O Conselho Fiscal, órgão societário de caráter permanente, atua de forma independente da administração e dos auditores contratados, fiscalizando os atos da administração da Companhia. Atualmente, o Conselho Fiscal conta com seis membros.

A Política de Indicação de Membros do Conselho de Administração, dos Comitês de Assessoramento e da Diretoria Estatutária, estabelecida em 2018, define requisitos mínimos e diretrizes para a nomeação de membros. A indicação deve observar o Estatuto Social da Companhia, os Regimentos Internos e o Código de Ética e Conduta, além da legislação vigente e das melhores práticas de governança corporativa.

A seleção dos conselheiros considera critérios como qualificação, alinhamento aos valores e à cultura da empresa, diversidade de perfis e competências, disponibilidade para a função, variedade de conhecimentos, experiências, aspectos culturais, faixa etária e gênero. Além disso, o Magalu assegura o direito de voto a todos os acionistas.

O Conselho de Administração, os comitês de assessoramento e a secretaria de governança estão submetidos, de maneira conjunta, a mecanismos de avaliação de desempenho. As avaliações, realizadas anualmente, analisam o cumprimento de metas anuais, além de fatores subjetivos observados por superiores, pares ou subordinados, conforme definido pelo Conselho de Administração. Além disso, as indicações para reeleição levam em conta o desempenho, a assiduidade e a dedicação de tempo dos membros no mandato anterior.

TRANSPARÊNCIA

A Política de Transações entre Partes Relacionadas do Magalu estabelece diretrizes para assegurar que todas as decisões sejam tomadas de acordo com os interesses da Companhia e de seus acionistas. Essa política está alinhada às normas da Comissão de Valores Mobiliários (CVM), ao Regulamento do Novo Mercado da B3 e às diretrizes do Comitê de Pronunciamentos Contábeis.

O Magalu conta ainda com uma Política para Neutralização de Conflitos de Interesses, que consolida diretrizes sobre a gestão desses casos. Implementada em 2018 e revisada em 2023, essa política unifica as abordagens relacionadas à administração da Companhia, seus colaboradores, terceiros, parceiros de negócios e fornecedores de produtos e serviços. Além disso, reforça a responsabilidade corporativa e as consequências do descumprimento das normas estabelecidas. Todos os documentos com as políticas estão disponíveis no site de Relações com Investidores (RI).

GRI 2-19 | 2-20

REMUNERAÇÃO DOS ADMINISTRADORES

Estrutura de honorários e incentivos da alta gestão do Magalu

A estrutura de remuneração da alta gestão do Magalu segue diretrizes estabelecidas em sua Política de Remuneração de Administradores, que considera metas de desempenho, critérios de gestão e exposição a riscos, em alinhamento com a Política de Gestão de Riscos da Companhia.

Essa política, revisada anualmente pelo Conselho de Administração, busca equilibrar o desenvolvimento dos gestores com os objetivos organizacionais e a estratégia do negócio. A remuneração dos membros do Conselho de Administração e da Diretoria Executiva é definida pelo Conselho, com o apoio do Comitê de Pessoas e Cultura Organizacional, com base em pesquisas de mercado e, quando necessário, em consultorias especializadas.

Os conselheiros recebem hono-

rários fixos mensais, uniformes entre si, exceto para os cargos de presidente e vice-presidente, cujos valores refletem suas responsabilidades e dedicação.

Já a Diretoria recebe uma parcela fixa, proporcional à responsabilidade do cargo exercido, e uma parcela variável, baseada no desempenho profissional, composta de bônus de curto prazo e incentivos de longo prazo em ações.

Membros de comitês de assessoramento que não integram o Conselho de Administração também recebem honorários fixos compatíveis com os valores praticados no mercado. Por fim, os conselheiros fiscais recebem, a título de honorários, o valor mínimo previsto no artigo 162, § 3º, da Lei das Sociedades por Ações.

GRI 2-9

ESTRUTURA CORPORATIVA

A governança do Magalu é composta de conselhos, comitês e Diretoria Executiva, além da Assembleia Geral de Acionistas. As funções de presidente do Conselho de Administração e CEO da Companhia não podem ser acumuladas. O modelo adotado assegura isenção, controle das informações e transparência para todos os stakeholders.



ATRIBUIÇÕES DO CONSELHO FISCAL E DOS COMITÊS

A estrutura de governança conta com um Conselho Fiscal permanente e quatro comitês de assessoramento ao Conselho de Administração, cada um com atribuições específicas

CONSELHO FISCAL

É um órgão societário de caráter permanente. Atua de forma independente da administração e dos auditores externos e tem como principais atribuições fiscalizar atos dos administradores e verificar o cumprimento dos deveres legais e estatutários, analisar demonstrações financeiras trimestrais e anuais, emitir pareceres sobre elas e opinar sobre propostas da administração submetidas à Assembleia Geral, como alterações no capital, fusões e distribuição de dividendos. É composto de seis membros, que, alinhados às melhores práticas de governança, não exercem cargos de gestão na empresa.

COMITÊ DE AUDITORIA, RISCOS E COMPLIANCE

Responsável por avaliar demonstrações financeiras, relatórios trimestrais e outras publicações institucionais. Também acompanha o desempenho e a independência dos auditores externos, com o objetivo de assegurar a conformidade com leis e regulamentos. Além disso, monitora os principais riscos corporativos e supervisiona os trabalhos da Auditoria Interna.

COMITÊ DE FINANÇAS E CRÉDITO AO CONSUMIDOR

Acompanha os indicadores econômicos e o desempenho financeiro da

Companhia e suas controladas. Analisa demonstrações financeiras, auxilia na definição da política e do planejamento financeiro e supervisiona políticas de endividamento e investimentos. Monitora riscos financeiros, garantias e obrigações contratuais.

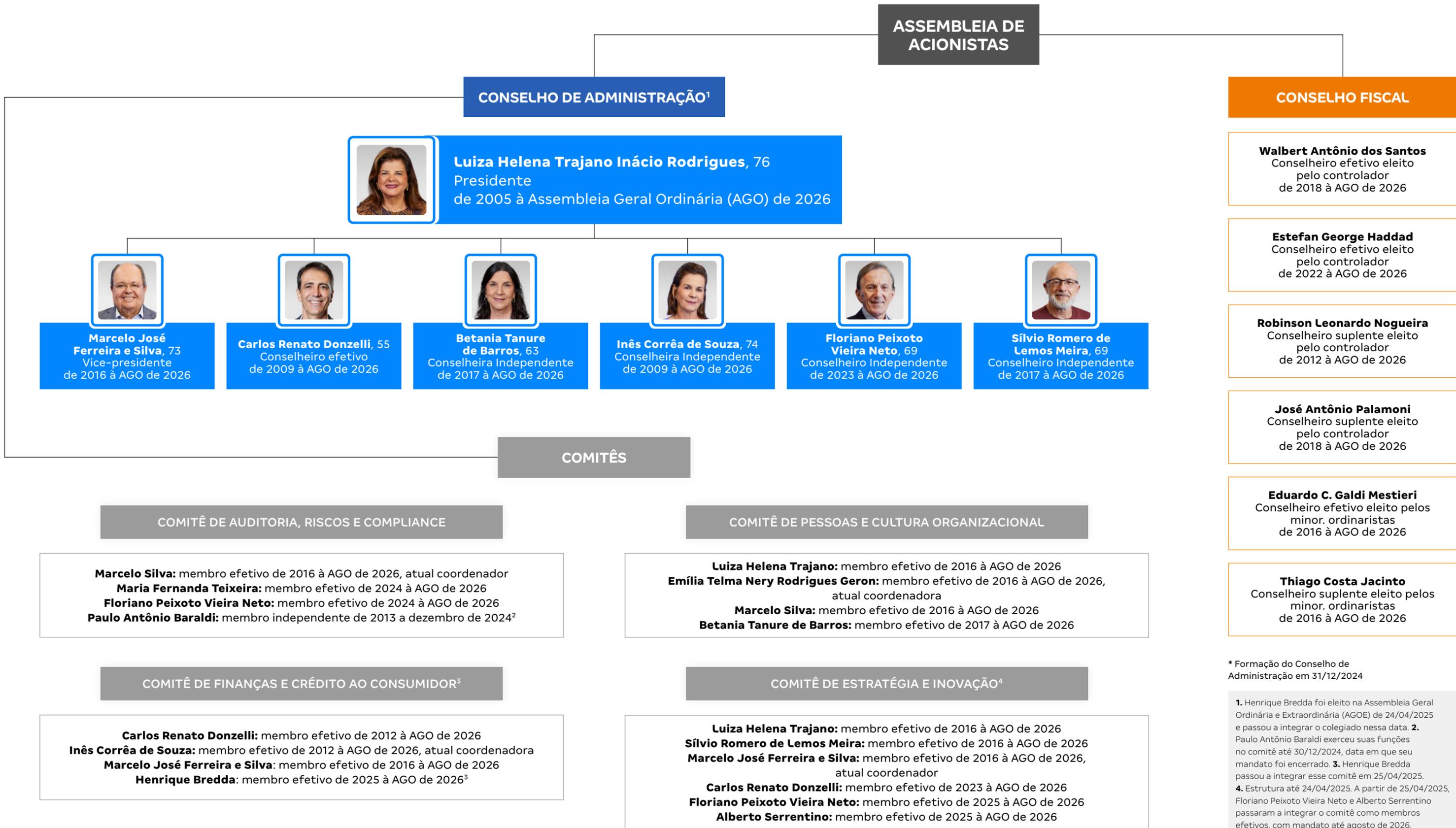
COMITÊ DE PESSOAS E CULTURA ORGANIZACIONAL

Discute a estrutura organizacional, analisa políticas de recursos humanos e avaliação de desempenho, promove a cultura organizacional e acompanha a gestão do Código de Conduta da Companhia. Propõe políticas de remuneração e monitora riscos trabalhis-

tas, além de recomendar e acompanhar o processo de definição de perfil, nomeação e avaliação dos membros do Conselho de Administração.

