



Relatório Anual e de Sustentabilidade 2023

MAGALU

1 APRESENTAÇÃO

Sobre o Relatório	4
Destaques ESG	5
Mensagem da diretoria	6
Estratégia sustentável	8
Matriz de materialidade	9
Conexão com os <i>stakeholders</i>	10

2 QUEM SOMOS

O exemplo de Tia Luiza	12
Resultados financeiros	14
Ecosistema	17
Valor gerado	18
Nossa influenciadora	19
Nossos colaboradores	21
Satisfação do cliente	23
Prêmios e reconhecimentos	26

3 COMO TRABALHAMOS

Governança	30
Ética e transparência	36
Gestão de riscos	40
Segurança e privacidade	41
Direitos humanos na cadeia de valor	42



4 COMO INCLUÍMOS

Inclusão digital e empreendedorismo	45
Gestão e desenvolvimento de pessoas	49
Diversidade e inclusão	52
Doação e investimento social privado	56

5 O QUE FAZEMOS PELO PLANETA

Mudanças climáticas	59
Embalagens e resíduos	65
Uso de recursos naturais	69

6 ANEXOS

Anexos	72
Sumário de conteúdo GRI	75
Índice de conteúdo dos indicadores SASB	80
Contatos	82



Apresentação

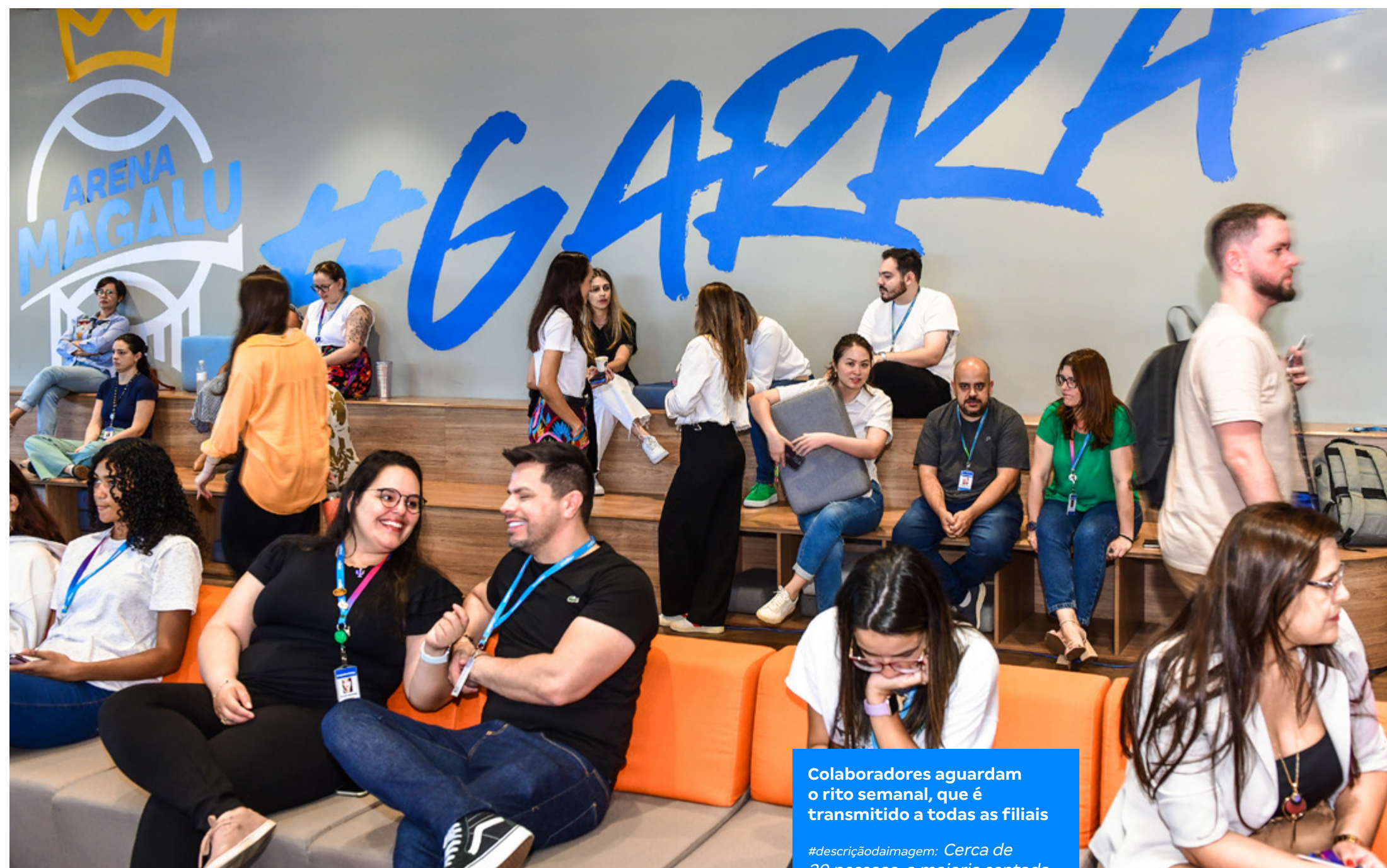
- Sobre o Relatório
 - Destaques ESG
- Mensagem da diretoria
- Estratégia sustentável
- Matriz de materialidade
- Conexão com os *stakeholders*

APRESENTAÇÃO

Este relatório anual, o 13º publicado pelo Magalu, é uma prestação de contas a nossos *stakeholders* do desempenho que tivemos, em diversas dimensões, de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2023. Mais do que uma demonstração de transparência, esta publicação é uma ferramenta que nos ajuda a aprimorar nosso desempenho nos pilares ESG. Ao consolidar os impactos frente a nossos diversos públicos, permite identificar oportunidades de melhoria em áreas como eficiência energética, gestão de resíduos, responsabilidade social e governança corporativa.

Em 2023, colocamos em prática diversas iniciativas que reforçam nossa estratégia de sustentabilidade. Avançamos no uso de energias renováveis, reduzimos as emissões de carbono decorrentes do transporte e da distribuição de produtos e promovemos práticas de economia circular. Além disso, ratificamos nosso compromisso histórico com a diversidade e a inclusão ao incentivar grupos de afinidade e ao desenvolver programas de apoio às mulheres, uma de nossas causas históricas. O relacionamento com as comunidades nas quais estamos presentes foi fortalecido por meio de investimentos em projetos sociais que beneficiam milhares de pessoas, sobretudo as mais vulneráveis.

Sabemos que o caminho para a sustentabilidade é árduo, contínuo e sem volta. Estamos determinados a avançar com transparência e responsabilidade, como é característico de nossa cultura. Agradecemos a nossos colaboradores, clientes, *sellers*, fornecedores e demais *stakeholders* que compartilham conosco essa jornada. Boa leitura.



Colaboradores aguardam o rito semanal, que é transmitido a todas as filiais

#descriçãodaimagem: Cerca de 20 pessoas, a maioria sentada e vestida informalmente, ocupa uma sala espaçosa. Na parede, ao fundo, há uma grande figura com uma coroa e os dizeres "Arena Magalu" e "#Garra"

PADRÕES UTILIZADOS NA PRESTAÇÃO DE CONTAS DESTE RELATÓRIO

- Global Reporting Initiative (GRI)
- Sustainability Accounting Standards Board (SASB)
- Relatório Integrado (RI)
- Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)

DESTAQUES ESG

Ao longo de 2023, o Magalu consolidou seu compromisso com as práticas ESG com iniciativas que tiveram impacto positivo para a comunidade e para seus *stakeholders*. A Companhia avançou na área ambiental com o aumento do uso de matéria-prima reciclada nas embalagens e com a redução da geração de resíduos, além da promoção de descarte correto de eletrônicos para a comunidade e da continuidade do investimento em energia renovável. Na esfera social, destacaram-se as ações de proteção às mulheres — uma causa tradicional da empresa —, as doações às comunidades em situação de vulnerabilidade e o programa Mundo Social, de venda de produtos de impacto social e ambiental no *marketplace* do Magalu. Em governança, a empresa continuou a investir em treinamentos, na capacitação de gerentes e na análise de integridade de novos fornecedores. Com essas iniciativas, o Magalu demonstra, mais uma vez, que está empenhado em lidar com os desafios da sustentabilidade no presente e em ajudar a forjar um futuro mais justo, ético e viável. Confira, ao lado, alguns dos destaques do ano.

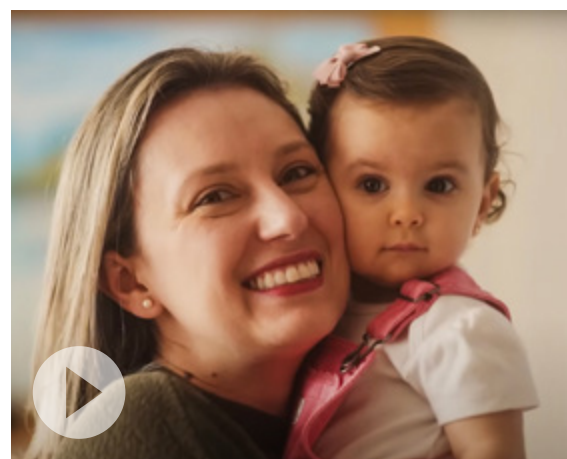
AVANÇOS EM TODAS AS FRENTES

Resultados obtidos nos pilares ambiental, social e de governança



CUIDADOS COM O PLANETA

- **100%** de uso de energia renovável nas unidades (lojas, CDs e escritório).
- **79%** das matérias-primas das embalagens provenientes de fontes renováveis e recicladas.
- **3,56%** de redução no volume total de resíduos gerados.
- **2 600** entregas feitas com veículos elétricos em periferias de São Paulo, por meio da parceria com a NaPorta.
- **16,9** toneladas de eletroeletrônicos usados ou quebrados coletados por meio de 500 pontos de entrega voluntária (PEV) em lojas de 20 estados do País.
- **32** caminhões elétricos na frota logística.



VALORIZAÇÃO DAS MULHERES

- **172** atendimentos realizados pelo Canal da Mulher.
- **162** denúncias de violência recebidas por meio do botão Justiceiras no app e encaminhadas para acompanhamento especializado.
- **2,2** milhões de reais destinados ao Fundo Magalu de Combate à Violência Contra a Mulher, beneficiando 2 763 pessoas por mês.
- **6** meses é o tempo de licença-maternidade das colaboradoras.
- **8 287** colaboradoras receberam o Cheque Mãe, subsídio para mulheres com filhos de até 11 anos.
- **27** milhões de reais investidos no benefício Cheque Mãe.



INCLUSÃO, DIVERSIDADE E ÉTICA

- **1 112** integrantes nos grupos de afinidade, que realizaram mais de 100 horas de debates.
- **651** colaboradores treinados em diversidade e inclusão.
- **100%** dos colaboradores comunicados sobre políticas e procedimentos anticorrupção.
- **100%** dos novos fornecedores submetidos à análise de integridade.



IMPACTO NA SOCIEDADE

- **5,5** milhões de reais doados em produtos, como eletrodomésticos, brinquedos e móveis, a instituições sem fins lucrativos.
- **14 274** uniformes profissionais usados coletados para a confecção de 4 172 cobertores, distribuídos a ONGs.
- **127** celulares doados ao Conexão Povos da Floresta, projeto que leva conexão de rede em banda larga a comunidades na Amazônia.
- **89** *sellers* do Mundo Social, os quais contam com taxas reduzidas e outros benefícios para vender no *marketplace* do Magalu. O faturamento desse grupo de parceiros somou 1,9 milhão de reais no ano.

GRI 2-22

A INCLUSÃO COMO LEGADO E PROPÓSITO

Em 2023, o Magalu fez um profundo movimento de introspecção, sem nunca esquecer os interesses de seu conjunto de *stakeholders*. Após dois anos de condições macroeconômicas especialmente desafiantes para o setor de varejo — uma conjunção de pico inflacionário, redução do poder de compra e alta dos juros —, ficou evidente a necessidade de olhar para dentro da operação, capturar oportunidades de aumento de eficiência, simplificar estruturas, ganhar ainda mais agilidade para lidar com cenários em mutação e, sobretudo, focar o aumento da rentabilidade como garantia de uma operação equilibrada e saudável.

Trabalhamos muito, trabalhamos duro, como sempre fizemos. E, assim, pudemos iniciar um novo ciclo de crescimento. Em 2023, as vendas totais da Companhia atingiram 63,1 bilhões de reais, com margem Ebitda de 7,2% no quarto trimestre, a maior em três anos. Nosso *marketplace*, formado por mais de 340 000 *sellers* em dezembro de 2023, respondeu por cerca de 30% de nosso faturamento total. Registramos crescimento em todos os nossos canais de vendas, aprofundamos a integração entre eles e aumentamos em 26% as receitas com serviços oferecidos por meio de nossa plataforma no último trimestre do ano.



“

Trabalhamos muito. Trabalhamos duro. Como sempre fizemos. E assim iniciamos um novo ciclo de crescimento. Em 2023, as vendas totais da Companhia atingiram 63,1 bilhões de reais, com margem Ebitda de 7,2% no quarto trimestre, a maior em três anos.”

Frederico Trajano, CEO do Magalu, durante rito semanal, na sede da Companhia

#descriçãodaimagem: Um homem branco, com camisa polo preta, fala e gesticula com um microfone na mão esquerda



Reunião de colaboradores do Centro de Distribuição em Guarulhos (SP)

#descriçãodaimagem: Cerca de 60 pessoas, na maioria homens, usando camiseta de uniforme azul, formam um círculo diante de prateleiras cheias de produtos

“

Não importam os cenários externos. Não importam os desafios que devem ser enfrentados. Não importam os ciclos econômicos. O Magalu sempre vai trabalhar para gerar valor para seus stakeholders, para a sociedade, para os brasileiros e para o Brasil.”

Nosso foco interno não impediu que nos mantivéssemos firmes em relação a nossos principais compromissos ESG. Essa coerência se traduziu, entre outras coisas, na manutenção da Companhia na carteira ISE, da B3, a Bolsa de Valores brasileira, e na inclusão do Magalu no prêmio Melhores do ESG, promovido pela revista *Exame* — um reconhecimento às nossas várias ações ambientais e sociais. Continuamos a olhar e a trabalhar pela prosperidade de nossos quase 37 000 colaboradores, das comunidades onde estamos inseridos, de nossos parceiros

de negócios e de nossos 37 milhões de clientes. Para o Magalu, esse é o genuíno significado de “inclusão”. Incluir é o nosso propósito, transmutado no que fazemos dia após dia. Entre tantas coisas que mudam na empresa, essa é imutável.

O GRANDE LEGADO

Buscar incessantemente o progresso das pessoas e do País é o grande legado de Luiza Trajano Donato, a Tia Luiza, fundadora do Magalu, que nos deixou recente-

mente, aos 97 anos. Apaixonada pela arte da venda, ela pregou, ao longo de sua vida de empreendedora, que o respeito e a honestidade nas relações não são qualidades. São obrigações.

Não importam os cenários externos. Não importam os desafios que devem ser enfrentados. Não importam os ciclos econômicos. O Magalu sempre vai trabalhar para gerar valor para seus *stakeholders*, para a sociedade, para os brasileiros e para o Brasil. Com respeito e honestidade, exatamente como nossa fundadora nos ensinou.

GRI 2-29 | 3-3

ESTRATÉGIA SUSTENTÁVEL



Uniformes usados vão para reciclagem e são transformados em cobertores para pessoas em situação de vulnerabilidade social

#descriçãodaimagem: Em um galpão, uma mulher de camiseta verde e luvas de borracha faz a vistoria das roupas, separando-as em pilhas

Para um futuro factível é fundamental um presente sustentável. Ciente de suas responsabilidades perante seus *stakeholders* e o planeta, o Magalu mantém um trabalho consistente frente aos desafios identificados em sua matriz de materialidade (veja [página 9](#)), ferramenta que auxilia na identificação dos temas de maior impacto nos negócios e na criação de valor compartilhado. Composta de 11 temas, a matriz de materialidade é uma bússola que orienta a Companhia na construção de sua Estratégia Sustentável. Além disso, é um instrumento para gerenciar riscos, visualizar oportunidades e prestar contas aos públicos de relacionamento.

COMUNICAÇÃO E INCLUSÃO

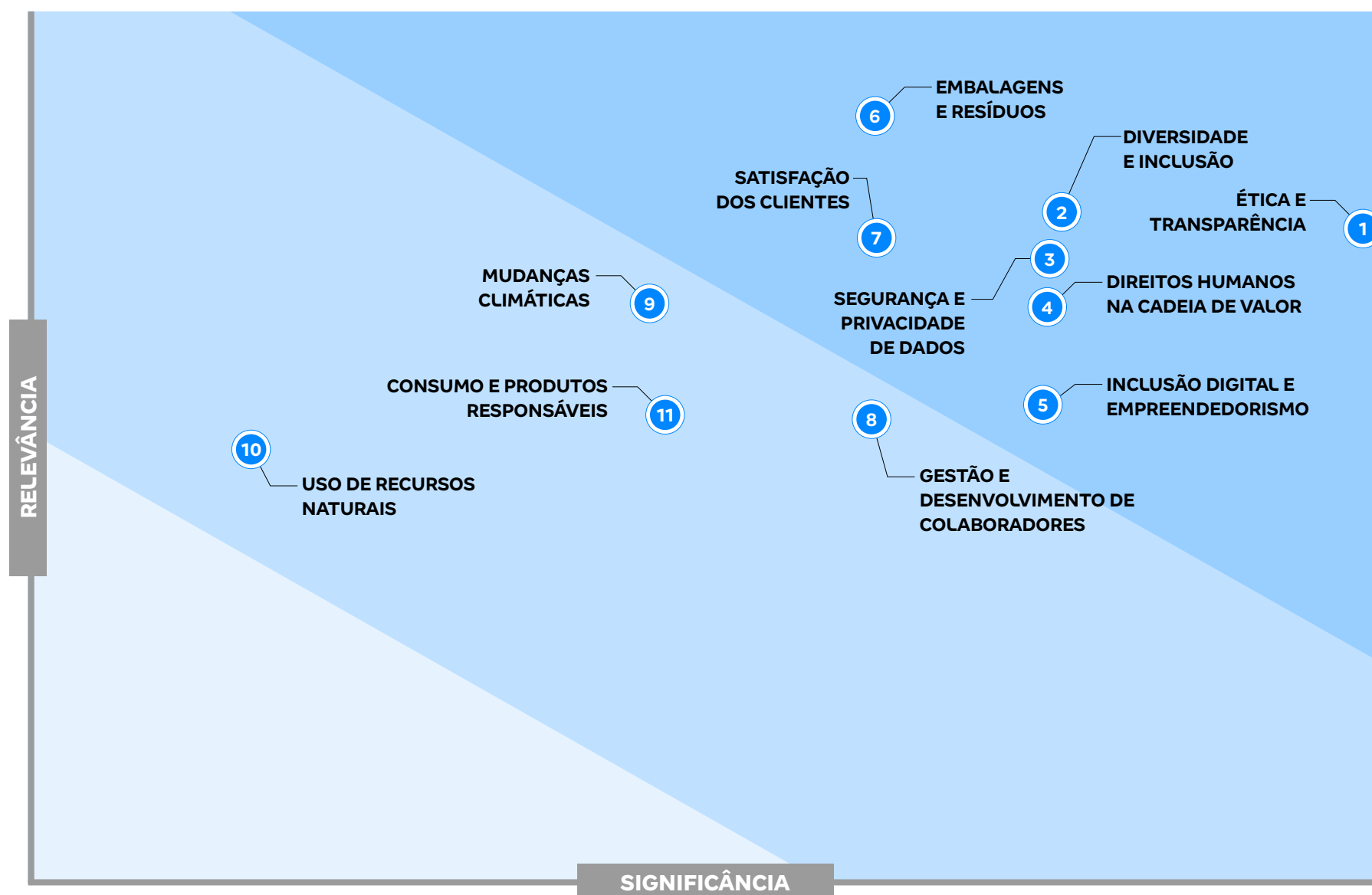
A interação da empresa com seus públicos de interesse é contínua e adequada às características individuais de cada um (veja [infográfico na página 10](#)). Com os *sellers*, parceiros do *marketplace*, por exemplo, as iniciativas envolvem não apenas o relacionamento comercial mas também o apoio à inclusão e ao desenvolvimento de pequenos negócios no ambiente digital, como os cursos de capacitação da UniMagalu. Os clientes são impactados por comunicações de marketing e ações de alcance social, que incluem o combate à violência contra a mulher, com canais exclusivos no app, e a atuação da influenciadora virtual Lu.

Os colaboradores têm seu direito à livre associação respeitado, e o Magalu investe para criar um ambiente em que as pessoas se sintam seguras e confortáveis para expressar quem são. Todas as partes interessadas estão cobertas pelas políticas de [Sustentabilidade](#) e [Direitos Humanos](#) da Companhia. Conheça as iniciativas em detalhes ao longo deste relatório.

GRI 3-1 | 3-2

MATRIZ DE MATERIALIDADE

Os 11 temas prioritários para o Magalu



OS PILARES DA SUSTENTABILIDADE

POR UM FUTURO RENOVÁVEL, O COMPROMISSO DE ATUAR DE FORMA RESPONSÁVEL NO PRESENTE

- 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.

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.

GRI 2-29

CONEXÃO COM OS STAKEHOLDERS

Para desenvolver a matriz de materialidade do Magalu, foram analisados os públicos que participam e são impactados pelo ecossistema do Grupo. A Companhia mantém uma série de ações específicas para cada um deles





Quem somos

- O exemplo de Tia Luiza
- Resultados financeiros
 - Ecosistema
 - Valor gerado
- Nossa influenciadora
- Nossos colaboradores
- Satisfação do cliente
- Prêmios e reconhecimentos



ASSISTA AO VÍDEO
EM HOMENAGEM
A LUIZA TRAJANO
DONATO

O EXEMPLO DE TIA LUIZA

Em 16 de novembro de 1957, a vendedora mais talentosa da cidade de Franca, no interior de São Paulo, realizou seu grande sonho: abriu as portas de A Cristaleira, uma loja de presentes comprada com as economias dela e de seu marido, o caixeiro-viajante Pelegrino José Donato. Nascia, assim, a empresa que se transformaria no Magazine Luiza. Quase 70 anos depois, o Magalu tornou-se uma das maiores plataformas de varejo do Brasil. Uma Companhia com um total de vendas acima de 63 bilhões de reais, que emprega cerca de 37 000 colaboradores, serve a 37 milhões de clientes e está fisicamente presente em 917 cidades do Brasil.

Muito do sucesso do Magalu pode ser explicado pelos valores estabelecidos por Luiza Trajano Donato e repassados, diariamente, a todos os que fazem parte da organização. Tia Luiza, como era conhecida, fez muito mais do que abrir um negócio numa época em que poucas

mulheres ousavam seguir esse caminho. Ela semeou um propósito e a forma como a Companhia se relaciona com seus *stakeholders*.

Sua filosofia empresarial era impregnada de simplicidade e verdades universais. Suas frases, repetidas à exaustão, forjaram os valores do Magalu — “cliente em primeiro lugar”, “mão na massa”, “atitude de dono”, “gente que gosta de gente” e “simplicidade com inovação”.

Ao trabalhar incansavelmente para colocar todos os clientes em primeiro lugar, como se fossem únicos, Tia Luiza também definiu o propósito maior do Magalu, uma Companhia que existe para levar ao maior número possível de brasileiros bens e serviços que mudem sua vida para melhor. A missão do Magalu é incluir.

Luiza Trajano Donato morreu em fevereiro de 2024, aos 97 anos. Melhor do que tentar traduzir o que Tia Luiza dizia, é dar-lhe voz.