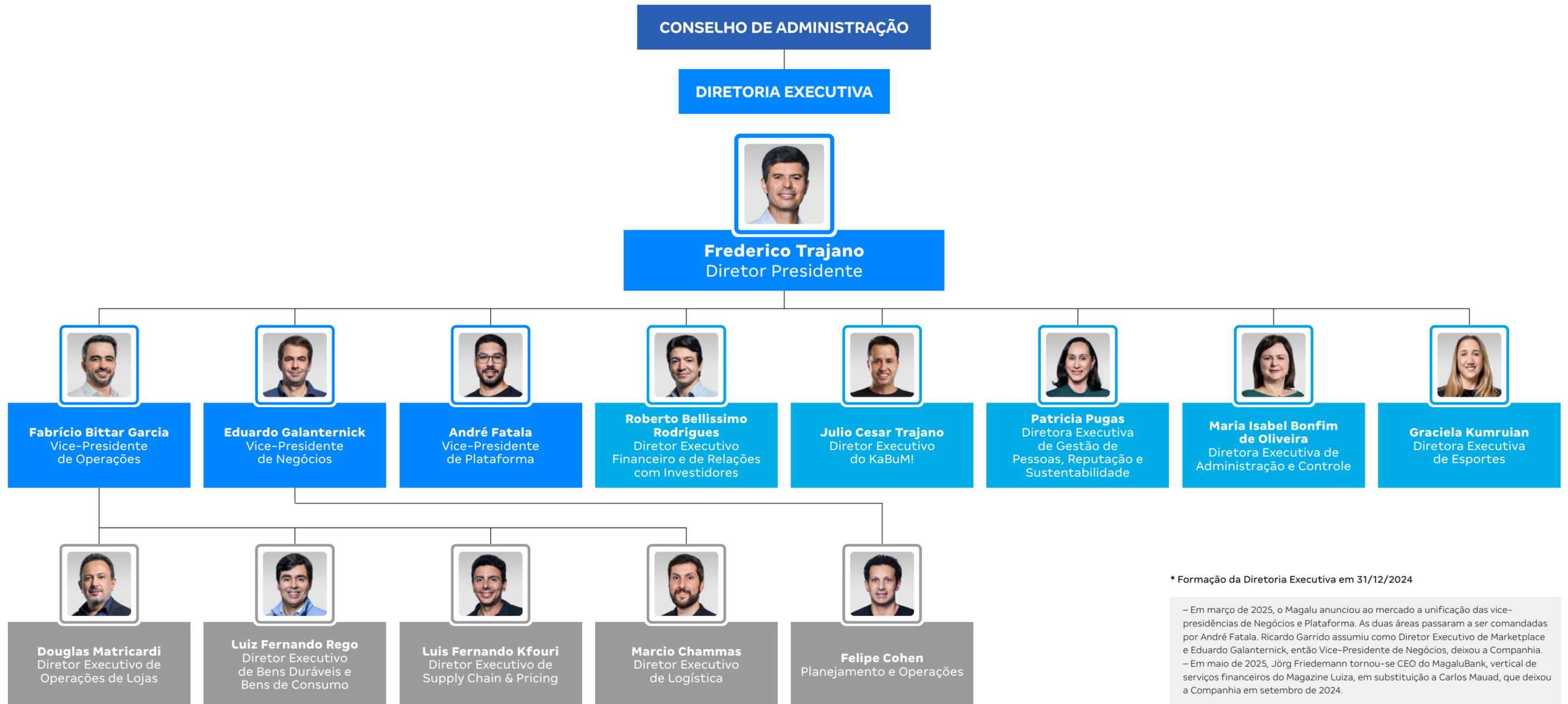
COMITÊ DE ESTRATÉGIA E INOVAÇÃO

Promove a discussão de grandes direcionadores para os negócios e a gestão da Companhia, além de apoiar o planejamento plurianual. Fornece material de apoio para subsidiar debates sobre possibilidades de novos negócios, verticalizações, integrações, fusões, aquisições, associações, metas de crescimento e expectativas de excelência operacional.



* Formação do Conselho de Administração em 31/12/2024

1. Henrique Bredda foi eleito na Assembleia Geral Ordinária e Extraordinária (AGOE) de 24/04/2025 e passou a integrar o colegiado nessa data. 2. Paulo Antônio Baraldi exerceu suas funções no comitê até 30/12/2024, data em que seu mandato foi encerrado. 3. Henrique Bredda passou a integrar esse comitê em 25/04/2025. 4. Estrutura até 24/04/2025. A partir de 25/04/2025, Floriano Peixoto Vieira Neto e Alberto Serrentino passaram a integrar o comitê como membros efetivos, com mandato até agosto de 2026.





Sala de reuniões no Arena Magalu: treinamentos constantes com foco em integridade

#descriçãodaimagem: Cinco pessoas ao redor de uma mesa de reuniões vistas pelo lado de fora de uma sala moderna, através de parede envidraçada.

GRI 2-16 | 2-23 | 2-24 | 2-25 | 2-26 | 2-28 | 3-3 | 205-1 | 205-3 | 406-1

ÉTICA E TRANSPARÊNCIA

Ética e transparência são princípios essenciais para a sustentabilidade do negócio e para a construção de um mercado mais justo e competitivo, independentemente de exigências legais. Com quase sete décadas de história, o Magalu sempre atuou com integridade, empenhado em conduzir suas atividades de forma ética, honesta e livre de irregularidades, atos ilegais, desleais ou corruptos. Em 2017, diante de um cenário de rápida evolução dos negócios, institucionalizou seu Programa de Integridade com o objetivo de reforçar que em seu ambiente corporativo devem prevalecer a ética e a transparência, além de atender às regulamentações, aos requisitos legais e às normas internas com o máximo nível de aderência. O programa passou a concentrar, então, as ações de conformidade, prevenção à lavagem de dinheiro e ao financiamento do terrorismo, monitoramento, detecção e resposta a não conformidades e desvios de conduta².

São cinco os pilares que estruturam o programa: comprometimento e apoio da alta direção; existência de uma área independente e dedicada; gestão de riscos; definição de regras e instrumentos; e monitoramento contínuo.

O Programa de Integridade tem como principal objetivo fortalecer a cultura da ética e da conformidade na Companhia, em conexão direta com os Inegociáveis Magalu (*veja quadro na pág. 82*). Além disso, o programa consolida uma cultura de gestão de riscos. Por meio da prevenção e da adoção de mecanismos de controle (*mais detalhes na pág. 85*), busca-se reduzir impactos operacionais e corporativos e atuar na identificação e na eliminação de situações de conflito de interesses.

PRINCIPAIS DOCUMENTOS

Para garantir a conformidade e a ética em todas as operações, o Programa de Integridade abarca um conjunto de documentos que definem diretrizes claras para colaboradores e parceiros. Entre os principais estão o Código de Ética e Conduta, o Manual Anticorrupção, o

OS INEGOCIÁVEIS

São condutas não admitidas no Magalu, em hipótese alguma, e passíveis de demissão por justa causa.



1 PREJUÍZO AO CLIENTE E/OU À EMPRESA

- Causar, intencionalmente, prejuízo financeiro à empresa e/ou ao cliente.
- Obter vantagem indevida no exercício de suas funções.
- Enganar o cliente, induzindo-o a erro ou embutindo serviço financeiro sem seu prévio consentimento.
- Alterar ou manipular resultados de relatórios, fechamento de caixa, jornada de trabalho e outros.



2 PRÁTICAS DE CORRUPÇÃO

- Envolver-se direta ou indiretamente em práticas de suborno, propina e outros atos de corrupção junto a agentes públicos.
- Aceitar ou oferecer brindes que violem a Política de Presentes, Brindes e Hospitalidades junto a fornecedores e prestadores de serviço e demais parceiros e terceiros.
- Aceitar favorecimentos pessoais em troca da execução de ações que coloquem em risco a imagem da empresa ou que causem prejuízo financeiro ao Magalu.



3 DISCRIMINAÇÃO DE QUALQUER NATUREZA

- Discriminar qualquer pessoa em razão de raça, cor, crença religiosa, sexo, orientação sexual, nível social ou ideais políticos.
- Faltar com respeito ou tratar de forma diferenciada colaboradores em razão de características físicas e/ou questões ideológicas.



4 ASSÉDIO MORAL E SEXUAL

- Faltar com respeito no trato pessoal com os subordinados.
- Utilizar-se de posição hierarquicamente superior para expor colaboradores, terceiros e prestadores de serviço a situação constrangedora ou vexatória.
- Utilizar-se de posição hierarquicamente superior para expor colaboradores, terceiros e prestadores de serviço a situação constrangedora ou vexatória e faltar com respeito no trato pessoal com os subordinados.
- Aproveitar-se de ocasiões e/ou do ambiente de trabalho para constranger colaboradores em busca de oportunidade de relacionamentos amorosos ou sexuais.



5 SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO E DE DADOS PESSOAIS

- Usar dados de clientes para emitir cartão ou para fazer qualquer transação sem seu consentimento.
- Compartilhar senhas ou credenciais de acesso a sistemas.
- Usar dados e informações internas e confidenciais do Magalu sem prévia autorização da liderança responsável pela informação.
- Deixar de cumprir com as orientações de Segurança da Informação.

Manual de Integridade, a Política de Presentes, Brindes e Hospitalidades, a Política de Neutralização de Conflitos de Interesse, a Política de Gestão de Riscos e a Política de Análise e Monitoramento de Integridade de Terceiros.

O combate à corrupção, um dos princípios inegociáveis da Companhia, está formalizado no Código de Ética e Conduta e no Manual Anticorrupção. Todos os processos com potencial risco de corrupção pública são mapeados e auditorias internas semestrais são realizadas.

A atuação preventiva inclui treinamentos regulares sobre combate à corrupção para todos os colaboradores, com conteúdos específicos para aqueles que interagem diretamente com agentes públicos. Em 2024, 100% dos colaboradores receberam comunicações sobre as políticas e os procedimentos anticorrupção por meio dos canais internos, como os sistemas de TV e rádio corporativos, além de e-mail e Workplace.

Na trilha de onboarding, novos colaboradores participam dos treinamentos de Integridade, que incluem os Inegociáveis e abordam o tema da corrupção. A alta direção, incluindo os membros do Conselho de Administração, também passou por treinamento específico em dezembro de 2024. Ao longo do ano, o Magalu registrou 4.195 colaboradores treinados no curso de Anticorrupção oferecido no Portal do Saber, plataforma interna de aprendizagem. Os Agentes de Integridade, colaboradores indicados pelos líderes das áreas para serem pontos focais da Diretoria de Compliance, Integridade e Prevenção à Lavagem de Dinheiro em suas respectivas áreas, dão suporte à disseminação da cultura de integridade na Companhia, reforçando o conteúdo do treinamento de Combate à Corrupção com suas equipes, com 2.107 pessoas treinadas no último ano.

Em 2024, o Magalu não registrou casos de corrupção pública, mas identificou três casos de natureza privada, sendo dois relacionados a recebimento

indevido e um de fraude. Todos os casos foram devidamente apurados e as sanções cabíveis foram aplicadas, proporcionais à gravidade de cada infração, em conformidade com a Política de Consequências do Programa de Integridade do Magalu.

CANAIS DE DENÚNCIA

O Magalu mantém canais específicos para que qualquer pessoa possa relatar preocupações ou violações às normas do Programa de Integridade. Os principais são o Disque Luiza, um canal direto com a presidente do Conselho de Administração, Luiza Helena Trajano; o Canal de Denúncias; e o Canal da Mulher.

Operado por uma empresa externa e independente, o Canal de Denúncias permanece disponível 24 horas por dia, todos os dias do ano, com acesso pela internet ou pelo telefone. As denúncias podem ser feitas de forma anônima ou identificada, com garantia de proteção contra retaliações. A apuração

GRI 2-28

PARTICIPAÇÃO EM ASSOCIAÇÕES

O Magalu faz parte das seguintes entidades ligadas ao setor de varejo e aos temas de integridade e sustentabilidade

- Acordo Ambiental de São Paulo (Cetesb)
- Alliance for Integrity (Afin)
- Fecomércio
- Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+
- Grupo Mulheres do Brasil
- Iniciativa Empresarial pela Igualdade Racial
- Instituto para o Desenvolvimento do Varejo (IDV)
- Movimento Mulher 360
- Movimento pela Equidade Racial (Mover)
- Pacto Global - ONU
- Programa Brasileiro GHG Protocol

PADRÕES PARA FORNECEDORES

Parceiros comerciais devem respeitar princípios e normas exigidos pelo Magalu

A aplicação dos princípios e valores do Magalu também alcança fornecedores e parceiros. A Política de Análise e Monitoramento de Integridade de Terceiros reúne os critérios de avaliação de fornecedores, que passam por análise rigorosa antes da formalização de qualquer parceria.

Para se relacionar com a Companhia, os parceiros comerciais devem assumir formalmente os princípios e as regras do Código de Conduta de Fornecedores, que envolve normas éticas, legais e de responsabilidade socioambiental, além da legislação trabalhista, ambiental, de concor-

rência e anticorrupção.

O documento pressupõe o respeito aos direitos humanos na cadeia de valor, com a coibição de trabalho infantil, discriminação, assédio, abuso e qualquer forma de trabalho análogo à escravidão, além de vincular os serviços do fornecedor à garantia de condições dignas de trabalho, segurança e saúde para os colaboradores.

Na área ambiental, fornecedores devem cumprir a legislação aplicável, minimizar impactos negativos e otimizar o uso de recursos naturais. Além disso, a política reforça a proibição da

venda de produtos falsificados, bem como práticas de concorrência desleal. O respeito à propriedade intelectual e a prevenção de conflitos de interesse também são exigidos.