Luiza Trajano Donato na festa de seus 91 anos, em 2017

#descriçãodaimagem: De cabelo castanho, batom e pele clara, uma senhora de vestido de renda grená, colar e brincos de pérolas sorri diante de um bolo branco decorado com orquídeas amarelas

ENSINAMENTOS DE LUIZA TRAJANO DONATO

Frases marcantes da fundadora ao longo de sua trajetória à frente do Magalu



O que a gente planta, a gente colhe. Se plantar o bem, vai colher o bem.

Ser honesto não é qualidade. É obrigação.

Sempre tente um 'sim', porque o 'não' você já tem.



As duas Luizas: sobrinha e tia, numa cabine fotográfica nos anos 1960

#descriçãodaimagem: Uma foto em preto e branco retrata o rosto de duas mulheres brancas, rindo e felizes



No Centro de Franca, o empreendimento que deu origem à Companhia, nos anos 1950

#descriçãodaimagem: A imagem em preto e branco mostra a frente de uma loja de um andar com bicicletas na porta. Na fachada, o letreiro diz: "A Cristaleira, presentes finos e vidraçaria"



O casal Donato inaugura uma das filiais, nos anos 1980

#descriçãodaimagem: Foto em preto e branco mostra um homem de bigode, um senhor de terno e uma senhora de vestido desatando um laço de fita



Luiza e Pelegrino Donato e um quadro que reproduz a fachada da matriz do Magalu

#descriçãodaimagem: Em um jardim florido, a senhora sorri e apoia a cabeça no ombro do homem. Os dois seguram uma tela com a imagem de uma loja com o letreiro "Magazine Luiza"



Julio Trajano, CEO do KaBuM!, Fabricio Garcia, VP de Operações do Magalu, e Frederico Trajano, CEO do Magalu, com os tios Pelegrino e Luiza

#descriçãodaimagem: Em uma sala clara, com piso de madeira e divisória de vidro, um casal de mãos dadas está sentado à frente de três homens em pé

Quero pedir a vocês, como boa vendedora que fui, para atender sempre o freguês da melhor maneira possível, sem olhar se ele é branco, preto, pobre, rico, bonito ou feio. Atender com todo o carinho, não importa se esteja usando salto ou chinelo de dedo. Atender com educação, não tapear o cliente, não mentir de jeito nenhum. Se vocês quiserem crescer na vida, sejam sempre sinceros e honestos.

Trabalho não mata ninguém — só enobrece.



RESULTADOS FINANCEIROS



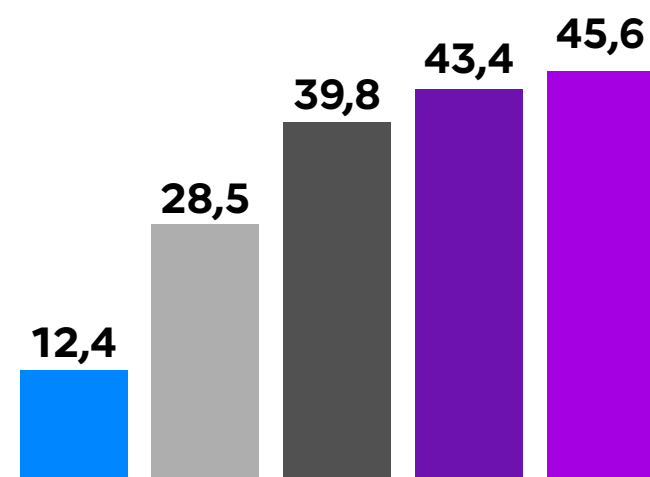
O centro de distribuição do KaBuM!,
em Viana, no Espírito Santo

#descriçãodaimagem: Em um galpão com pé-direito imenso, em primeiro plano estão colaboradores organizando produtos em paletes. Logo atrás, há oito grandes corredores, divididos por estantes de seis andares com mercadorias. Na extremidade de cada estante, letras vermelhas formam a frase "GO KABUM!"

CRESCIMENTO EM TODAS AS FRENTES

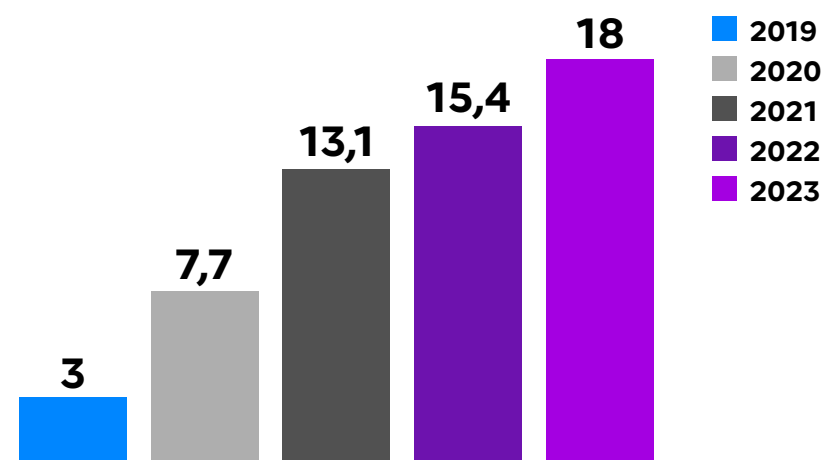
Em 2023, a Companhia ampliou as receitas nos diferentes canais de vendas

VENDAS DO E-COMMERCE
(EM BILHÕES DE REAIS)



No *e-commerce* — o principal canal —, o crescimento médio anual nos últimos cinco anos foi de **45%**

VENDAS DO MARKETPLACE
(EM BILHÕES DE REAIS)



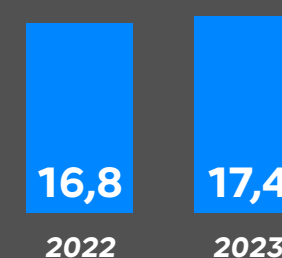
O *marketplace* tornou-se o segundo maior canal de vendas, com crescimento médio anual de **84%** no período

**ATUALMENTE
O MARKETPLACE TEM**

340 000 sellers

Eles foram responsáveis por quase 30% das vendas em 2023

VENDAS EM LOJAS FÍSICAS
Em bilhões de reais



Crescimento de **4%**.
As vendas em lojas físicas mantiveram-se significativas

NOVA POSSIBILIDADE DE RECEITA

O Magalu Ads é uma ferramenta multicanal que permite criar anúncios de produtos específicos e posicioná-los em destaque no site e no app do Magalu

O ECOSISTEMA TEM
UMA DAS MAIORES
AUDIÊNCIAS DA
INTERNET BRASILEIRA

500 milhões

de acessos por mês, distribuídos em diferentes marcas e canais de conteúdo...

{ Jovem Nerd, Steal the Look, Canaltech, Netshoes }

...o que cria uma oportunidade de monetização com anúncios de produtos patrocinados.

+ 70%

de crescimento da receita com produtos patrocinados no quarto trimestre de 2023 em relação ao mesmo período de 2022.

+ 120%

de aumento no número de anunciantes em 2023 em relação a 2022.

Números contam histórias. E os resultados do Magalu no ano de 2023 reforçam a narrativa de negócios que a Companhia apresentou. Após dois anos com foco na recuperação da rentabilidade, o quarto trimestre de 2023 marcou o ponto de chegada que o Magalu apontava: o lucro. Com ajustes necessários a um cenário prolongado de juros altos e redução do poder de compra do brasileiro, a Companhia concentrou-se na expansão das margens e na geração de caixa, alcançando no quarto trimestre a maior margem Ebitda ajustada desde 2019: 7,2%. Esse número veio acompanhado de outros dados que mostram a solidez dos resultados. No período, o Magalu registrou lucro líquido ajustado de 101,5 milhões de reais, ante um resultado negativo de 15,2 milhões no quarto trimestre de 2022.

Talvez o maior exemplo desse esforço tenha ocorrido na principal data do varejo, a Black Friday. O Magalu realizou a Black mais rentável de sua história. Mostrando assim que, com bom trabalho e racionalidade, é possível vender e ter lucro mesmo em cenários adversos. Foi com essa tônica durante o ano que o Magalu ampliou o resultado operacional em todos os canais. As vendas totais no ano atingiram 63,1 bilhões de reais, um avanço de 5% em relação a 2022. As lojas físicas geraram vendas de 17,4 bilhões de reais, enquanto o *e-commerce* contribuiu com 45,6 bilhões.

O ano terminou com uma posição de caixa total de 9,1 bilhões de reais e um caixa líquido de 1,7 bilhão. A dívida da empresa, por sua vez, fechou o período totalmente equalizada. Eram cerca de 3 bilhões de reais com vencimentos no curto prazo — valor que a Companhia manifestou intenção de pagar nas datas de vencimento, sem necessidade de rolagem. E o restante, de longo prazo, com vencimentos no fim dos anos de 2025 e 2026.

O SALTO DO MARKETPLACE

Segunda maior empresa de *e-commerce* do Brasil, o Magalu é líder do varejo de eletroeletrônicos com um ganho de participação de mercado de 1,7 ponto percentual em 2023. Um dos

propulsores do crescimento é o *marketplace*, com as vendas de produtos de *sellers* alcançando 18 bilhões de reais em 2023. Em apenas seis anos, a plataforma tornou-se o segundo maior canal de vendas da empresa, superando as lojas físicas. Cerca de 30% das vendas do Magalu são provenientes dos *sellers*, que representam para a empresa uma grande oportunidade de expansão da receita com serviços e da rentabilidade. Em 2023, 80 000 varejistas juntaram-se ao *marketplace*, num total de 340 000 empreendedores conectados à plataforma. No último ano, o volume de ofertas disponíveis aumentou de 91 milhões para 128 milhões.

Para diversificar as fontes de receita e aumentar a rentabilidade, o Magalu tem se dedicado à expansão de novos serviços e categorias. O *fulfillment* multicanal, serviço logístico que integra o Magalu Entregas, já corresponde a 15% dos pedidos do *marketplace* e será ampliado para oferecer custos menores aos *sellers* e um nível de serviço cada vez melhor ao consumidor final (*saiba mais sobre o fulfillment nas págs. 45-48*).

DIVERSIFICAÇÃO DE RECEITA

O Magalu Ads, vertical de publicidade multicanal, apresenta uma oportunidade de monetização da audiência do Ecosistema Magalu — são cerca de 500 milhões de visitas mensais a sites e apps de todas as marcas. A Fintech Magalu tem crescido rapidamente e bateu o recorde no volume total de pagamentos processados no último trimestre de 2023. A financeira Luizacred também obteve expressiva evolução no período, impulsionada pela melhora do mercado de crédito em razão da redução da taxa de juro. No último trimestre do ano, ela voltou a dar lucro.

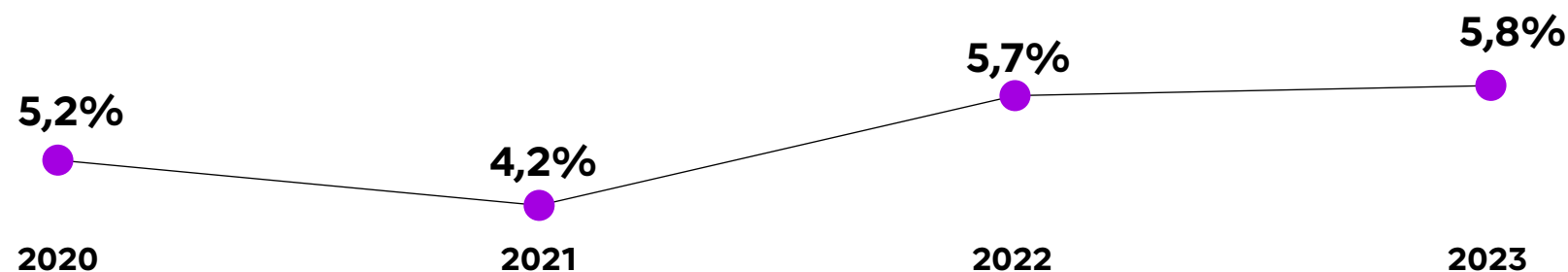
Em síntese, 2023 foi um ano de consolidação para o Magalu e, sobretudo, de retorno à rentabilidade. A empresa está fortalecendo seus negócios tradicionais e diversificando suas fontes de receita. Tudo isso sem abrir mão do lucro, base de sustentabilidade de qualquer negócio no longo prazo.

Saiba mais
Sobre o desempenho financeiro em 2023 no release de divulgação dos resultados.

ROBUSTEZ FINANCEIRA

O Magalu encerrou o ano com uma sólida estrutura de capital, com vários indicadores apontando que a Companhia está bem posicionada para o crescimento

MARGEM EBITDA AJUSTADA



Ajustes na operação, incluindo a atualização da política de frete e das comissões do *marketplace*, a revisão das despesas e a redução significativa dos estoques, levaram a um aumento significativo das margens operacionais.

GERAÇÃO DE CAIXA OPERACIONAL AJUSTADA



Esse dado indica que a empresa está gerando fluxo de caixa suficiente para sustentar suas operações.

POSIÇÃO DE CAIXA TOTAL



No fim de 2023, registrou-se um aumento de 1 bilhão de reais em relação ao fechamento de setembro do mesmo ano. Esse indicador da saúde financeira mostra a capacidade da empresa de cumprir suas obrigações de curto prazo.

CAIXA LÍQUIDO AJUSTADO



Recursos, descontadas as obrigações. Os vencimentos da dívida são de longo prazo, previstos para o fim de 2025 e 2026. Esse dado mostra que a empresa apresenta uma estrutura de capital saudável, com mais caixa do que dívida.

GRI 2-6

O ECOSISTEMA MAGALU

Formado por empresas e serviços da operação multiplataforma, oferece soluções para clientes e *sellers*



CLIQUE AQUI E CONHEÇA OS PRINCIPAIS PILARES DO NOSSO ECOSISTEMA

serviços financeiros

CONSÓRCIO Magalu

VIP COMMERCE

maas

Magalu cloud

Magalu pay

hub fintech

Magalu pagamentos

stoq

com school

LUIZA CRED

SmartHint HUBSALES

grand chef

bit55

logística

Magalu Entregas

SODE SOLDADOS DE ENTREGA

netshoes

KaBUM! >>

Canaltech

conteúdo

logbee

ÉPOCA COSMÉTICOS - PERFUMARIA

aiqfome

STEAL THE LOOK

GFL

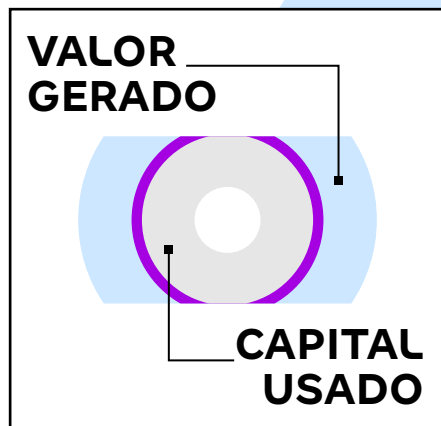
ZATTINI

Magalu

estante virtual

LOVE N HERO

Sinclog



- Receita líquida de **36,8** bilhões de reais em vendas
- **6 748 926 848** ações, com valor de mercado de 14,6 bilhões de reais

FINANCEIRO

- **640,8** milhões de reais em investimentos em lojas novas, tecnologia, logística e outros

FÍSICO

- **1 286** lojas físicas
- **21** centros de distribuição
- **147** *cross-dockings*
- **6** escritórios, localizados em 6 cidades do Brasil
- Malha logística formada por *cross-dockings*, *hubs de last mile* e cerca de 8 000 entregadores parceiros
- **29** empresas e serviços no ecossistema

- **80 000** *sellers* incluídos no marketplace

AMBIENTAL

- **5 293 894,05** GJ de energia consumida
- **578** milhões de litros de água consumidos

- **100%** das unidades (lojas, CDs e escritórios) abastecidas com energia de fontes renováveis
- **20** usinas de painéis fotovoltaicos dedicadas ao Magalu
- **16,9** toneladas de produtos eletrônicos coletados e descartados corretamente
- **4,5** toneladas de uniformes transformados em 4 172 cobertores
- **75,2%** dos resíduos não perigosos destinados a operações de recuperação

GRI 2-1
CRIAÇÃO DE VALOR

O capital usado pelo Magalu e o valor gerado para a sociedade em 2023

RELACIONAMENTO

- **50** milhões de usuários ativos mensais
- **340 000** *sellers* do marketplace — 237 000 deles Parceiros Magalu
- **4 700** fornecedores
- **49 000** famílias beneficiadas, desde 2020, por projetos relacionados a serviços para a sociedade
- **696 955** investidores

- **67 000** pequenos varejistas digitalizados em 2023
- **78,3** de NPS (Net Promoter Score) nas lojas físicas, um dos mais altos do varejo brasileiro
- **5,5** milhões de reais* em apoio a ONGs, comunidades e causas sociais
- **89** negócios no Mundo Social do app

- Cultura forte, baseada na missão de democratizar o acesso a bens e serviços: permitir a muitos aquilo que é privilégio de poucos
- Estratégia de digitalização do varejo brasileiro

HUMANO

- **39 594** colaboradores**

- **2,3** bilhões de reais em remuneração
- **415** milhões de reais em benefícios: vale-refeição, plano de saúde, convênio com academias de ginástica e Cheque Mãe
- **10** horas anuais de treinamento por colaborador

- Série de ferramentas para digitalizar a operação de varejistas analógicos
- **3 605** clientes atendidos no ano pela ComSchool em cursos, treinamentos e avaliações de conhecimentos

Saiba mais
Sobre o valor econômico gerado e distribuído nos Anexos, págs. 72-74.

* 1 MILHÃO DE REAIS DOADOS PELO MAGALU E 4,5 MILHÕES DE REAIS DOADOS PELAS FAMÍLIAS CONTROLADORAS.

** O TOTAL CONSIDERA COLABORADORES PERMANENTES, TEMPORÁRIOS E INTERMITENTES.



A influencer na edição brasileira da revista *Elle*, em março de 2023

#descriçãodaimagem: A capa traz a influenciadora com blazer e bermuda de alfaiataria cinza e bota de couro marrom. Seu cabelo preto está preso numa trança longa, que se estende entre as letras do logotipo. A chamada diz: "Magalu apresenta Lu, a maior influenciadora virtual do mundo"



OS 20 ANOS DA LU

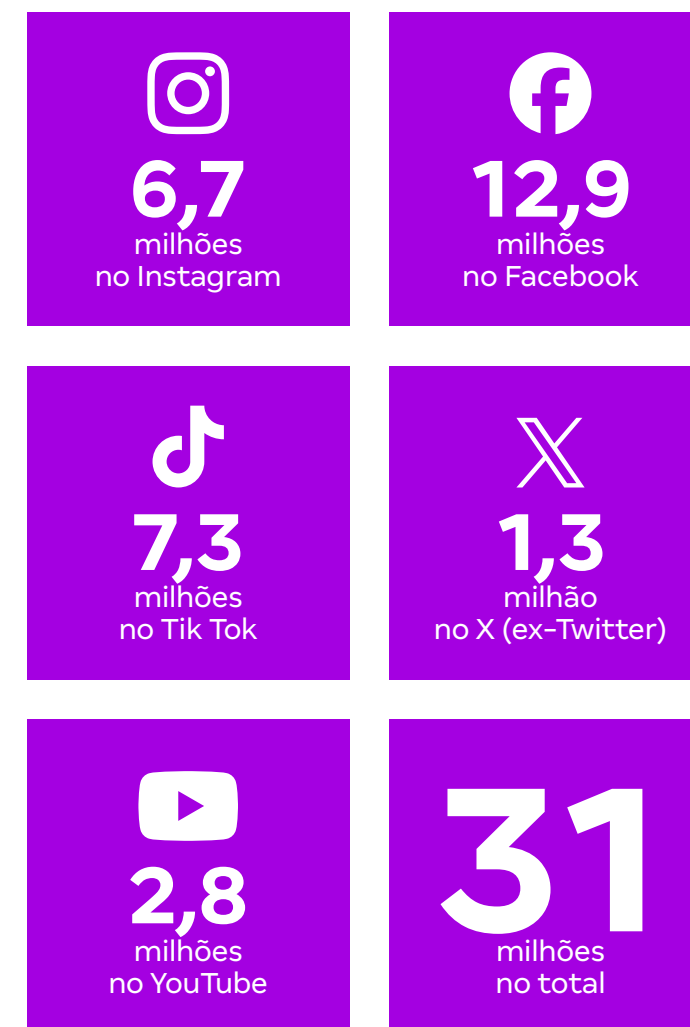
Como diz a letra do *funk*: "Ela não anda, ela desfila. Ela é top, é capa de revista". A prova material está ao lado, a nossa Lu na edição brasileira da *Elle* publicada em março de 2023. O ano em que a maior influenciadora virtual do planeta completou duas décadas foi uma sucessão de novidades e conquistas. Ao completar 20 anos, a Lu ganhou de presente de aniversário um "cérebro". Por meio de uma ferramenta de inteligência artificial generativa — desenvolvida pelo Luizalabs em parceria com o Google —, ela passou a oferecer um atendimento muito mais eficiente. Um exemplo: se um cliente pergunta qual o melhor smartphone para quem faz *trekking*, a influenciadora sugere uma lista de opções de aparelhos resistentes a poeira e quedas, com bateria de longa duração e câmeras propícias para fotos ao ar livre.

No Carnaval, estreou na folia de Salvador. Subiu no trio elétrico de Leo Santana e passou pelo Camarote 2222, onde conheceu Gilberto Gil, o anfitrião do espaço. Assinou uma *collab* de produtos de beleza com a influenciadora Bruna Tavares. Nas redes sociais, ganhou um perfil no Pinterest.

Ações geram reações. A influenciadora virtual conquistou três troféus no mais antigo festival de publicidade do mundo, o Clio Awards. Foi a primeira colocada na

NO TOPO DO MUNDO

Números de seguidores da influenciadora no final de 2023



Receita publicitária no ano:

6 milhões
de reais

categoria Uso de Talentos e Influenciadores, prata em Entretenimento e Conteúdo de Marca e bronze em Eficácia Criativa. No Festival de Publicidade de Cannes faturou, pelo segundo ano consecutivo, um Leão: desta vez de prata na categoria Eficácia Criativa. Lu fechou o ano com uma receita publicitária de 6 milhões de reais e com 31 milhões de seguidores nas redes sociais.

CONSTRUÇÃO DA PERSONAGEM

A Lu é resultado de uma cuidadosa construção de personagem que leva em conta características atitudinais, como o tom de voz e os gestos criados com animação 3D. A humanização de seu comportamento gerou empatia e forte conexão com as pessoas, que passaram a interagir com ela da mesma maneira que fazem com influenciadores e celebridades de carne e osso.

Um momento-chave para a ascensão da influenciadora virtual do Magalu ocorreu em 2018, quando o Brasil foi eliminado da Copa do Mundo na Rússia. Depois de a seleção perder da Bélgica por 2 a 1 e ser desclassificada da competição, Lu compartilhou uma foto chorando no Instagram, o que gerou comoção entre os seguidores ao vê-la em um momento de vulnerabilidade. Isso mostrou que o público tem uma conexão genuína com as histórias pessoais da personagem. No mesmo ano, no Dia do Sorvete, 23 de setembro, Lu publicou uma foto dela no centro de São Paulo com um sorvete na mão. Nos comentários, as pessoas demonstraram interesse pela jaqueta que a influenciadora usava, indicando que seus seguidores desejam utilizar os mesmos itens que ela e adotar seu estilo de vida.