O Magalu adota tolerância zero para corrupção, suborno e financiamento de atividades ilícitas. Exige o cumprimento da legislação anticorrupção e a aplicação de medidas contra a lavagem de dinheiro. Também impõe aos fornecedores o respeito à Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) e a obrigação de assegurar a segurança das informações.



CLIQUE E ASSISTA AO VÍDEO QUE EXPLICA A FUNÇÃO DE CADA CANAL DE DENÚNCIA

segue diretrizes rígidas, conforme estabelecido na Política de Consequência.

Em 2024, o Canal de Denúncias registrou 1.033 denúncias de violação ao Programa de Integridade, número inferior ao de 2023 (1.222). A redução reflete a nova segmentação do serviço, que passou a direcionar casos de proteção de dados e reclamações de clientes para canais específicos, como o Canal de Privacidade. Todas as manifestações recebidas no último ano foram analisadas e respondidas.

Casos de discriminação recebem tratamento prioritário, com aplicação de medidas disciplinares e ações de acolhimento às vítimas. Em 2024, o canal registrou 34 denúncias de discriminação, ante 27 em 2023. Todos os casos foram avaliados, e planos de remediação foram iniciados no decorrer do ano.

PROTEÇÃO À MULHER

Criado em 2017, o Canal da Mulher foi desenvolvido para oferecer suporte às colaboradoras vítimas de

violência doméstica e familiar. Ele permite que qualquer pessoa relate, de forma identificada ou anônima, situações de risco enfrentadas por qualquer mulher do Magalu, garantindo que os casos sejam apurados e que as vítimas recebam o devido apoio da Companhia.

Uma empresa terceirizada recebe as manifestações e as encaminha à área responsável. O canal conta com um comitê interno que analisa cada caso e acompanha seu desfecho até que a vítima rompa o ciclo de violência ou que o agressor seja julgado pela Justiça. Durante o processo, a empresa utiliza ferramentas públicas, como a Delegacia de Defesa da Mulher e as redes municipais de suporte à mulher.

O Magalu também oferece apoio adicional às vítimas, como auxílio para mudança de residência, possibilidade de transferência para outra unidade de trabalho (para garantir o afastamento do agressor) e suporte alimentar. Em 2024, o canal recebeu 138 manifestações. No ano anterior, foram 172.

CANAIS DE DENÚNCIA

O Magalu mantém diversos canais para manifestações de preocupações ou denúncias de violações ao seu Programa de Integridade



DISQUE LUIZA

Canal de denúncias direto com a presidente do Conselho de Administração da Companhia.

Telefone: (16) 3711-2068

E-mail: luizahelena@magazineluiza.com.br



VIOLAÇÕES AO PROGRAMA DE INTEGRIDADE

Operado por uma empresa independente e especializada, 24x7, esse canal pode ser utilizado de forma anônima por qualquer colaborador ou terceiro que deseje reportar uma situação de não conformidade com a legislação ou com o Código de Ética e Conduta da Companhia. Todas as denúncias são avaliadas e investigadas, com a garantia de anonimato e de proteção aos denunciantes contra eventuais retaliações.

Telefone: 0800 792 1007

E-mail: magazineluiza@canalconfidencial.com.br

Site: <https://canalconfidencial.com.br/magazineluiza/>



CANAL DA MULHER

O canal é aberto para ouvir não só as colaboradoras vítimas de violência doméstica como também qualquer colaborador disposto a informar à Companhia sobre colegas, lideranças e subordinadas submetidas a essa situação.

Telefone: 0800 741 0009

E-mail: denuncia@canalmulhermagazineluiza.com.br



OUTROS CANAIS

O Magalu mantém também canais para manifestações sobre questões éticas específicas, como proteção de marcas, produtos irregulares anunciados no marketplace e proteção de dados pessoais.

GRI 2-16 | 2-24

GESTÃO DE RISCOS

O Magalu mantém uma Política de Gestão de Riscos que estabelece diretrizes para identificar, analisar e monitorar riscos que possam impactar a Companhia. O modelo adotado segue as melhores práticas internacionais — com a inclusão de recomendações da OCDE (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico), da norma ISO 31000:2018 e dos princípios do COSO (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission) —, com o objetivo de aumentar a probabilidade de alcance das metas estratégicas, otimizar o uso de recursos, melhorar a governança e garantir transparência para os stakeholders.

O monitoramento de diversos tipos de risco (veja quadro) é feito por meio de um processo estruturado de gestão que envolve a alta administração e seus Comitês de Assessoramento (*descritos na pág. 78*). A matriz de riscos é constantemente atualizada e acompanhada, o que assegura o alinhamento às diretrizes estratégicas e aos níveis de tolerância definidos pelo Conselho de Administração.

A Companhia reporta os riscos decorrentes das mudanças climáticas em suas operações, seguindo as recomendações da Força-Tarefa sobre Divulgações Financeiras Relacionadas ao Clima (TCFD) (*ver págs. 61-63*). Além disso, implantou processos para evitar o relacionamento com terceiros não idôneos

que apresentam riscos relevantes, como os sociais e os ambientais (*ver págs. 87-88*).

Os riscos — de compliance, negócios, operacionais, cibernéticos e socioambientais — são mapeados e analisados com base na probabilidade de ocorrência e na possível repercussão para o negócio, inclusive em relação à imagem e à reputação do Magalu. Cada decisão considera os benefícios, os impactos adversos e os riscos associados.

PROCESSO DECISÓRIO

Os Comitês de Assessoramento enviam relatórios mensais ao Conselho de Administração com os temas trabalhados, os aspectos críticos identificados e as recomendações de ação. As decisões sobre as recomendações enviadas são tomadas por maioria simples dentro dos Comitês, cabendo ao Coordenador de cada um deles o voto de qualidade em caso de empate. Além disso, os membros dos Comitês podem agendar reuniões com a Diretoria Executiva sempre que necessário, além de solicitar informações e documentos diretamente relacionados às suas atribuições.

Para fortalecer a resiliência organizacional, o Magalu publicou diretrizes internas a fim de assegurar, prontamente, a continuidade ou o restabelecimento dos processos críticos para o negócio, em caso de incidentes graves ou de desastres, e também para as aplicações consideradas essenciais às atividades da empresa.

Além disso, a Companhia mantém um Comitê de Gestão de Crise, responsável por monitorar e responder a eventuais adversidades para garantir uma comunicação eficaz com os stakeholders e a imprensa. O Magalu fortalece continuamente sua estrutura de gestão de riscos e alinha seus processos às melhores práticas de mercado para garantir eficiência, transparência e sustentabilidade no longo prazo.

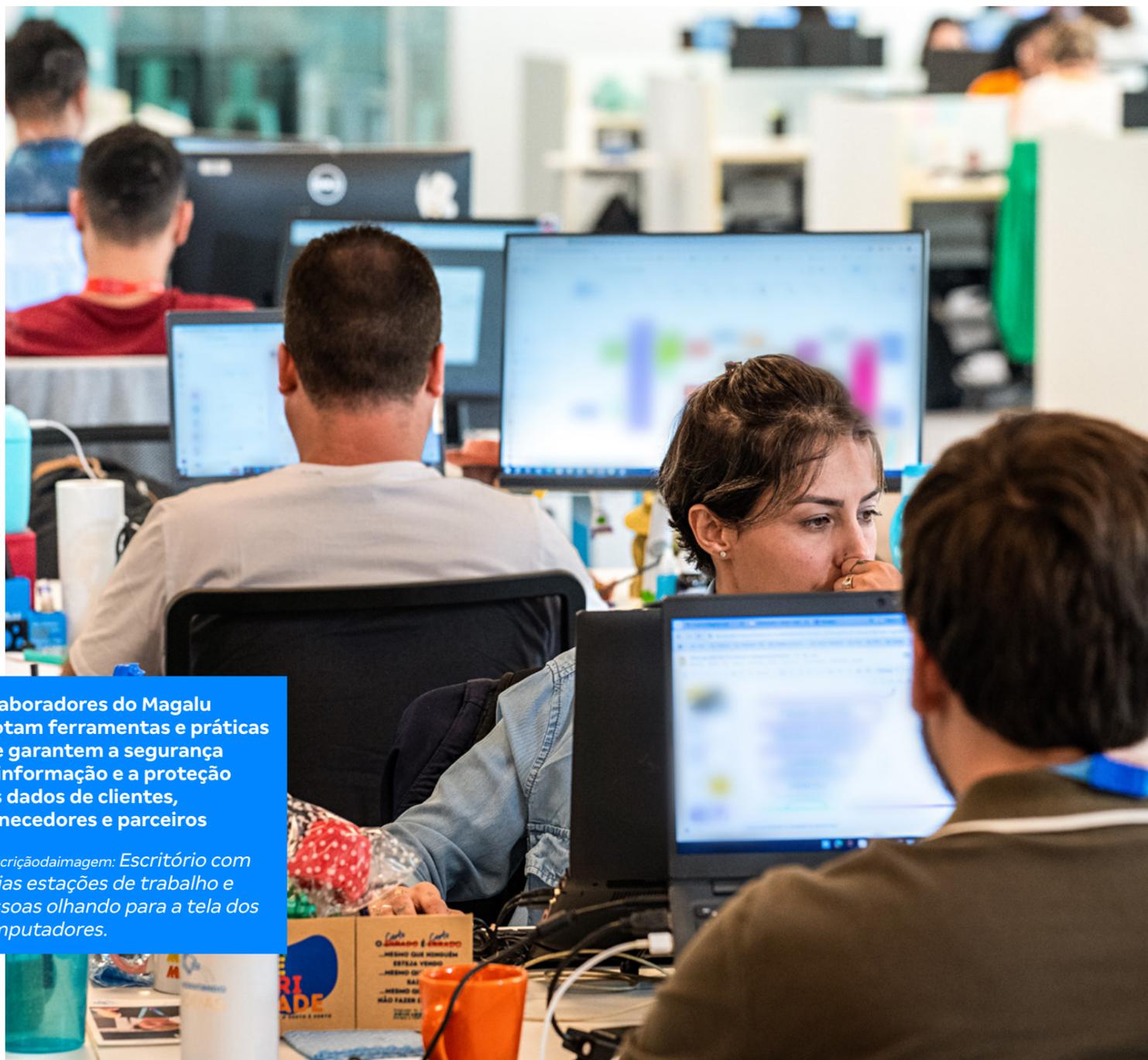


TIPOS DE RISCOS MONITORADOS

- **Negócio:** Concorrência, mudanças no varejo, transformação digital e adaptação a novas tendências.
- **Crédito:** Inadimplência dos clientes e parceiros financeiros.
- **Mercado:** Influências macroeconômicas, como inflação, consumo e tendências do setor.
- **Cambial:** Impacto da variação do câmbio nos custos e nos preços dos produtos.
- **Taxa de Juro:** Alterações nas taxas de juro que afetam os custos financeiros e o poder de compra dos consumidores.
- **Regulatórios e Legais:** Mudanças em leis e regulamentações, com ênfase na legislação tributária e trabalhista.
- **Ambiental:** Exigências de licenciamento ambiental, gestão de resíduos e impacto nas mudanças climáticas.
- **Compliance:** Adesão a normas anticorrupção e governança corporativa.
- **Proteção de Dados:** Segurança cibernética e conformidade com a LGPD.
- **Tecnológico:** Falhas nos sistemas, ataques cibernéticos e dependência de tecnologia.
- **Cadeia de Suprimentos:** Dependência de fornecedores e riscos logísticos.
- **Imagem e Reputação:** Percepção do público, ações sociais e ESG.
- **Trabalhista:** Relação com funcionários, terceirização e conformidade trabalhista.
- **Financeiro e de Liquidez:** Gestão de fluxo de caixa, endividamento e acesso a crédito.
- **Operacional:** Problemas em lojas físicas, centros de distribuição e e-commerce.
- **Pandêmico e Sanitário:** Impactos de pandemias ou crises sanitárias nas operações.
- **Propriedade Intelectual:** Proteção de marcas, patentes e direitos autorais.