Com o tempo, várias marcas recorreram a ela como garota-propaganda de seus produ-

tos. A Lu tornou-se uma fonte de receita, por meio do Magalu Ads, plataforma de publicidade da Companhia. Atualmente, o Magalu conta com uma equipe interna dedicada à estratégia de conteúdo da influenciadora, além de parceiros que contribuem para sua produção. A responsabilidade desse time abrange desde a definição das características da persona até a escolha dos *looks* e seu envolvimento em campanhas. Além das plataformas Instagram e Facebook, Lu é ativa no X (ex-Twitter), no qual participa de conversas em tempo real, e tem um canal no YouTube, pioneiro entre varejistas brasileiras a alcançar 1 milhão de inscritos, que auxilia os clientes na escolha do produto ideal. A Lu também assina um *blog* atualizado diariamente, no qual compartilha novidades, tendências e a cobertura de eventos do mundo da tecnologia, incluindo grandes lançamentos.

A EVOLUÇÃO DA MAIOR INFLUENCIADORA VIRTUAL DO MUNDO

De vendedora do *e-commerce* a avatar celebridade: as fases da Lu



2003

Surge no *e-commerce* do Magazine Luiza para ajudar o cliente durante a compra.



2009

A personagem digital ganha uma nova versão, com formas em 3D.



2017

As feições são mais humanizadas, com batom, sardas e cabelo repicado.

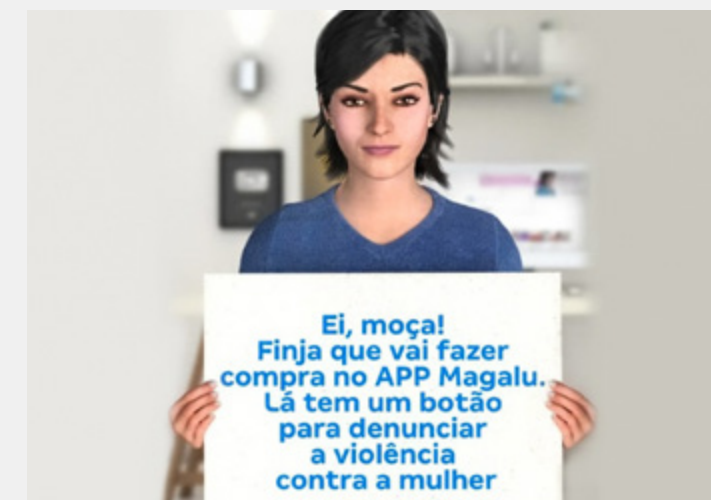


2023

A tecnologia da *influencer* passa a usar a inteligência artificial generativa.

ATIVISTA SOCIAL

Suas causas: combate à violência contra a mulher e diversidade



A Lu brinca com sua condição de existir em pixels. Em uma entrevista à revista *Exame*, em 2022, declarou: “Tenho consciência de que não sou uma pessoa nem espero que me vejam assim. Sou virtual, toda trabalhada em 3D, e construída com base em uma inteligência coletiva”. Leve e descontraída, ela muda de tom ao falar de questões sociais.

Garota-propaganda do botão do app que permite a denúncia de mulheres em situação de violência doméstica, já atuou também em campanha de

arrecadação de fundos para organizações do terceiro setor que atuam na causa.

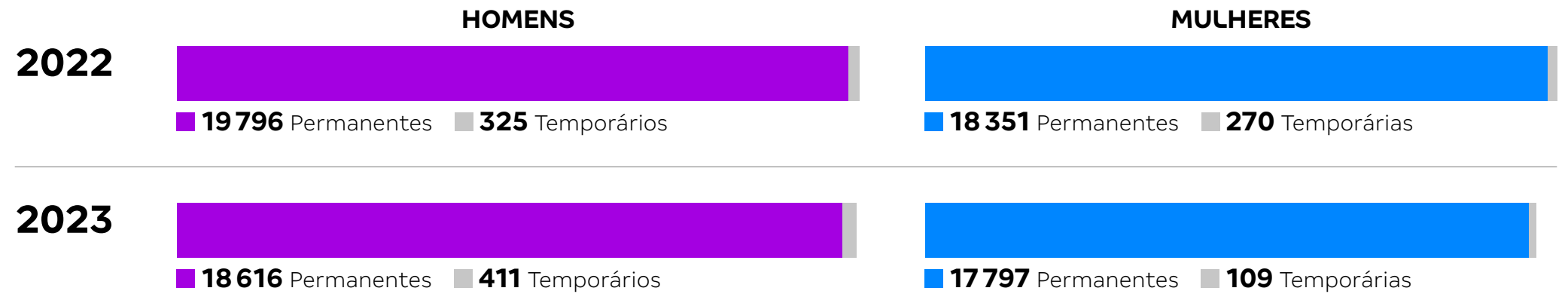
A diversidade é outra pauta da influenciadora, que em 2017 ganhou um perfil no Tinder numa ação do Dia dos Namorados. Em uma das fotos, ela usava bigode. “Ah, já sei o que você está pensando: ‘Será que ela topa, mesmo?’ Dá um like para descobrir”, dizia a legenda. A *influencer* demonstrava interesse — *matches* — independentemente do gênero da pessoa. Com isso, a Companhia reafirmou que não faz distinção de gênero, cor ou orientação sexual.

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

NOSSOS COLABORADORES

Em dezembro de 2023, o Ecossistema Magalu empregava quase 37 000 colaboradores em todo o País. Desse total, 51,5% eram homens; e 48,5%, mulheres. A maior parte dos funcionários tinha de 30 a 50 anos de idade, era negra* e se localizava na Região Sudeste. A seguir, as principais informações sobre quem são as pessoas que formam a Companhia.

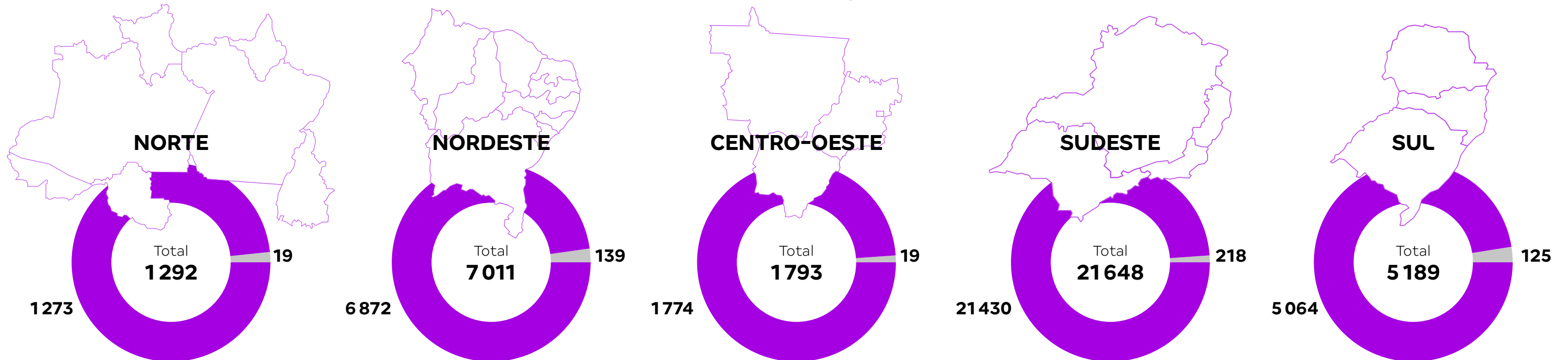
TIPO DE CONTRATO DE TRABALHO POR GÊNERO¹



Total de funcionários em 2023: **36 933**

DISTRIBUIÇÃO POR REGIÃO

■ Permanentes ■ Temporários



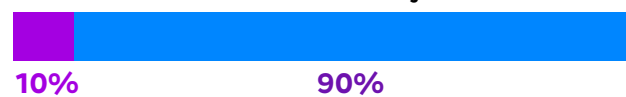
* DE ACORDO COM O CRITÉRIO DO IBGE, A POPULAÇÃO NEGRA É FORMADA POR PESSOAS QUE SE AUTODECLARAM PRETAS OU PARDAS.

A EMPRESA CONTA AINDA COM 2 661 TRABALHADORES INTERMITENTES (1 182 HOMENS E 1 479 MULHERES). E TAMBÉM TEM CERCA DE 2 300 TERCEIRIZADOS, QUE ATUAM, PRINCIPALMENTE, NAS ÁREAS DE LIMPEZA, MANUTENÇÃO E LOGÍSTICA (GRI 2-8).

DIVERSIDADE POR FAIXA ETÁRIA (%)

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

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO



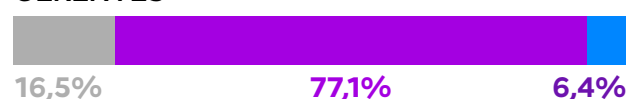
PRESIDENTE



DIRETORES



GERENTES



COORDENADORES



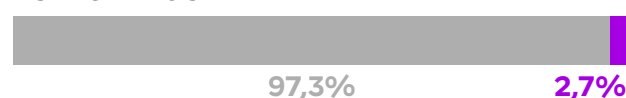
ADMINISTRATIVO



OPERACIONAL



ESTAGIÁRIOS



APRENDIZES

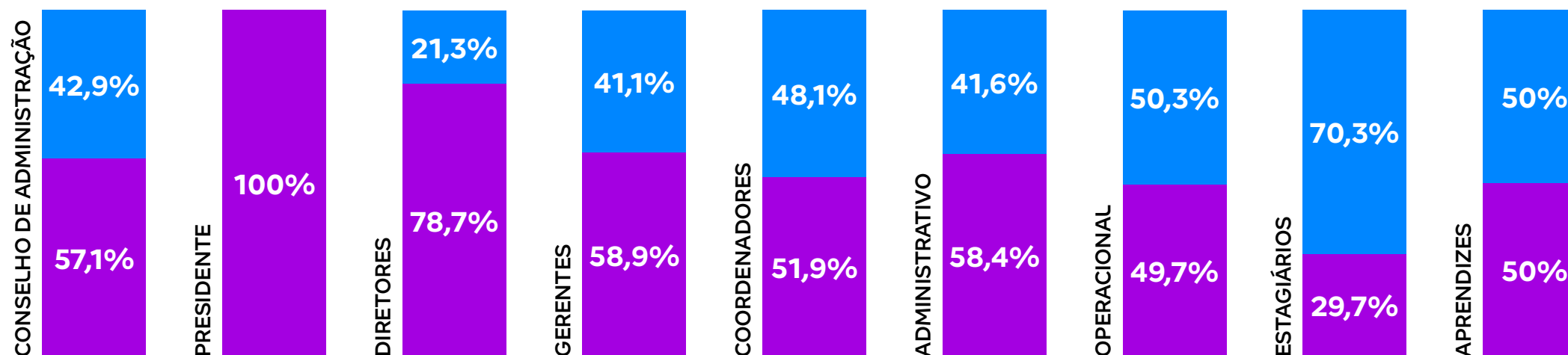


TOTAL



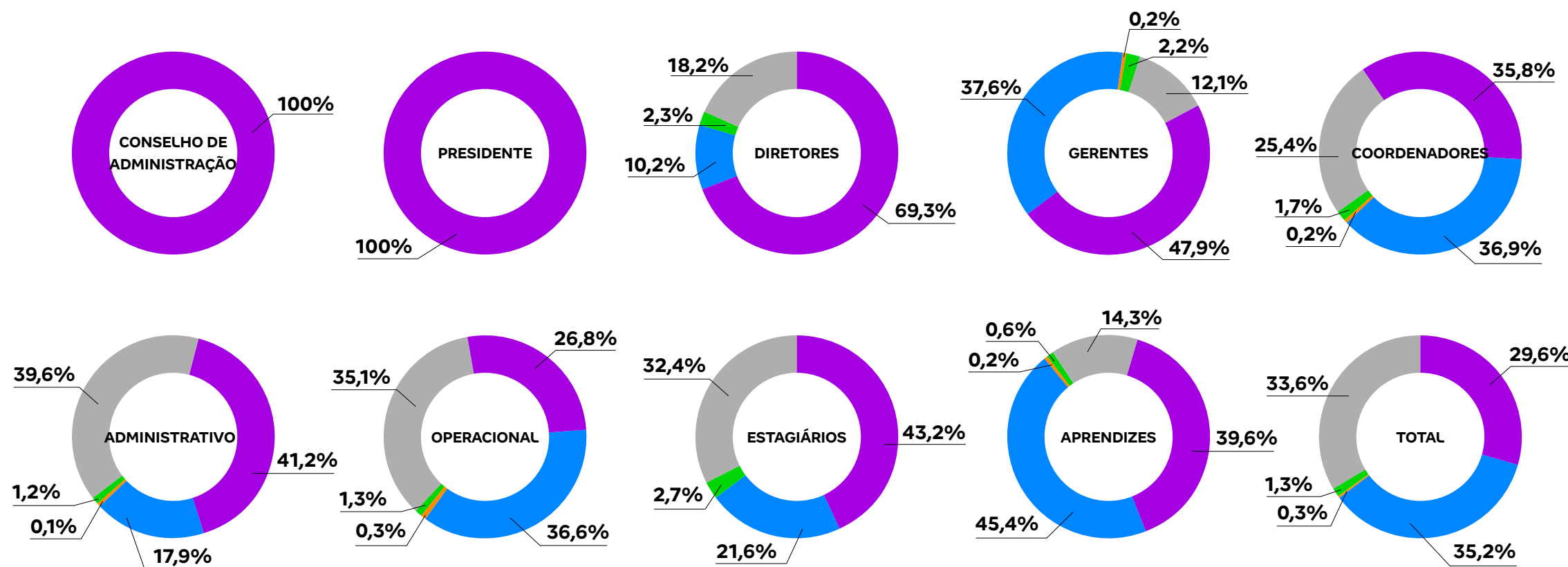
DIVERSIDADE DE GÊNERO (%)

Homens Mulheres



DIVERSIDADE ÉTNICA (%)

Branco Negro* Indígena Amarelo Não informado



* DE ACORDO COM O CRITÉRIO DO IBGE, A POPULAÇÃO NEGRA É FORMADA POR PESSOAS QUE SE AUTODECLARAM PRETAS OU PARDAS

Saiba mais
Sobre o perfil dos Colaboradores nas pág. 49-55 e nos Anexos, pág. 72-74.

Cientes são atendidos em loja do Shopping Center Norte, em São Paulo (SP)

#descriçãodaimagem: Um vendedor com um colete azul atende um jovem casal dentro de uma loja com diversos produtos eletrônicos, como computadores e televisores



O cliente satisfeito volta e recomenda. Desde sempre foi assim. Na velocidade dos dias de hoje, essa dinâmica é crucial para ampliar o alcance e a reputação do negócio. No Magalu, servir bem está entre os princípios da empresa desde a sua fundação. A Companhia busca constantemente inovar e aprimorar serviços para superar expectativas. Em 2023, 37 milhões de consumidores se relacionaram com o Magalu, o equivalente a toda a população do Marrocos ou à soma dos habitantes dos estados de Rio de Janeiro, Ceará, Mato Grosso do Sul, Rio Grande do Sul, Amapá e Roraima.

Ao longo do ano, diversas ações foram realizadas para aprimorar o atendimento ao cliente. A criação e a implantação de um app especializado em acompanhamento de pedidos, dentro do app Magalu, com disponibilização do comprovante de estorno de forma automática e informação online onde o cliente quiser, foi uma das inovações implementadas. A migração do atendimento aos *sellers* para um novo CRM (sistema que gerencia a interação com os clientes) proporcionou melhor acompanhamento dos chamados por parte desses parceiros e retorno mais ágil aos clientes. Foi também implementado um novo *bot*

GRI 3-3

SATISFAÇÃO DO CLIENTE



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

#descriçãodaimagem: Uma sala repleta de pessoas trabalhando em estações de computador, em sua maioria usando fones de ouvido e camisa rosa

(programa de computador que simula a interação com o ser humano) de WhatsApp que propicia automações, praticidade e multicanalidade aos *sellers*.

A troca da plataforma da Unidade de Resposta Audível (URA) — sistema telefônico automatizado que interage com os chamadores, coleta informações e encaminha as ligações aos destinatários apropriados — para a tecnologia na nuvem proporcionou uma navegação mais simples, preditiva, fluida e com automações, evitando filas de espera para o consumidor. A implantação de um *bot* no app Magalu, com automações que garantem uma experiência em um canal que está na palma da mão do cliente, aprimorou as interações. Além disso, a redução de mais de 70% no prazo de estorno de cartão de crédito garantiu uma jornada de pós-venda muito mais eficiente.

A empresa também se conecta com os clientes por meio de canais dedicados a receber *feedbacks* e denúncias, além de sua central de atendimento, que realiza regularmente pesquisas de satisfação com os consumidores. O objetivo é aproveitar as sugestões e as críticas recebidas em todos os pontos de contato para aprimorar os processos de forma contínua.

EVOLUÇÃO DOS INDICADORES

Como resultado dessas iniciativas, um dos indicadores que comprovam o avanço da empresa é o First Call Resolution (FCR), que mede o percentual de clientes que tiveram seus problemas totalmente resolvidos em uma única ligação, sem necessidade de entrar em contato novamente com a empresa ou aguardar o retorno do atendente. No Magalu, esse índice (para clientes 1P + 3P) foi de 78% em 2023 — quanto maior essa taxa, menor o custo operacional gerado por ligações repetidas, melhor a produtividade da empresa e maior a chance de fidelizar os clientes.

A taxa de contato (CR) — que mostra o volume de contatos recebidos via ligação, *chat* ao vivo, e-mail ou outros canais, comparado à base de clientes ativos — também apresentou evolução. O Magalu reduziu essa taxa de 0,24, em 2022, para 0,22, em 2023, uma queda de 8%. O Net Promoter Score (NPS) — métrica que apura o nível de fidelidade dos clientes — das lojas subiu de 77, em 2022, para 78,3, em 2023. A Satisfação com Atendimento (CSAT) também cresceu no período, passando de 88,2% para 89,2%.

O ANO DO MAGALU NO PRÊMIO RECLAME AQUI

Referência em satisfação do cliente, a premiação resulta de voto popular. Só podem disputar a eleição empresas com reputação Boa ou Ótima na plataforma ou as que possuem o selo RA 1000 — certificado de excelência em atendimento ao cliente. A última edição reuniu 1 700 empresas e recebeu 17,4 milhões de votos. Conheça as nove categorias conquistadas por Companhias do Ecossistema Magalu e as que têm o selo RA 1000.

The infographic is divided into two main sections. The top section features four vertical purple panels, each representing a category and its winner. The bottom section features a horizontal purple bar with a white box containing logos of companies that received the RA 1000 certification.

Company	Category
Magalu	MARKETPLACE – GRANDES OPERAÇÕES
estante virtual	LIVROS – E-COMMERCE
KaBum! >>	INFORMÁTICA – E-COMMERCE
NETSHOES	ARTIGOS ESPORTIVOS – E-COMMERCE
ÉPOCA COSMÉTICOS · PERFUMARIA	BELEZA, ESTÉTICA E COSMÉTICOS – E-COMMERCE
Magalu	ATENDIMENTO AO CLIENTE DO ANO
CONSÓRCIO Magalu	CONSÓRCIO

Company	Certification
NETSHOES	CERTIFICADO RA 1000
Luizaseg	CERTIFICADO RA 1000
KaBum! >>	CERTIFICADO RA 1000
Magalu	CERTIFICADO RA 1000
estante virtual	CERTIFICADO RA 1000
CONSÓRCIO Magalu	CERTIFICADO RA 1000
ZATTINI	CERTIFICADO RA 1000

A Netshoes, sob a gestão do Luiza Resolve — a área de atendimento ao cliente do Magalu —, também alcançou diversos indicadores positivos em 2023. O NPS para as vendas 3P subiu de 65,8 para 66,9, a Satisfação com Atendimento (CSAT) passou de 90% para 91% e o Contact Rate (CR) diminuiu de 0,24 para 0,22.

ATENDIMENTO 10 ESTRELAS

Além de melhorias operacionais, o Magalu desenvolveu um método próprio e inovador de atendimento, batizado de Atendimento 10 Estrelas. A iniciativa visa romper com a padronização e com a robotização que caracterizam a maioria dos serviços de atendimento e priorizar a humanização e a construção de uma relação genuína com cada cliente. Para dar vida ao método, a Companhia contou com a expertise da consultoria Maíz. Durante quase um ano, a equipe da Maíz mergulhou no dia a dia dos melhores atendentes do Luiza Resolve, observando suas técnicas, identificando as melhores práticas e buscando entender o que os diferencia. O conhecimento extraído dessa imersão foi então disseminado por toda a equipe com um treinamento abrangente que envolveu mais de 3 400 colaboradores em 2023.

Em síntese, a combinação de tecnologia, inovação, humanização no atendimento e uma estratégia de multicanalidade bem executada permitiu ao Magalu alcançar um novo patamar de excelência no atendimento ao cliente em 2023. A empresa continua a investir em melhorias e a buscar formas de atender de maneira personalizada e eficiente, sempre para oferecer a melhor experiência possível aos clientes.

Um dos destaques na melhoria da experiência do cliente é o *fulfillment*, que já representa 15% dos pedidos do *marketplace* do Magalu, com mais de 2 800 *sellers* engajados. O crescimento é notável: no início de 2023, a penetração do serviço era de apenas 2%. Impulsionar o *fulfillment* significa expandir todas as vantagens do modelo de multicanalidade — uma marca do Magalu — para o *marketplace*. Com essa estratégia, o Magalu busca alcançar custos menores, experiências melhores e, conseqüentemente, elevar a conversão de vendas. Por meio do *fulfillment*, a empresa estende a experiência de venda do estoque próprio (1P) para as vendas realizadas via *marketplace* (3P). (Saiba mais sobre o *fulfillment* nas [págs. 45-48](#)).

PRÊMIOS E RECONHECIMENTOS

Entre os diversos prêmios recebidos pelas empresas do Ecosistema Magalu e por seus executivos, 20 reconheciam a excelência na relação com o consumidor

MERCO

Pelo sexto ano consecutivo, a presidente do Conselho de Administração do Magalu, Luiza Helena Trajano, é a primeira colocada na lista do Ranking de Reputação Corporativa da Merco. O CEO Frederico Trajano também se destaca e fica na quinta posição da lista. Além disso, a Companhia ocupa o quinto lugar no ranking de empresas. Na foto, Luiza Helena e Lylian Brandão, CEO da Merco.



A ERA DO DIÁLOGO

Realizado pelo Grupo Padrão, o prêmio reconhece empresas que se empenham em aprimorar o relacionamento com o cliente e evitam a judicialização. A Netshoes é uma das premiadas.



CONSUMIDOR MODERNO

Destaca os serviços de excelência ao cliente. O ecossistema é premiado em três categorias: Varejo de Eletrônicos e Móveis (Magalu); Marketplace (Magalu); e E-commerce, Livros, Games e Brinquedos (KaBuM!).

▶ FEVEREIRO

▶ MARÇO

▶ ABRIL

▶ MAIO

▶ JUNHO

PRÊMIO E-COMMERCE BRASIL

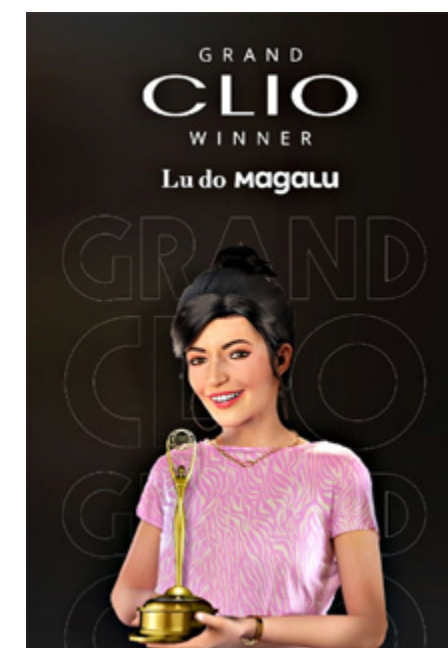
O Magalu é reconhecido como o melhor e-commerce multimarca.