GRI 3-3 | 418-1
SASB CG-MR-230a.1 | CG-MR-230a.2

SEGURANÇA E PRIVACIDADE DE DADOS



Colaboradores do Magalu adotam ferramentas e práticas que garantem a segurança da informação e a proteção dos dados de clientes, fornecedores e parceiros

#descriçãodaimagem: Escritório com várias estações de trabalho e pessoas olhando para a tela dos computadores.

Com o expressivo aumento do fluxo de dados nas relações comerciais, a segurança da informação e a proteção de dados se tornaram pilares da confiança digital. Deixaram de ser diferencial para assumir o centro da estratégia. Em 2024, a América Latina enfrentou uma escalada sem precedentes de ataques cibernéticos. Segundo a empresa de segurança cibernética Fortinet, foram 921 trilhões de atividades maliciosas detectadas na região. O Brasil lidera o ranking, com 38,73% das tentativas — o equivalente a 356 bilhões de ataques, número seis vezes superior ao registrado no ano anterior.

O Magalu adota práticas rigorosas para garantir a segurança de seus sistemas e a proteção das informações de clientes, colaboradores, fornecedores e parceiros. Esse compromisso está formalizado em um conjunto de documentos que definem princípios como transparência, minimização de dados, segurança, não discriminação e uso compatível com a finalidade informada. As diretrizes também atendem aos princípios da concorrência leal e aos requisitos da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD).

A Companhia faz uso de diversas tecnologias para monitorar e prevenir ataques cibernéticos, compatíveis com seu nível de exposição. Também realiza avaliações de risco de seus prestadores de serviços com base em boas práticas e frameworks de segurança da informação reconhecidos pelo mercado, com o objetivo de avaliar a maturidade em segurança dessas empresas. Nesse sentido, aplica aos parceiros um questionário fundamentado nas normas ISO 27001/27002 e nas diretrizes da Série 800 do NIST (National Institute of Standards and Technology).

AVANÇOS NO ANO

Em 2024, o Magalu registrou avanços importantes em segurança da informação. A equipe dedicada foi ampliada de 34 para 59 profissionais, e a governança fortalecida com a chegada de um novo diretor. A Companhia também adotou novas ferramentas para monitorar as vulnerabilidades e responder a elas com eficácia.

Uma dessas ferramentas realiza varreduras na rede e análises de configuração para identificar eventuais problemas e apoiar a priorização de correções. Outra medida importante foi a substituição da ferramenta de análise de segurança em códigos de desenvolvimento. A nova solução permite que os próprios desenvolvedores identifiquem e corrijam vulnerabilidades durante a construção dos sistemas, antes que cheguem ao ambiente de produção.

No ano, a Netshoes foi vítima de um incidente cibernético, detectado por meio das ferramentas de monitoramento, que pode ter resultado no vazamento de arquivos com dados de clientes. O incidente atingiu 196.091 pessoas — o que representa 0,61% da base ativa de clientes do Magalu —, mas não envolveu dados sensíveis e não afetou as operações da Companhia, que adotou todas as medidas necessárias para mitigar os impactos. O caso foi reportado à Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD) e aos clientes afetados, conforme a legislação.

A Gerência de Privacidade reforçou a atuação conjunta com outras áreas da Companhia, como Segurança da Informação e Tecnologia, para aprimorar os processos de gestão de acessos a sistemas. Para isso, foi constituído um grupo de trabalho dedicado a identificar fragilidades e implementar planos de ação.

GRI 2-6 | 2-23 | 2-24 | 3-3 | 408-1 | 409-1 | 414-1 | 414-2

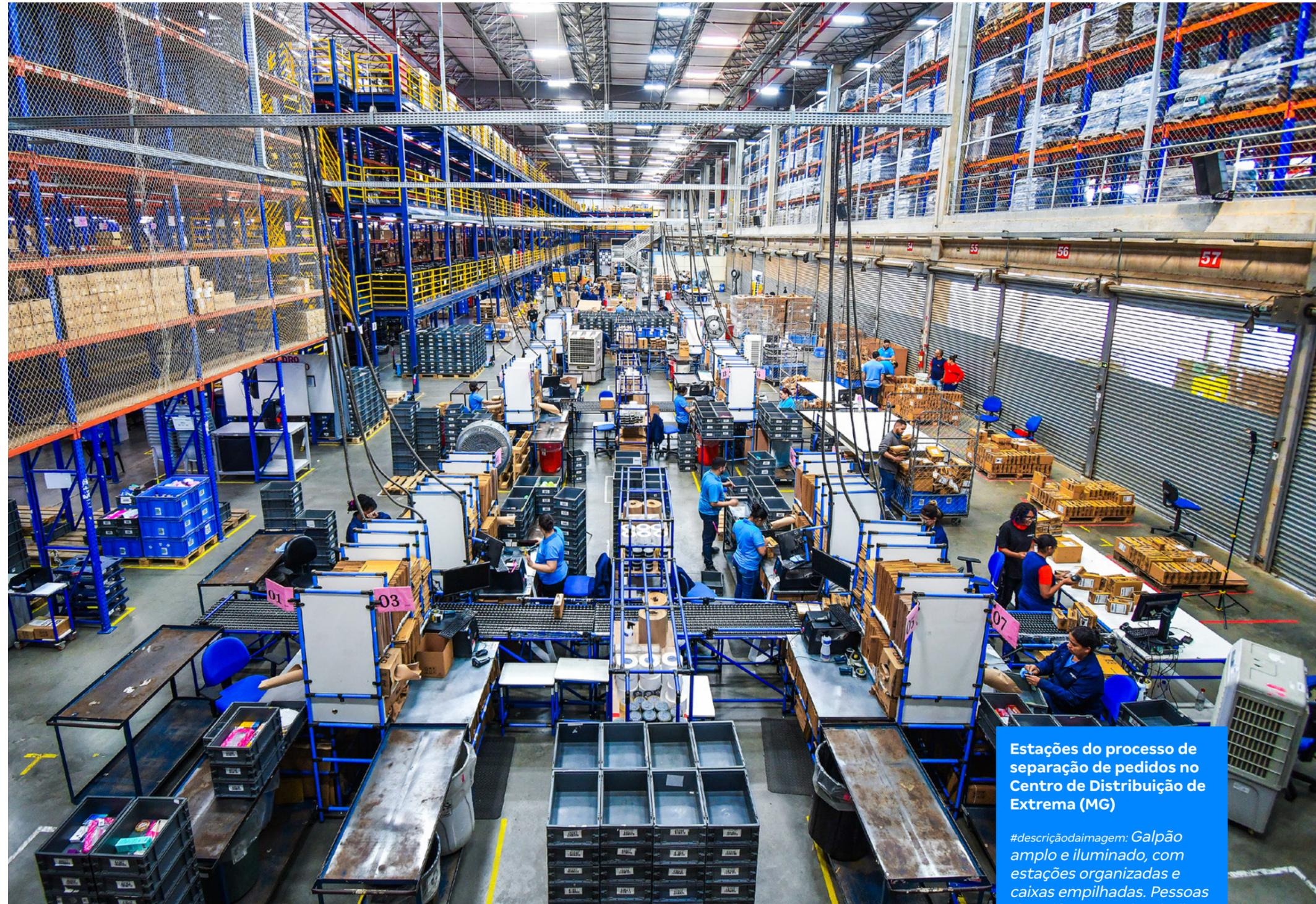
DIREITOS HUMANOS NA CADEIA DE VALOR

“Faça aos outros o que gostaria que fizessem a você” é um princípio que norteia a atuação do Magalu. O respeito irrestrito aos direitos humanos, portanto, é uma premissa em todas as operações e relações comerciais da Companhia. Esse compromisso está formalizado na Política de Direitos Humanos, que orienta a conduta do Magalu no relacionamento com fornecedores (veja quadro na pág. 88).

Para assegurar o cumprimento dessa diretriz, a empresa estruturou um processo de Análise e Monitoramento da Integridade de Terceiros, que envolve a coleta, a análise e a avaliação de informações de fornecedores, sócios e partes relacionadas.

Além de questões cadastrais, são analisados processos judiciais — com foco em processos criminais e tributários —, dívidas, sanções e a presença em listas restritivas, como acordos de leniência, a “lista suja” do trabalho escravo, notícias negativas e os cadastros CEAF (Cadastro de Expulsões da Administração Federal), CEIS (Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas), CEPIM (Cadastro de Entidades Privadas sem Fins Lucrativos Impedidas) e CNEP (Cadastro Nacional de Empresas Punidas).

Os critérios para enquadramento nesse processo consideram fatores como valor da contratação, prazo, volume de transações, natureza do bem, serviço ou atividade e eventuais alertas identificados. No Magalu, passam por essa análise os fornecedores que realizam operações superiores a 1 milhão de reais (ou o equivalente em moeda estrangeira). Na Netshoes e na Época Cosméticos são avaliados contratos acima de 100 mil reais ou



Estações do processo de separação de pedidos no Centro de Distribuição de Extrema (MG)

#descriçãodaimagem: Galpão amplo e iluminado, com estações organizadas e caixas empilhadas. Pessoas de uniforme azul trabalham em linhas de produção.



Colaboradoras organizam produtos e pedidos no CD em Minas Gerais com a ajuda de leitores de códigos de barras

#descriçãodaimagem: Três mulheres de uniforme trabalham lado a lado em um corredor com prateleiras. No primeiro plano, uma delas manuseia caixas e utiliza um coletor de dados.

que tenham atingido esse valor na soma dos últimos seis meses. Nas demais empresas do grupo, o valor para enquadramento é de 50 mil reais.

Algumas categorias de fornecedores são analisadas independentemente do valor da contratação, devido à sua natureza sensível. Isso inclui serviços de segurança patrimonial, logística, obras, gráficas, consultorias, influenciadores digitais, doações e patrocínios. O mesmo vale para fornecedores estrangeiros, de países como China e Tailândia. Em 2024, o Magalu deixou de atuar diretamente no segmento de moda, que também fazia parte dessa lista. Até então a Companhia exigia dos fornecedores desse setor a certificação ABVTEX, concedida pela Associação Brasileira do Varejo Têxtil. Considerando a atuação de sua coligada Netshoes no setor de moda, o segmento fará parte dos novos procedimentos de gestão de riscos da cadeia.

Em 2024, todos os fornecedores novos, aqueles com renovação de contrato, alteração de CNPJ ou que atingiram critérios específicos de elegibilidade passaram por análise de integridade, totalizando 2.982 empresas. Essas análises indicaram que quatro fornecedores nacionais apresentavam riscos de impacto social negativo, envolvendo discriminação de gênero, racial e más condições de

trabalho. Em decorrência disso, a área contratante de um desses fornecedores optou por não dar segmento ao contrato. Nos demais casos, diante da impossibilidade de substituição por outro fornecedor naquele momento, foram efetuadas as contratações e as empresas permanecem em monitoramento ostensivo pelo Magalu.

Além da análise de integridade, o Magalu monitora seus fornecedores tendo em vista aspectos de sustentabilidade na cadeia de valor. No ano passado, cinco fornecedores dos segmentos considerados de risco pela Companhia — móveis, transportes e fornecedores estrangeiros — passaram por essa avaliação específica, realizada por meio de auditoria apartada ou registrada no Supplier Ethical Data Exchange (Sedex), plataforma internacional online que monitora fornecedores em relação a direitos trabalhistas e questões de saúde, segurança e meio ambiente. Com base nessas auditorias, identificamos que dois fornecedores estrangeiros desconsideraram princípios internacionais sobre condições dignas de trabalho, seja por falta de equipamentos de proteção individual, seja por jornadas excessivas. As irregularidades identificadas foram objeto de correção imediata ou de plano de ação para correção, e todas foram corrigidas em momento anterior à conclusão do relatório da auditoria, realizada por um ente externo ao Magazine Luiza.