DIVERSIDADE, EQUIDADE E INCLUSÃO – GPTW

O Magalu fica em primeiro lugar no ranking da categoria Mulheres, entre empresas de grande porte.

GRAND CLIO AWARDS

A Lu do Magalu fatura três prêmios do Clio Awards, troféu internacional que destaca a excelência em publicidade. É a primeira colocada na categoria Uso de Talentos e Influenciadores, prata em Entretenimento e Conteúdo de Marca e bronze em Eficácia Criativa.



DATAFOLHA – O MELHOR DA INTERNET

Pelo segundo ano consecutivo, a Netshoes é a marca de comércio eletrônico mais lembrada pelos brasileiros na categoria Artigos Esportivos, de acordo com pesquisa divulgada pelo Datafolha. O KaBuM! leva o prêmio na categoria Loja de Computador e Suprimentos de Informática.



MELHORES DO ESG – EXAME

O Magalu é vencedor na categoria Atacado, Varejo e E-commerce.

SMART CUSTOMER

O prêmio reconhece práticas empresariais que oferecem a melhor experiência a clientes e colaboradores. A Netshoes, ao lado da consultoria Aktie Now, é prata na categoria Customer Experience.



IBEVAR

O Magalu é reconhecido como a marca mais admirada pelos consumidores e colaboradores na categoria Eletrodomésticos, Eletroeletrônicos e Móveis no ranking do Instituto Brasileiro de Executivos de Varejo. A Companhia se destaca também entre as três maiores varejistas do Brasil. A Netshoes, por sua vez, é a campeã na categoria Consumidores no segmento de calçados multimarca.



FESTIVAL INTERNACIONAL DE CRIATIVIDADE DE CANNES

A Lu do Magalu é Leão de Prata na categoria Eficácia Criativa, que reconhece o impacto do trabalho criativo. É o terceiro ano consecutivo que o Magalu é reconhecido na principal premiação da publicidade mundial.



EXPERIENCE AWARDS

Durante o Latam Retail Show 2023, principal evento B2B de varejo e consumo da América Latina, a Experience Awards 2023 reconhece as marcas com as melhores avaliações e percepções do público. O Magalu é um dos destaques nas categorias Eletromóveis e Marketplace.

GREAT PLACE TO WORK

O Magalu fica entre as cinco melhores empresas para trabalhar no ranking do Great Place to Work na categoria Grandes Nacionais. São mais de 7 500 empresas inscritas e, pelo 26º ano consecutivo, o Magalu figura entre as melhores. Além disso, é destaque em Saúde Emocional. O Consórcio Magalu é destaque e é líder entre as administradoras do setor.



XIII PRÊMIO ABT

O Magalu e a consultoria Aktie Now ficam em primeiro lugar na categoria Inovação em Produtos e Serviços ao Cliente. O prêmio reconhece as melhores práticas em relacionamento com o cliente no Brasil.

NPS EXPERIENCE AWARDS

O Magalu é vencedor na categoria Varejo de Eletrodomésticos do prêmio que reconhece as empresas que proporcionam a melhor experiência aos clientes de acordo com a métrica NPS (Net Promoter Score).



MELHORES EMPRESAS PARA O JOVEM APRENDIZ

O Magalu e o Magalog, seu braço de logística, figuram no ranking das Melhores Empresas para o Jovem Aprendiz no Brasil. A pesquisa é promovida pelo Centro de Integração Empresa-Escola (CIEE) em parceria com o Ministério do Trabalho e Emprego e com o Great Place to Work.

PRÊMIO RESPEITO

Organizado pela revista *Consumidor Moderno*, o prêmio destaca as empresas que mais respeitam o consumidor. O Magalu é premiado na categoria Varejo de Eletrodomésticos e Eletroeletrônicos.



PRÊMIO NIELSENIQ EBIT

A Netshoes é premiada na categoria Esportes entre as lojas online favoritas do e-commerce.



PRÊMIO RECLAME AQUI

O Ecossistema Magalu ganha nove troféus. O Magalu é reconhecido nas categorias E-commerce Grandes Operações, Marketplace e Rede Física de Varejo. Outras empresas do Grupo são premiadas nas categorias Esportes (Netshoes), E-commerce de Informática e Case de Atendimento do Ano (KaBuM!), Livros (Estante Virtual), Beleza (Época Cosméticos) e Consórcios (Consórcio Magalu).

EFFIE AWARDS – GLOBAL BEST OF THE BEST

A Lu, influenciadora virtual do Magalu, ganha a premiação máxima do Effie Global na categoria Redes Sociais. A premiação reconhece as melhores campanhas do mundo no mercado de publicidade.



Como trabalhamos

- Governança
- Ética e transparência
- Gestão de riscos
- Segurança e privacidade
- Direitos humanos na cadeia de valor

GRI 2-1 | 2-9 | 2-10 | 2-11 | 2-13 | 2-15 | 2-17 | 2-18 | 2-19 | 2-20 | 2-25

GOVERNANÇA



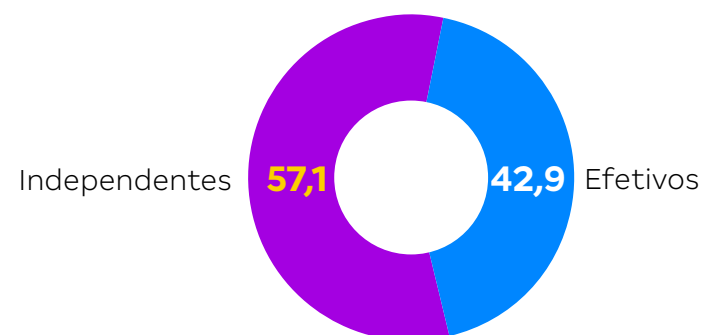
Os membros do Conselho de Administração (da esq. para a dir.): Inês Corrêa de Souza, Carlos Renato Donzelli, Floriano Peixoto Vieira Neto, Luiza Helena Trajano, Marcelo Silva, Betania Tanure de Barros e Sílvio Meira

#descriçãodaimagem: Sete pessoas, sendo três mulheres e quatro homens, posam para a foto em um espaço aberto e moderno com vigas e grades no teto

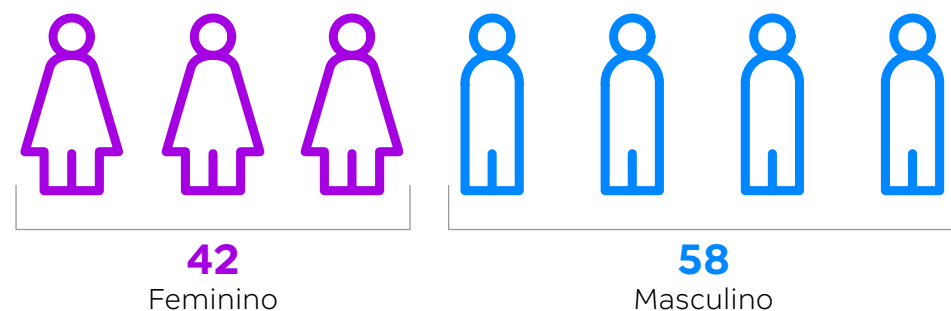
RAIO-X DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Com sete membros, o Conselho do Magalu é um dos poucos do País presidido por uma mulher, Luiza Helena Trajano

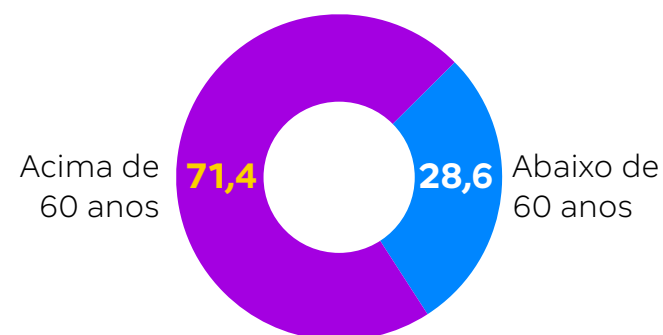
MEMBROS DO CONSELHO (%)



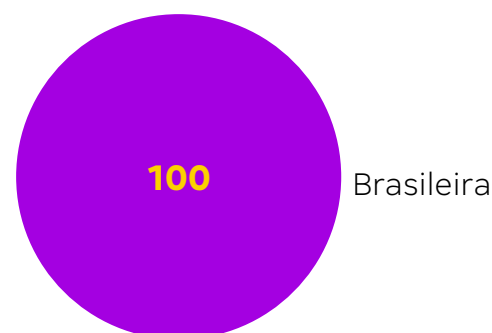
GÊNERO (%)



FAIXA ETÁRIA (%)



NACIONALIDADE (%)



O Magalu tem o compromisso de criar valor para todos os seus *stakeholders*. Para isso, conta com uma estrutura de governança robusta, que vem sendo aprimorada ao longo da trajetória e da expansão do negócio. Os princípios de transparência, equidade, prestação de contas e responsabilidade corporativa guiam as ações da Companhia com o intuito de alinhar os interesses de todos os públicos de relacionamento. Dois resultados referentes a 2023 refletem o trabalho da empresa. Pelo terceiro ano consecutivo, o Magalu integra o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE B3), que avalia a performance nos pilares ESG das empresas de capital aberto. A Companhia também apresentou uma taxa de aderência de 84% às 50 boas práticas recomendadas pelo Código Brasileiro de Governança Corporativa, elaborado pelo Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC).

O início do processo de formalização das normas ocorreu em 1992, com a elaboração do primeiro Código de Ética e Conduta da Companhia. Na década seguinte, a governança corporativa mudou de patamar, com a chegada de acionistas minoritários, por meio dos fundos de *private equity* administrados pela Capital Group. Em 2011, ao realizar seu IPO, o Magalu passou a integrar o Novo Mercado da B3, o mais alto nível de governança da Bolsa de Valores do Brasil, no qual as empresas se comprometem, de forma voluntária, a adotar práticas que vão além das exigidas pela legislação no que diz respeito à transparência e aos direitos dos acionistas. O passo seguinte se deu em 2012, com o aperfeiçoamento dos trabalhos do Comitê de Auditoria e Riscos do Conselho de Administração e com a constituição do Comitê de Finanças e do Conselho Fiscal.

O órgão colegiado que tem como principal função zelar pelos interesses da Companhia e dos *stakeholders* é o Conselho de Administração, composto de membros eleitos pelos acionistas. No Magalu, o Conselho é formado por sete membros, dos quais quatro são independentes, o que assegura maior autonomia e decisões imparciais. As mulheres ocupam três dos sete assentos (42%), incluindo a presidência.

De acordo com o estudo “Mulheres em Ações”, realizado pela B3 em 2023, apenas 7% das empresas listadas apresentam conselheiras de administração em número equivalente ou superior ao do Magalu.

Em 2023, o Conselho de Administração do Magalu teve uma mudança em sua composição. Em 13 de dezembro, a conselheira independente Emília Telma Nery Rodrigues Geron renunciou ao cargo de membro efetivo do órgão colegiado, para o qual havia sido eleita em 26 de abril de 2023. Em seu lugar foi nomeado Floriano Peixoto Vieira Neto, graduado em administração de empresas e oficial da reserva do Exército. Com experiência em gestão estratégica, operacional, recursos humanos e logística, o novo conselheiro independente foi presidente da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (ECT) de 2019 a 2022.