VALORES QUE ORIENTAM A RELAÇÃO COM FORNECEDORES

O que a Política de Direitos Humanos do Magalu exige que a empresa faça

- Estabeleça relações com fornecedores e parceiros que estejam alinhados aos princípios e valores do Magalu, promovendo uma cadeia de suprimentos responsável, transparente e ética desde a origem.
- Exija o respeito aos direitos humanos em toda a cadeia, por meio da inclusão de cláusulas específicas nos contratos e da apresentação de documentação que comprove o cumprimento das legislações trabalhistas e sociais vigentes.
- Atue de forma proativa diante de qualquer indício de violação aos direitos humanos, notificando formalmente o parceiro envolvido, exigindo ações corretivas e reparadoras. Caso as ações não sejam implementadas, a relação comercial deve ser encerrada.
- Garanta que parceiros também façam uma seleção criteriosa de seus próprios fornecedores, de forma a assegurar que todos ajam conforme a legislação trabalhista e os padrões éticos estabelecidos no Código de Ética e Conduta do Grupo Magalu.
- Incentive o desenvolvimento profissional de colaboradores na cadeia de fornecimento e combata ativamente toda forma de discriminação no ambiente de trabalho, seja por raça, gênero, orientação sexual, deficiência, seja por qualquer outra condição.
- Exija o pagamento de remuneração justa e suficiente para garantir a dignidade humana, o respeito às jornadas de trabalho previstas em lei, a liberdade de associação sindical e o direito à negociação coletiva por parte de todos os fornecedores.
- Jamais faça parceria com empresas que utilizem trabalho forçado, infantil, análogo ao escravo ou que não atuem de forma clara e efetiva no combate à exploração sexual de crianças e adolescentes.

ANEXOS

- Anexos
- Sumário de Conteúdo GRI
- Sumário de Conteúdo SASB
- Relatório de Asseguração
- Contatos

ANEXOS

GESTÃO DE RISCOS

GRI 2-27

Em 2024, não foram registrados casos relevantes de não conformidade com leis e regulamentos, tampouco condenações definitivas da Companhia que tenham resultado na aplicação de multas iguais ou superiores a 50 milhões de reais.

REMUNERAÇÃO

GRI 2-20 | 2-21 | 202-1

A relação entre a remuneração* anual total do indivíduo mais bem pago e a média anual dos demais empregados foi de 37,70 em 2024, considerando a soma de remuneração fixa, variável e benefícios. Em 2023, essa diferença era de 42,25. A redução dessa diferença ocorreu porque o indivíduo mais bem pago não recebeu reajuste salarial no período, enquanto os demais empregados tiveram suas remunerações ajustadas.

O menor salário pago pela organização é o salário mínimo nacional, que, em 2024, era de R\$ 1.412**, conforme decreto do governo federal*. O valor mínimo é válido para homens e mulheres em regime de jornada integral de 220 horas mensais (não considera intermitentes, aprendizes, estagiários e acordos coletivos de categorias específicas).

Confira detalhes sobre a remuneração dos Conselheiros e da Diretoria, incluindo os valores totais pagos em 2024 (mínimo, média e máximo) no [Formulário de Referência](#) (itens 8.1, 8.2 e 8.15).

* INCLUI AS EMPRESAS MAGAZINE LUIZA, MAGALOG, NETSHOES, ÉPOCA COSMÉTICOS, LUIZALABS, JOVEM NERD, ESTANTE VIRTUAL, HUB FINTECH, LUIZA RESOLVE, AIQFOME LTDA., CANALTECH E MAGALU CLOUD.

** DISPONÍVEL EM: [HTTPS://WWW.PLANALTO.GOV.BR/CCIVIL_03/ATO2023-2026/2023/DECRETO/D11864.HTM](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2023-2026/2023/decreto/d11864.htm).

GERAÇÃO DE VALOR

GRI 201-1

Valor econômico gerado e distribuído (em R\$ milhares)

	2022	2023	2024
A. Valor econômico gerado*	43.737.551	43.951.244	46.932.928
B. Valor econômico distribuído**	43.233.614 ¹	43.795.645	46.484.211
C. Valor econômico retido***	503.937 ¹	155.599	448.717

* RECEITAS.

** CUSTOS OPERACIONAIS, SALÁRIOS E BENEFÍCIOS, PAGAMENTOS AO GOVERNO E INVESTIMENTOS NA COMUNIDADE.

** VALOR ECONÔMICO DIRETO GERADO MENOS VALOR ECONÔMICO DISTRIBUÍDO.

¹ A INFORMAÇÃO FOI CORRIGIDA E AJUSTADA PARA ALINHAMENTO COM AS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS DA EMPRESA (GRI 2-4).

Discriminação do valor distribuído¹ (em R\$ milhares)

	2022	2023	2024
Custos operacionais	33.937.216	33.907.444	35.657.515 ²
Salários e benefícios de empregados	3.071.579	3.018.554	3.138.622
Pagamentos a provedores de capital	2.295.677	1.885.863	2.318.399
Pagamentos ao governo	3.929.142	4.983.784	5.369.675
Total	43.233.614	43.795.645	46.484.211

¹ CONFIRA INFORMAÇÕES SOBRE VALORES INVESTIDOS EM COMUNIDADES NAS PÁGS. 53-55.

² INCLUI DEPRECIÇÃO E AMORTIZAÇÕES.

NOSSOS COLABORADORES

GRI 2-30

ACORDOS DE NEGOCIAÇÃO COLETIVA

Todos os colaboradores do Magalu* (100%) estão cobertos por acordos de convenção coletiva. No entanto, em relação às regras de dissídio salarial, o índice é de 97,5%, uma vez que desconsidera os trabalhadores com salários hipersuficientes, que seguem a política interna de remuneração e o ciclo de meritocracia. Aprendizes e estagiários não estão incluídos nesse cálculo.

* EXCLUÍDAS AS COLIGADAS, CUJOS DADOS ESTÃO EM PROCESSO DE INTEGRAÇÃO.

GRI 404-1

MÉDIA DE HORAS DE TREINAMENTO, POR GÊNERO

Média de horas de treinamento, por gênero^{1,2,3*}

	2022	2023	2024
Masculino	12,46	9,47	11,13
Feminino	14,41	11,13	14,15
Total	13,43	10,28	12,58

¹ O CÁLCULO DE HORAS DE TREINAMENTO CONSIDERA A BASE DE EMPREGADOS DE MAGALU E SUAS COLIGADAS, CONSÓRCIO LUIZA E KABUM! EM DEZEMBRO DE 2024.

² CONSIDERANDO O APERFEIÇOAMENTO DA GESTÃO DE PESSOAS DO GRUPO MAGALU E A VARIAÇÃO NA INSERÇÃO DAS EMPRESAS COLIGADAS NO ESCOPO DO INDICADOR ENTRE OS ANOS REPORTADOS, OS RESULTADOS DE 2022 E 2023 NÃO SÃO COMPARÁVEIS COM OS NÚMEROS DE 2024.

³ A PLATAFORMA PORTAL DO SABER CONTABILIZA AS HORAS DE TREINAMENTO POR PESSOA QUE CONCLUÍU CADA CURSO DISPONIBILIZADO.

* O CÁLCULO DE HORAS CONSIDERA 83% DOS TREINAMENTOS REALIZADOS PELOS COLABORADORES DO ECOSISTEMA MAGALU EM 2024, DADO QUE UMA PARCELA DO REGISTRO DESSAS CAPACITAÇÕES AINDA ESTÁ EM PROCESSO DE INTEGRAÇÃO À PLATAFORMA PORTAL DO SABER, COM CONCLUSÃO PREVISTA PARA 2025.

Média de horas de treinamento, por cargo funcional^{1 2 3}

	2022	2023	2024
Presidência e vice-presidência	-	0,25	0,63
Direção	0,46	7,59	10,82
Gerência	30,16	24,41	37,46
Coordenação	19,3	16,34	18,67
Administrativo	8,3	3,30	4,62
Operacional	14,26	10,80	12,96
Aprendiz	3,53	3,35	6,64
Estagiário	13,25	17,50	8,83
Intermitente	0	0,68	0,44
Total	13,43	10,17	12,58

¹ O CÁLCULO DE HORAS DE TREINAMENTO CONSIDERA A BASE DE EMPREGADOS DE MAGALU E SUAS COLIGADAS, CONSÓRCIO LUIZA E KABUM! DE DEZEMBRO DE 2024.

² CONSIDERANDO O APERFEIÇOAMENTO DA GESTÃO DE PESSOAS DO GRUPO MAGALU E A VARIAÇÃO NA INSERÇÃO DAS EMPRESAS COLIGADAS NO ESCOPO DO INDICADOR ENTRE OS ANOS REPORTADOS, OS RESULTADOS DE 2022 E 2023 NÃO SÃO COMPARÁVEIS COM OS NÚMEROS DE 2024.

³ A PLATAFORMA PORTAL DO SABER CONTABILIZA AS HORAS DE TREINAMENTO POR PESSOA QUE CONCLUÍU CADA CURSO DISPONIBILIZADO.

* O CÁLCULO DE HORAS CONSIDERA 83% DOS TREINAMENTOS REALIZADOS PELOS COLABORADORES DO ECOSISTEMA MAGALU EM 2024, DADO QUE UMA PARCELA DO REGISTRO DESSAS CAPACITAÇÕES AINDA ESTÁ EM PROCESSO DE INTEGRAÇÃO À PLATAFORMA PORTAL DO SABER, COM CONCLUSÃO PREVISTA PARA 2025.

GRI 404-3

COLABORADORES QUE PASSAM POR AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO*

Porcentagem de funcionários que receberam análise de desempenho e de desenvolvimento de carreira, por gênero¹

	2022	2023	2024 ²
Masculino	75,0%	66,3%	63,80%
Feminino	80,0%	68,1%	70,62%
Total	75,0%	67,2%	67,05%

¹ COM O APERFEIÇOAMENTO DA GESTÃO DE PESSOAS DO GRUPO MAGALU, OS RESULTADOS DE 2023 E 2024 NÃO SÃO COMPARÁVEIS COM OS NÚMEROS DE 2022. EM 2024, FORAM CONSIDERADOS NESSE CÁLCULO MAGALU E SUAS COLIGADAS, CONSÓRCIO LUIZA E KABUM!

² AS VARIAÇÕES NO NÚMERO DE COLABORADORES AVALIADOS EM 2024 OCORREM PELA DATA DE CORTE CONSIDERADA PARA O MAPEAMENTO DOS ELEGÍVEIS AO PROCESSO DE AVALIAÇÃO. EM 2023, A DATA CONSIDERADA FOI 01/06 E, EM 2024, A DATA DE CORTE FOI 01/03.

³ A AVALIAÇÃO CONDUZIDA PELA COMPANHIA, CONSIDERANDO CADA COLABORADOR INDIVIDUALMENTE, TEM UM RECORTE COMPORTAMENTAL. O PROCESSO CONSIDERA O NÍVEL DE ADERÊNCIA AOS CINCO VALORES DO MAGALU: GENTE QUE GOSTA DE GENTE, ATITUDE DE DONO, MÃO NA MASSA, SIMPLICIDADE E INOVAÇÃO, E CLIENTE EM 1º LUGAR (VEJA NA PÁG. 14), QUE SE DESDOBRAM EM DEZESSETE COMPORTAMENTOS AVALIADOS PERIODICAMENTE. AS AVALIAÇÕES DE DESEMPENHO NO ATINGIMENTO DE METAS SÃO CONDUZIDAS POR ÁREA ENVOLVIDA NAS METAS TRAÇADAS PARA O PERÍODO EM UM SISTEMA DE GESTÃO ESPECÍFICO.

GRI 401-3

LICENÇA-MATERNIDADE/PATERNIDADE

Licença parental

	2022		2023		2024	
	HOMENS	MULHERES	HOMENS	MULHERES	HOMENS	MULHERES
Funcionários com direito a licença-maternidade/paternidade no ano	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Número de funcionários que tiraram a licença no ano	354	1 058	640	1 245	563	1 046
Número de funcionários que deveriam retornar ao trabalho após o término da licença no ano ¹	354	1 057	635	972	579	932
Número de funcionários que efetivamente retornaram ao trabalho após o término da licença no ano	354	1 049	635	971	579	932
Número de funcionários que efetivamente completaram 12 (doze) meses após o retorno da licença ainda trabalhando na Companhia	418	493	383	499	358	467
Taxa de retorno²	100%	99%	100%	99,9%	100%	100%
Taxa de retenção³	65%	51%	60,3%	51,4%	56%	49%

¹ TAXA DE RETORNO = NÚMERO TOTAL DE EMPREGADOS QUE RETORNARAM AO TRABALHO APÓS A LICENÇA / NÚMERO TOTAL DE EMPREGADOS QUE DEVERIAM RETORNAR AO TRABALHO APÓS A LICENÇA X 100.

² TAXA DE RETENÇÃO = NÚMERO TOTAL DE EMPREGADOS RETIDOS 12 MESES DEPOIS DE RETORNAREM AO TRABALHO APÓS A LICENÇA / NÚMERO TOTAL DE EMPREGADOS QUE RETORNARAM DA LICENÇA NO(S) PERÍODO(S) DE RELATO ANTERIOR(ES) X 100.

GRI 405-2

RAZÃO ENTRE O SALÁRIO E A REMUNERAÇÃO DE MULHERES E HOMENS

Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens¹

	2023		2024	
	SALÁRIO-BASE	REMUNERAÇÃO	SALÁRIO-BASE	REMUNERAÇÃO
Diretoria	0,95	0,93	1,01	1,42
Gerência	0,92	0,86	0,85	0,85
Coordenação	0,93	1,0	0,78	0,89
Administrativo	0,72	0,73	0,67	0,77
Operacional	0,74	0,75	0,97	0,98
Aprendiz ²	0,96	0,96	1,02	0,98
Estagiário ²	0,88	0,89	0,91	0,93

¹ PARA O CÁLCULO DA RAZÃO ENTRE O SALÁRIO-BASE DE HOMENS E MULHERES FOI UTILIZADO O SOMATÓRIO DE SALÁRIOS FEMININOS / SOMATÓRIO DE SALÁRIOS MASCULINOS REFERENTES A DEZEMBRO DE 2024. O CÁLCULO DE REMUNERAÇÃO SEGUIU O MESMO MODELO. SÃO CONSIDERADOS PARA CÁLCULO AS EMPRESAS MAGALU, CONSÓRCIO LUIZA E KABUM!

² OS VALORES DIFERENTES APRESENTADOS PARA APRENDIZ E ESTAGIÁRIO OCORREM DEVIDO A VALORES DIFERENCIADOS PARA A ÁREA DE TI E PAGAMENTOS DE HORAS EXTRAS.

GRI 405-1

DIVERSIDADE ÉTNICA (%)

Diversidade categoria funcional, por grupos minoritários (%)

	BRANCOS	PRETOS E PARDOS	INDÍGENAS	AMARELOS	NÃO INFORMADO
Conselhos e comitês*	100,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Presidência	100,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Vice-presidência	66,67	33,33	0,00	0,00	0,00
Direção	68,09	8,51	0,00	1,06	22,34
Gerência	49,32	37,32	0,20	2,24	10,93
Coordenação	37,27	41,13	0,26	1,61	19,73
Administrativo	51,45	23,25	0,04	1,61	23,65
Operacional	33,28	50,32	0,41	1,36	14,64
Aprendiz	41,94	49,82	0,36	1,08	6,80
Estagiário	55,81	37,21	0,00	4,65	2,33
Total de intermitentes	33,88	55,08	0,49	1,21	9,33
Total geral	36,96	46,07	0,35	1,43	15,19

GRI 405-1

Diversidade categoria funcional, por gênero (%)

	HOMENS	MULHERES
Conselhos e comitês*	69	31
Presidência	100	0
Vice-presidência	100	0
Direção	77	23
Gerência	57	43
Coordenação	54	46
Administrativo	59	41
Operacional	51	49
Aprendiz	51	49
Estagiário	37	63
Total de intermitentes	44	56
Total	52	48

GRI 405-1

Diversidade categoria funcional, por idade (%)

	<30 ANOS	DE 30 A 50 ANOS	>50 ANOS
Conselhos e comitês*	0	19	81
Presidência	0	100	0
Vice-presidência	0	100	0
Direção	0	80	20
Gerência	13	81	7
Coordenação	32	64	4
Administrativo	40	58	2
Operacional	42	50	8
Aprendiz	100	0	0
Estagiário	100	0	0
Total de intermitentes	82	15	3
Total	45	49	6

RESÍDUOS E EMBALAGENS

GRI 306-4

Total de resíduos desviados da disposição final (t)

TIPO DE RESÍDUO	2022	2023	2024
Água de bateria	2,0	27,0	15,0
Caixas de gordura e/ou óleos alimentares	30,6	87,2	26,0
Caixas separadoras de água e óleo	-	1,0	-
Efluentes com resíduos da oficina	-	19,1	-
Eletrônicos da operação	28,8	29,5	31,0
EPIs da operação	2,5	1,3	3,3
Estopas/panos/papéis contaminados	9,3	2,8	6,0
Fossas ¹	1.106,2	246,6	3,0
Isopor	9,0	15,0	18,0
Lâmpadas	1,1	-	1,0
Madeira	272,4	404,1	337,9
Metais	82,4	151,5	51,0
Misturas de resíduo reciclável	6.494,4	6.494,5	6.338,8
Óleos lubrificantes	4,2	1,2	6,0
Orgânicos	92,4	81,5	70,9
Papelão/papel	2.927,9	2.615,6	1.549,3
Plástico	358,1	601,4	896,0
Pneus inservíveis	-	5,1	-
Podas ou resíduos de varrição	25,0	321,0	-
Produtos avariados e devolvidos	593,5	892,9	583,8
Rejeitos	-	30,3	40,0
Uniformes	7,6	4,5	4,7
Vidro	10,8	14,1	20,0
Toners	1,3	-	-
Óleos e gorduras alimentares	32,2	-	-
EPIs e uniformes contaminados	0,1	-	-
Baterias	2,4	-	-
Total	12.093,8	11.757,7	10001,7

¹ REDUÇÃO SIGNIFICATIVA, POIS O JARDIM FILTRANTE DO CD DE BENEVIDES (PA) COMEÇOU A OPERAR.

GRI 301-1 | 301-2

Volume de materiais utilizados e percentual de materiais reciclados utilizados

MATERIAL	QUANTIDADE UTILIZADA (t)	2023		QUANTIDADE UTILIZADA (t)	2024	
		QUANTIDADE PROVENIENTE DE RECICLAGEM (t)	PERCENTUAL DE RECICLAGEM (%)		QUANTIDADE PROVENIENTE DE RECICLAGEM (t)	PERCENTUAL DE RECICLAGEM (%)
FONTES RENOVÁVEL						
Papel/papelão	2.007,81	1.504,14	74,91	2.196,17	1.435,61	65,37
Plástico*	26,33	-	-	34,08	-	-
FONTES NÃO RENOVÁVEL						
Plástico	698,12	135,39	19,39	817,24	175,04	21,42
Metal	0,40	-	-	0,38	-	-

* REFERENTE ÀS SACOLAS FEITAS DE BIOPLÁSTICO DE CANA-DE-AÇÚCAR (RESINA I'M GREEN).

GRI 306-3

Total de resíduos gerados, por composição (t)

	2022	2023	2024		2022	2023	2024
RESÍDUOS PERIGOSOS							
Água de bateria	1,9	27,0	15,0	EPIs da operação	2,5	-	3,0
Caixa separadora de água e óleo	6,8	6,8	2,0	Fossas	110,7	246,6	3,0
Efluentes com resíduos da oficina	2,3	19,1	-	Isopor	8,9	15,0	18,0
Estopas/panos/papéis contaminados	17,1	2,8	11,0	Madeira	290,8	463,4	345,9
Lâmpadas	1,1	0,9	1,0	Metais	82,4	151,5	51,0
Óleos lubrificantes	4,2	1,2	6,0	Misturas de resíduo reciclável	6.496,5	6.459,5	6.338,8
Produtos avariados e devolvidos	68,9	41,8	40,0	Orgânicos	431,4	370,5	955,9
Resíduos de ambulatório	-	0,002	0,0039	Papelão/papel	2.939,7	2.615,6	1.549,3
Baterias	2,4	-	-	Plástico	360,2	261,9	896,0
EPIs e uniformes contaminados	0,1	-	0,3	Podas ou resíduos de varrição	103,6	338,9	115,0
Materiais de incêndio	-	-	3,8	Produtos avariados e devolvidos	727,8	803,7	543,8
Subtotal	104,8	98,8	79,1	Rejeitos	3.433,9	3.217,4	3.219,0
RESÍDUOS NÃO PERIGOSOS							
Caixas de gordura e/ou óleos alimentares	30,5	87,2	26,0	Uniformes	1,2	4,5	4,7
Eletrônicos da operação	28,8	29,5	31,0	Vidro	31,3	20,7	26,0
Entulhos/concreto	1,7	-	-	Toners	3,2	-	-
				Subtotal	16.117,4	15.509,7	14.126,4
				Total de resíduos gerados (perigosos + não perigosos)	16.186,4	15.608,4	14.205,5

GRI 306-4

Total de resíduos desviados da disposição final, por tipo de operação de recuperação (t)

	2022	2023	2024
RESÍDUOS PERIGOSOS			
Reciclagem	3,5	37,7	36,0
Blendagem para coprocessamento, rerrefino e descontaminação	41,5	51,6	32,3
RESÍDUOS NÃO PERIGOSOS			
Reutilização	4,7	-	20,0
Reciclagem	10.589,8	11.166,6	9.762,5
Blendagem para coprocessamento, rerrefino e descontaminação	1.454,4	502,1	151,0
Total	12.093,9	11.757,7	9.933,5

GRI 306-5

Total de resíduos enviados à disposição final, por método de disposição (t)

	2022	2023	2024
RESÍDUOS PERIGOSOS			
Incineração	52,0	8,7	0,0039
Aterro	7,9	0,8	10,8
RESÍDUOS NÃO PERIGOSOS			
Incineração	189,7	-	-
Aterro	3.878,8	3.841,6	4.192,9
Total	4.128,4	3.850,1	4.203,8

SUMÁRIO DE CONTEÚDO GRI

Declaração de uso GRI 1 usada O Magazine Luiza relatou com base nas Normas GRI para o período de 1º de janeiro de 2024 a 31 dezembro de 2024. GRI 1: Fundamentos 2021

NORMA GRI	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO	ODS
GRI 2: Conteúdos Gerais 2021	2-1 Detalhes da organização	A Magazine Luiza S.A. – Magalu – é uma Companhia privada de capital aberto na Bolsa de Valores de São Paulo – a B3 – e opera em todo o Brasil. Sua sede fica na cidade de Franca, no Estado de São Paulo. Veja o mapa de operação na página 17.	-
	2-2 Entidades incluídas no relato de sustentabilidade da organização	Este relatório considerou todas controladas da Companhia, conforme constam nas Demonstrações Financeiras (Nota Explicativa 13) . No Formulário de Referência , item 6.5, há detalhamento do grupo econômico. Leia mais nas páginas 4 (Sobre o Relatório) e 15 (que apresenta o ecossistema Magalu).	-
	2-3 Período de relato, frequência e ponto de contato	De 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2024. Dúvidas ou sugestões: sustentabilidade@magazineluiza.com.br . Leia mais na página 4.	-
	2-4 Reformulações de informações	Mudanças nas informações, quando houve, são apontadas em nota junto dos indicadores.	-
	2-5 Verificação externa	Este relatório foi submetido à asseguuração por terceira parte independente. Leia mais na página 4. A Carta de Asseguuração está publicada na página 103.	-
	2-6 Atividades, cadeia de valor e outras relações comerciais	Págs. 15, 24, 40, 87	-
	2-7 Funcionários	Pág. 44	8 e 10
	2-8 Trabalhadores que não são funcionários	Pág. 44	8
	2-9 Estrutura e composição da governança	Pág. 75	5 e 16
	2-10 Nomeação e seleção do principal órgão de governança	Pág. 75	5 e 16
	2-11 Presidente do principal órgão de governança	Pág. 75	16

NORMA GRI

CONTEÚDO

LOCALIZAÇÃO

ODS

2-12 Papel do principal órgão de governança na supervisão da gestão de impactos

Fazem parte das atribuições do Conselho de Administração a orientação estratégica e a supervisão de sua execução, fiscalizar a gestão dos Diretores, apreciar os resultados trimestrais das operações, aprovar os orçamentos anuais e plurianuais, os projetos de expansão e os programas de investimento, entre outras. Leia mais sobre a atuação do Conselho a partir da página 75.

16

2-13 Delegação de responsabilidade na gestão de impactos

Pág. 75

-

2-14 Papel do principal órgão de governança no relatório de sustentabilidade

A Diretoria Executiva de Gestão de Pessoas, Reputação e Sustentabilidade é o órgão responsável pela aprovação deste Relatório Integrado e por garantir que todos os tópicos materiais tenham sido abordados; que todas as empresas do grupo tenham sido englobadas; e que as diretrizes de sustentabilidade da holding estejam refletidas nas operações das empresas parceiras.

-

2-15 Conflitos de interesse

Pág. 75

16

2-16 Comunicado sobre questões críticas

Acionistas e outros agentes do mercado e indivíduos podem acessar a área de Relações com Investidores para comunicar preocupações ou contatar diretamente os Comitês de Assessoramento da Companhia, órgãos competentes para levar ao Conselho de Administração as preocupações críticas mapeadas. Além disso, os Comitês de Assessoramento repassam relatórios mensais ao Conselho de Administração sobre os temas trabalhados e as preocupações críticas identificadas. Como parte do processo de matriz de riscos, a Auditoria Interna e o Comitê de Auditoria, Riscos e Compliance acompanham 15 temas de preocupação, que são avaliados periodicamente e têm seu status relatado ao Conselho de Administração. O Grupo Magalu ainda disponibiliza diversos instrumentos para que seus diversos stakeholders possam reportar suas preocupações, reclamações ou até mesmo fazer denúncias. Isso inclui canais específicos para receber queixas sobre venda de produtos ilegais ou que violem o direito de propriedade. Leia mais nas páginas 81, 85.

-

2-17 Conhecimento coletivo do principal órgão de governança

Pág. 75

-

2-18 Avaliação do desempenho do principal órgão de governança

O processo é coordenado pelo Comitê de Pessoas e Cultura Organizacional. Leia mais na página 75.

-

NORMA GRI	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO	ODS
	2-19 Políticas de remuneração	Pág. 75	-
	2-20 Processo para determinar a remuneração	Págs. 75, 90	-
	2-21 Proporção da remuneração total anual	Pág. 90	-
	2-22 Declaração sobre estratégia de desenvolvimento sustentável	Pág. 7	-
	2-23 Compromissos da política	Págs. 81, 87	16
	2-24 Incorporação de compromissos de política	Págs. 81, 85, 87	-
	2-25 Processos para reparação dos impactos negativos	Pág. 81	-
	2-26 Mecanismos para consulta e levantamento de questões	Pág. 81	16
	2-27 Cumprimento das leis e regulamentos	Pág. 90	-
	2-28 Filiação em associações	Págs. 81, 93	-
	2-29 Abordagem ao engajamento do stakeholder	Págs. 36, 38	-
	2-30 Acordos de negociação coletiva	Pág. 90	16

TEMAS MATERIAIS

GRI 3: Temas Materiais 2021	3-1 Processo de definição de temas materiais	Pág. 37	-
	3-2 Lista de temas materiais	Pág. 37	-

ÉTICA E TRANSPARÊNCIA

GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	Pág. 81	-
GRI 201: Desempenho Econômico 2016	201-1 Valor econômico direto gerado e distribuído	Pág. 90	8 e 9
GRI 205: Combate à Corrupção 2016	205-1 Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	Pág. 85	16
	205-3 Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	Pág. 81	16

GESTÃO E DESENVOLVIMENTO DE COLABORADORES

GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	Pág. 47	-
GRI 404: Capacitação e Educação 2016	404-1 Média de horas de capacitação por ano, por empregado	Págs. 47, 90	4, 5, 8 e 10
	404-2 Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e de assistência para transição de carreira	Pág. 47	8

NORMA GRI

CONTEÚDO

LOCALIZAÇÃO

ODS

404-3 Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira

Pág. 91

8 e 10

DIVERSIDADE E INCLUSÃO

GRI 3: Temas Materiais 2021

3-3 Gestão dos temas materiais

Pág. 50

-

GRI 401: Emprego 2016

401-3 Licença-maternidade/paternidade

Pág. 91

5 e 8

GRI 405: Diversidade e igualdade de oportunidades 2016

405-1 Diversidade em órgãos de governança e empregados

Págs. 44, 75, 92

5 e 8

405-2 Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens

Pág. 91

5, 8 e 10

GRI 202: Presença no mercado 2016

202-1 Proporção entre o salário mais baixo e o salário mínimo local, com discriminação por gênero

Pág. 90

1, 5 e 8

202-2 Proporção de membros da diretoria contratados na comunidade local

100% dos membros da alta direção são brasileiros.

8

SATISFAÇÃO DE CLIENTES

GRI 3: Temas Materiais 2021

3-3 Gestão dos temas materiais

Pág. 28

-

NPS

Pág. 29

-

SEGURANÇA E PRIVACIDADE DE DADOS

GRI 3: Temas Materiais 2021

3-3 Gestão dos temas materiais

Pág. 86

-

GRI 418: Privacidade do cliente 2016

418-1 Queixas comprovadas relativas a violação da privacidade e perda de dados de clientes

Pág. 86

16

INCLUSÃO DIGITAL E EMPREENDEDORISMO

GRI 3: Temas Materiais 2021

3-3 Gestão dos temas materiais

Pág. 40

-

NORMA GRI	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO	ODS
GRI 203: Impactos Econômicos Indiretos 2016	203-1 Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços	Pág. 40	5
	203-2 Impactos econômicos indiretos significativos	Pág. 40	1 e 8
GRI 413: Comunidades locais 2016	413-1 Operações com engajamento, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento voltados para a comunidade local	Pág. 53	-
	413-2 Operações com impactos negativos significativos – reais e potenciais – nas comunidades locais	O Magalu desenvolve ações de relacionamento com a comunidade, conforme descrito nas páginas 53-55. No entanto, ainda não realizou um levantamento formal dos potenciais impactos negativos indiretos em áreas próximas às suas operações. Para 2025, a Companhia prevê a implementação de um sistema de gestão socioambiental que incluirá, entre outros aspectos, a avaliação de riscos e impactos nos principais sites e novas infraestruturas, além do estabelecimento de uma estrutura de engajamento com stakeholders.	1

DIREITOS HUMANOS NA CADEIA DE VALOR

GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	Pág. 87	-
GRI 406: Não Discriminação 2016	406-1 Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas	Pág. 85	5 e 8
GRI 408: Trabalho Infantil 2016	408-1 Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil	Fornecedores dos segmentos logísticos e de moda e fornecedores estrangeiros são as principais categorias em que a empresa avalia risco potencial de violação dos direitos humanos. Leia mais na página 87.	8 e 16
GRI 409: Trabalho Forçado ou Análogo ao Escravo 2016	409-1 Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo	Fornecedores dos segmentos logísticos e de moda e fornecedores estrangeiros são as principais categorias em que a empresa avalia risco potencial de violação dos direitos humanos. Leia mais na página 87.	8
GRI 410: Práticas de Segurança 2016	410-1 Pessoal de segurança capacitado em políticas ou procedimentos de direitos humanos	100% do pessoal de segurança de lojas e escritórios do Magalu recebeu treinamento formal sobre as políticas e os procedimentos da organização relativos aos direitos humanos e à sua aplicação na segurança. O treinamento é semestral e ministrado para todos os colaboradores de segurança terceirizados neste escopo, que não considera centros de distribuição e escritórios de empresas coligadas.	16

NORMA GRI

CONTEÚDO

LOCALIZAÇÃO

ODS

CONSUMO E PRODUTOS RESPONSÁVEIS

GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	Pág. 87	-
GRI 414: Avaliação social de fornecedores 2016	414-1 Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais	Pág. 87	8 e 16
	414-2 Impactos sociais negativos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas	Pág. 87	8 e 16

EMBALAGENS E RESÍDUOS

GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	Pág. 64	-
GRI 301: Materiais 2016	301-1 Materiais utilizados, discriminados por peso ou volume	Págs. 64, 93	8 e 12
GRI 306: Resíduos 2020	301-2 Matérias-primas ou materiais reciclados utilizados	Págs. 64, 93	8 e 12
	306-1 Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos	Pág. 64	3, 6, 11 e 12
	306-2 Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos	Pág. 64	3, 6, 8, 11 e 12
	306-3 Resíduos gerados	Pág. 93	11
	306-4 Resíduos não destinados para disposição final	Págs. 64, 90, 93	3, 11 e 12
	306-5 Resíduos destinados para disposição final	Pág. 93	3, 11 e 12

USO DE RECURSOS NATURAIS

GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	Pág. 70	-
GRI 302: Energia 2016	302-1 Consumo de energia dentro da organização	Págs. 70, 72	7, 8, 12 e 13
	302-2 Consumo de energia fora da organização	Págs. 70, 72	7, 8, 12 e 13
	302-3 Intensidade energética	Pág. 70	7, 8, 12 e 13
	302-4 Redução do consumo de energia	Em 2024, nas operações do Magalu houve redução do consumo de energia de 4.874,01 GJ, considerando combustível e eletricidade.	7, 8, 12 e 13
GRI 303: Água e efluentes 2018	303-1 Interações com a água como um recurso compartilhado	Pág. 70	6
	303-5 Consumo de água	Pág. 70	6

NORMA GRI

CONTEÚDO

LOCALIZAÇÃO

ODS

MUDANÇAS CLIMÁTICAS

GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	Pág. 57	-
GRI 305: Emissões 2016	305-1 Emissões diretas (Escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE)	Pág. 57	3, 12, 13, 14, 15
	305-2 Emissões indiretas (Escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia	Pág. 57	3, 12, 13, 14, 15
	305-3 Outras emissões indiretas (Escopo 3) de gases de efeito estufa (GEE)	Pág. 57	3, 12, 13, 14, 15
	305-4 Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	Pág. 57	13, 14 e 15
	305-5 Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	Pág. 57	13 e 14

SUMÁRIO DE CONTEÚDO SASB

VAREJO

TÓPICO	CÓDIGO	MÉTRICA	RESPOSTA/PÁGINA
Gerenciamento de energia no varejo & distribuição	CG-MR-130a.1	(1) Energia total consumida, (2) porcentagem de eletricidade do mercado livre, (3) porcentagem de energia renovável	Pág. 70
Segurança de dados	CG-MR-230a.1	Descrição da abordagem para identificar e lidar com riscos de segurança de dados	Pág. 86
	CG-MR-230a.2	(1) Número de violações de dados, (2) porcentagem envolvendo informações de identificação pessoal (PII), (3) número de clientes afetados	Pág. 86
Práticas Trabalhistas	CG-MR-310a.1	(1) Salário médio por hora e (2) porcentagem de empregados nas lojas que recebem salário mínimo, por região	Em 2024, o salário médio por hora foi de R\$ 12,73. O percentual de empregados que não recebem salário mínimo é menor do que 0,5% nas regiões Centro-Oeste, Nordeste e Sudeste.
	CG-MR-310a.2	(1) Taxa de rotatividade voluntária e (2) involuntária para funcionários da loja	Em 2024, a taxa de rotatividade voluntária foi de 38,8%. E a involuntária foi de 40,1%. Em 2023, esses percentuais eram de 32,7% e de 37,5%, respectivamente. Os valores de 2023 foram revistos para melhorar a aderência ao indicador, considerando a rotatividade nas lojas e nos centros de distribuição. Para o turnover, é feito o seguinte cálculo: Taxa de turnover = ((TT admitidos+TT demitidos)/2)/Total do quadro de dezembro do ano anterior ao vigente.
	CG-MR-310a.3	Valor total de perdas monetárias resultantes de processos judiciais associados a violações da lei trabalhista	Detalhes sobre processos trabalhistas podem ser consultados nos itens 4.4 e 4.7 do Formulário de Referência . Leia mais sobre gestão de pessoas a partir da página 47.

TÓPICO	CÓDIGO	MÉTRICA	RESPOSTA/PÁGINA
Diversidade e Inclusão da Força de Trabalho	CG-MR-330a.1	Porcentagem de representação de gênero e grupo étnico/racial para (1) gestão e (2) todos os outros funcionários	Pág. 44
	CG-MR-330a.2	Valor total de perdas monetárias resultantes de processos judiciais associados à discriminação no emprego	Não houve condenações em trânsito em julgado resultantes de processos judiciais associados à discriminação no emprego.
Fornecimento, embalagem e marketing de produtos	CG-MR-410a.1	Receita de produtos de terceiros certificados com padrões de sustentabilidade ambiental e/ou social	Pág. 40
	CG-MR-410a.2	Discussão de processos para avaliar e gerir riscos e/ou perigos associados a produtos químicos em produtos	O Magalu adota uma série de processos para avaliar e gerir os riscos e os perigos associados a produtos químicos em seus produtos. Entre os quais mantém Fichas de Dados de Segurança (FDS) nas operações, que fornecem informações para a gestão de acidentes; Kits de Equipamentos de Proteção Individual (EPIs) específicos para combate a acidentes. Além disso, a Companhia implementa um procedimento de gradeamento dos aerossóis para evitar acidentes com fluidos pressurizados, minimizando o risco de incidentes relacionados a produtos químicos. A separação em categorias de produtos é realizada para prevenir contaminações cruzadas, especialmente em produtos regulados pela Anvisa, assegurando que os produtos sejam armazenados e distribuídos de maneira adequada e segura.
	CG-MR-410a.3	Discussão de estratégias para reduzir o impacto ambiental das embalagens	Pág. 64
Métricas de atividade	CG-MR-000.A	Número de: (1) lojas e (2) centros de distribuição	1.245 lojas, 21 CDs e 175 cross-dockings, sendo no total 196 unidades logísticas.
	CG-MR-000.B	Área total de: (1) lojas e (2) centros de distribuição	Lojas – área de vendas: 686.976 m². Área de armazenagem total: 958.806 m².



RELATÓRIO DE ASSEGURAÇÃO LIMITADA DOS AUDITORES INDEPENDENTES

KPMG Auditores Independentes Ltda.
Rua Verbo Divino, 1400, Conjunto Térreo ao 801 - Parte,
Chácara Santo Antônio, CEP 04719-911, São Paulo - SP
Caixa Postal 79518 - CEP 04707-970 - São Paulo - SP - Brasil
Telefone +55 (11) 3940-1500
kpmg.com.br

Relatório de asseguração limitada dos auditores independentes

Ao Conselho de Administração e Acionistas do
Magazine Luiza S.A.
Franca - SP

Relatório de asseguração limitada dos auditores independentes sobre as informações ambientais, sociais e de governança (ASG) constantes no Relatório Anual Integrado de Sustentabilidade do Magazine Luiza S.A. referente ao exercício findo em 31 de dezembro de 2024

Conclusão

Realizamos um trabalho de asseguração limitada sobre as informações ambientais, sociais e de governança (ASG) constantes no "Relatório Anual Integrado de Sustentabilidade" ("Relatório") do Magazine Luiza S.A. ("Companhia") referente ao exercício findo em 31 de dezembro de 2024 preparadas com base nas normas da *Global Reporting Initiative (GRI Standards)*, no *Sustainability Accounting Standards Board (SASB)*, na Orientação Técnica CPC 09 – Relato Integrado (que tem correlação à Estrutura Conceitual Básica do Relato Integrado, elaborada pelo *International Integrated Reporting Council – IIRC*), e com os controles internos da Companhia aplicáveis ("Critérios").

Com base nos procedimentos executados e nas evidências obtidas, não temos conhecimento de nenhum fato que nos leve a acreditar que as informações ambientais, sociais e de governança (ASG) constantes no "Relatório Anual Integrado de Sustentabilidade" do Magazine Luiza S.A. referente ao exercício findo em 31 de dezembro de 2024 não foram preparadas, em todos os aspectos relevantes, com base nas normas da *Global Reporting Initiative (GRI Standards)*, no *Sustainability Accounting Standards Board (SASB)*, na Orientação Técnica CPC 09 – Relato Integrado (que tem correlação à Estrutura Conceitual Básica do Relato Integrado, elaborada pelo *International Integrated Reporting Council – IIRC*) e com os controles internos da Companhia aplicáveis.

Base para a conclusão

Conduzimos nosso trabalho de acordo com a NBC TO 3000 (revisada) – Trabalhos de Asseguração Diferente de Auditoria e Revisão e a ISAE 3000 (revised) – *Assurance engagements other than audits or reviews of historical financial information*, emitidas pelo Conselho Federal de Contabilidade (CFC) e *International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB)*, respectivamente. Nossas responsabilidades em relação a essas normas estão descritas mais detalhadamente na seção "Nossas responsabilidades" do relatório.



Cumprimos com os requisitos de independência e outros requisitos éticos do Código de Ética Profissional do Contador e das Normas Profissionais (incluindo as Normas de Independência) emitidos pelo Conselho Federal de Contabilidade (CFC) baseados nos princípios fundamentais de integridade, objetividade, competência profissional e devido zelo, confidencialidade e comportamento profissional.

Nossa firma aplica a NBC PA 01 Gestão de Qualidade para Firmas (Pessoas Jurídicas e Físicas) de Auditores Independentes e o *International Standard on Quality Management (ISQM) 1, Quality Management for Firms that Perform Audits or Reviews of Financial Statements, ou Other Assurance or Related Services Engagements, emitidas pelo CFC e IAASB*, respectivamente. Essa norma requer que a firma elabore, implemente e opere um sistema de gestão de qualidade, incluindo políticas ou procedimentos relativos ao cumprimento de requisitos éticos, normas profissionais e requisitos legais e regulatórios aplicáveis.

Acreditamos que as evidências obtidas são suficientes e apropriadas para fundamentar a nossa conclusão.

Responsabilidades da administração da Companhia pelo Relatório

A administração da Companhia é responsável pelo(a):

- desenho, a implementação e a manutenção dos controles internos relevantes para a preparação das informações constantes no Relatório que estão livres de distorção relevante, independente se devido a fraude ou erro;
- seleção dos critérios adequados para a preparação das informações constantes no Relatório e a referência apropriada aos critérios utilizados ou descrição desses critérios; e
- preparação e apresentação adequada das informações constantes no Relatório de acordo com os critérios.

Nossas Responsabilidades

Somos responsáveis por:

- planejar e executar o trabalho para obter uma asseguração limitada sobre se as informações constantes no Relatório da Companhia referente ao exercício findo em 31 de dezembro de 2024, preparadas com base nos Critérios estão livres de distorção relevantes, independentemente se devido a fraude ou erro;
- formar uma conclusão independente, de acordo com os procedimentos executados e nas evidências obtidas; e
- reportar nossa conclusão ao Conselho de Administração e Acionistas da Companhia.

Resumo do trabalho que executamos como base para nossa conclusão

Exercemos julgamento profissional e mantivemos o ceticismo profissional ao longo do trabalho. Desenhamos e executamos nossos procedimentos para obter evidência sobre as informações ambientais, sociais e de governança (ASG) constantes no Relatório da Companhia que é suficiente e apropriada para fornecer uma base para nossa conclusão. Nossos procedimentos selecionados dependem do nosso entendimento das informações ambientais, sociais e de governança (ASG) constantes no Relatório da Companhia e de outras circunstâncias do trabalho, além de nossa consideração das áreas em que é provável que surjam distorções materiais. Ao realizar o trabalho, nós:

- a. planejamos os trabalhos, considerando a materialidade dos aspectos para as atividades da Companhia, a relevância das informações divulgadas, o volume de informações quantitativas e qualitativas e dos sistemas operacionais e de controles internos que serviram de base para a elaboração das informações constantes no Relatório;
- b. obtivemos o entendimento da metodologia de cálculos e dos procedimentos para a compilação dos indicadores por meio de indagações e entrevistas com os gestores responsáveis pela elaboração das informações;
- c. realizamos procedimentos analíticos sobre as informações quantitativas e indagações sobre as informações qualitativas e sua correlação com os indicadores divulgados nas informações constantes no Relatório;
- d. para os casos em que os dados não financeiros se correlacionem com indicadores de natureza financeira, realizamos a comparação desses indicadores com as demonstrações financeiras; e
- e. avaliamos o processo para a elaboração do Relatório e da sua estrutura e conteúdo, com base nos Critérios.

Os procedimentos realizados em um trabalho de asseguração limitada variam em termos de natureza e época, e sua extensão é restrita (menos extensa) do que em trabalho de asseguração razoável. Assim, o nível de segurança obtido em um trabalho de asseguração limitada é substancialmente menor do que a segurança que teria sido obtida caso um trabalho de asseguração razoável tivesse sido realizado.

São Paulo, 08 de agosto de 2025.

KPMG Auditores Independentes Ltda.
CRC 2SP-014428/O-6


 Luis Claudio de Oliveira Guerreiro
 Contador CRC-RJ 093679/O-1

KPMG Auditores Independentes Ltda., uma sociedade simples brasileira, de responsabilidade limitada e firma-membro da organização global KPMG de firmas-membro independentes licenciadas da KPMG International Limited, uma empresa inglesa privada de responsabilidade limitada.

KPMG Auditores Independentes Ltda., a Brazilian limited liability company and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee.

KPMG Auditores Independentes Ltda., uma sociedade simples brasileira, de responsabilidade limitada e firma-membro da organização global KPMG de firmas-membro independentes licenciadas da KPMG International Limited, uma empresa inglesa privada de responsabilidade limitada.

KPMG Auditores Independentes Ltda., a Brazilian limited liability company and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee.



RELATÓRIO ANUAL INTEGRADO E DE SUSTENTABILIDADE 2024

COORDENAÇÃO

Diretoria de Reputação e Sustentabilidade
sustentabilidade@magazineluiza.com.br

APOIO

Diretoria de Relações com Investidores
Auditoria Corporativa
Diretoria de Gestão de Pessoas

PRODUÇÃO DE CONTEÚDO

NOVA PR Comunicação Digital
contato@novapr.com.br

CONSULTORIA DE INDICADORES

Michele Silva e Thatiele Moura

Saiba mais sobre nosso compromisso com a sustentabilidade:

[Política de Sustentabilidade](#)

[Código de Ética e Conduta](#)

[Política de Direitos Humanos](#)

[Política de Diversidade e Inclusão](#)