DIVERSIDADE DE CONHECIMENTOS

O Conselho de Administração do Magalu mantém um mix de conhecimentos complementares, abrangendo áreas como varejo, finanças, contabilidade e auditoria, gestão empresarial e negócios digitais. O currículo detalhado dos conselheiros está disponível [aqui](#). A Política de Indicação de Membros, adotada pelo Magalu desde 2018, reúne os requisitos para a seleção de membros do Conselho, dos comitês de assessoramento e da diretoria executiva. Entre os requisitos pretendidos estão a qualificação para a função, o alinhamento com os valores da empresa, a complementaridade de perfis, o tempo disponível para dedicação à função e a diversidade de conhecimentos, experiências, aspectos culturais, faixa etária e gênero.

O Magalu adota mecanismos de avaliação de desempenho do Conselho de Administração, dos comitês de assessoramento e da secretaria de governança de forma conjunta. As avaliações, realizadas anualmente, utilizam uma metodologia que combina critérios objetivos e subjetivos, buscando garantir a transparência e a prestação de contas dos processos de governança. A avaliação leva em conta aspectos como o cumprimento de metas anuais, en-

quanto a avaliação subjetiva é realizada por superiores, pares ou subordinados, conforme definido pelo Conselho de Administração.

TRANSPARÊNCIA

A Política de Transações entre Partes Relacionadas do Magalu estabelece diretrizes para assegurar que todas as decisões sejam tomadas conforme os interesses da Companhia e de seus acionistas. Essa política leva em consideração as normas da Comissão de Valores Mobiliários (CVM), o Regulamento do Novo Mercado da B3, as normas do Comitê de Pronunciamentos Contábeis e boas práticas de governança corporativa.

O Magalu conta também com a Política para Neutralização de Conflitos de Interesses, que consolida diretrizes relacionadas à gestão dos casos. Essa política, implementada em 2018 e revisada em 2023, unifica as abordagens relativas à administração e a colaboradores, terceiros, parceiros e fornecedores, reforçando os aspectos de responsabilidade e as consequências do não cumprimento das normas. Os documentos com as políticas estão disponíveis no site de [Relações com Investidores \(RI\)](#).

Em fevereiro de 2023, os fundadores do KaBuM!, os irmãos Thiago e Leandro Ramos, moveram uma ação de produção antecipada de provas contra o Itaú BBA, banco contratado por eles como assessor financeiro no processo de venda da empresa. A alegação era um suposto conflito de interesses entre o Itaú e o Magalu, que adquiriu o KaBuM! em 2021. Após sucessivas derrotas dos irmãos Ramos na Justiça, o caso foi levado à arbitragem.

O Magalu reafirma que todas as cláusulas do contrato de compra do KaBuM! foram cumpridas à risca, nas condições e nos prazos estabelecidos pelas partes — a exemplo do que ocorreu com todas as operações de aquisição feitas pela empresa ao longo de sua história de quase 70 anos.

Em março de 2023, o Magalu recebeu uma denúncia anônima sobre supostas práticas comerciais

inconsistentes com o Código de Ética e Conduta, de operações que envolveriam alguns distribuidores e fornecedores. Diante disso, o Conselho de Administração realizou uma reunião extraordinária, na qual instruiu o Comitê de Auditoria, Riscos e Compliance a conduzir uma investigação independente, com o apoio de assessores externos.

Após oito meses de análises exaustivas, não foram identificados quaisquer lançamentos contábeis incorretos no reconhecimento inicial das bonificações de fornecedores. A Companhia efetuou uma revisão das estimativas de realização dos saldos de bonificações a receber e procedeu aos ajustes contábeis necessários integralmente. Em paralelo, o Magalu aprimorou seus controles internos e implantou um novo sistema, totalmente automatizado, de gestão das campanhas com fornecedores — o *tradelinks* — para ter maior assertividade nas estimativas e efetuar o reconhecimento contábil em sua devida competência.

ACORDO SOBRE SEGUROS

Em maio de 2023, o Magalu assinou um novo acordo operacional e de distribuição de seguros com a Luizaseg Seguros, a BNP Paribas Cardif, a Cardif do Brasil Vida e Previdência e a Cardif do Brasil Seguros e Garantias. O contrato prevê que o Magalu receberá 850 milhões de reais pela exclusividade na distribuição de seguros, além de valores adicionais conforme o cumprimento de metas. O Magalu também vendeu sua participação na Luizaseg à Cardif, por 160 milhões de reais. No total, a Companhia recebeu 1,01 bilhão de reais com a operação.

O novo acordo de distribuição tem validade até dezembro de 2033. A operação representa um passo importante na estratégia do Magalu de se concentrar em seu negócio principal de varejo. A expectativa é que o novo acordo com a Cardif permita à Companhia oferecer a seus clientes produtos de seguros mais inovadores e personalizados.

Saiba mais

Sobre a estrutura de governança no site de [Relações com Investidores \(RI\)](#)

GRI 2-19 | 2-20

POLÍTICA DE REMUNERAÇÃO

As diretrizes para a definição dos honorários dos membros da alta gestão

A política de remuneração fixa e variável dos órgãos de governança da Companhia está alinhada às melhores práticas de mercado. Todos os anos, o Magalu participa de pesquisas salariais com diversas empresas de seu segmento e porte. Veja as principais regras:

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Os conselheiros recebem honorários fixos mensais, compatíveis com o padrão de mercado. Os valores são iguais para todos os membros, com exceção do presidente e do vice-presidente, que têm honorários diferenciados em razão das responsabilidades inerentes ao cargo e do tempo dedicado mensalmente às atividades da Companhia.

DIRETORIA

A remuneração é composta de remuneração fixa, que

reflete a responsabilidade do cargo, e remuneração variável, atrelada ao desempenho.

A remuneração variável é formada por incentivos de curto prazo (bônus), que levam em conta indicadores e metas da Companhia e da área, e incentivos de longo prazo, baseados na concessão de ações da Companhia.

Os diretores também recebem benefícios alinhados com a prática de mercado, como carro, telefone, plano de saúde e vale-refeição.

COMITÊS

Membros dos Comitês que não integram o Conselho de Administração recebem honorários fixos mensais, compatíveis com o padrão de mercado.

CONSELHO FISCAL

Os conselheiros recebem o mínimo estabelecido pelo artigo 162, parágrafo 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

O formato da estrutura garante isenção, controle de informações e transparência para todos os *stakeholders*. As funções de presidente do Conselho de Administração e de CEO da Companhia não podem ser acumuladas



O PAPEL DO CONSELHO FISCAL E DOS COMITÊS

O Conselho de Administração do Magalu é auxiliado por quatro comitês especiais

No cumprimento de suas funções, o Conselho de Administração do Magalu é auxiliado por quatro comitês de assessoramento: Auditoria, Riscos e Compliance; Finanças e Crédito ao Consumidor; Pessoas e Cultura Organizacional; e Estratégia e Inovação. A estrutura de governança conta também com um Conselho Fiscal permanente. Saiba mais sobre suas atribuições:

CONSELHO FISCAL

É um órgão societário, com caráter permanente, que atua de forma independente da administração e dos auditores

independentes. É composto de seis membros. Em alinhamento com as melhores práticas de governança, esses conselheiros não exercem cargos de gestão na Companhia.

COMITÊ DE AUDITORIA, RISCOS E COMPLIANCE

Avalia as Demonstrações Financeiras e as demais divulgações de resultados, a qualificação e o desempenho dos auditores independentes, e monitora a conformidade legal do Magazine Luiza e as atividades de gestão dos principais riscos corporativos designados pelo Conselho.

COMITÊ DE FINANÇAS E CRÉDITO AO CONSUMIDOR

Assessoria o Conselho de Administração na definição da política financeira, dos níveis de endividamento adequados e dos investimentos do Magazine Luiza, monitora riscos financeiros, *covenants* contratuais e garantias, e acompanha as atividades da subsidiária Luizacred S.A.

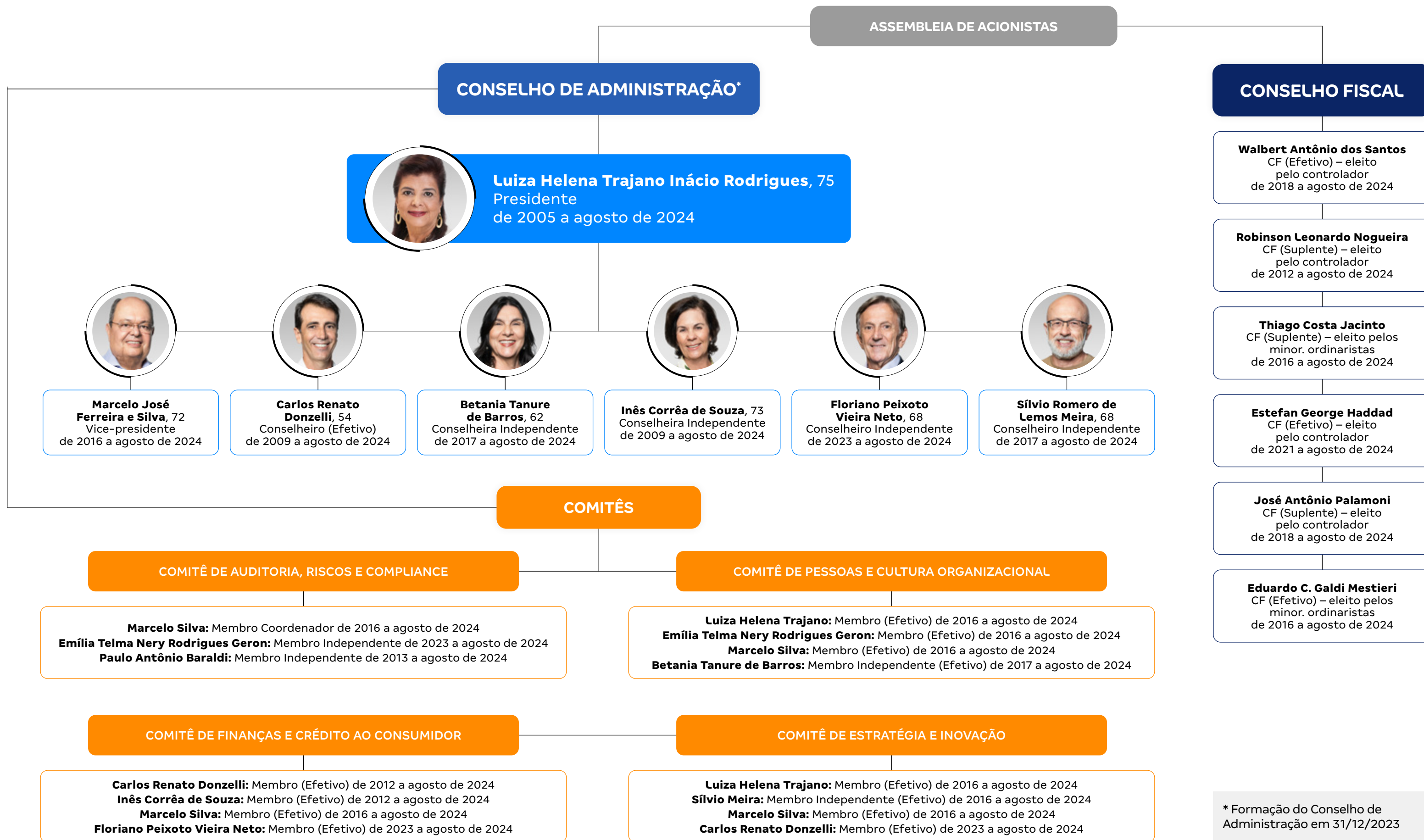
COMITÊ DE PESSOAS E CULTURA ORGANIZACIONAL

Discute o modelo de estrutura organizacional, recomenda e acompanha o

processo de definição e avaliação dos membros do Conselho de Administração, propõe a política de remuneração e acompanha os principais riscos trabalhistas, entre outros temas.

COMITÊ DE ESTRATÉGIA E INOVAÇÃO

Promove a discussão dos grandes direcionadores dos negócios e da gestão, contribuindo para o planejamento estratégico plurianual. Os temas abrangem novos negócios, aquisições, fusões, associações, metas de crescimento e excelência operacional, entre outros.





* Formação da Diretoria Executiva em 31/12/2023
 ** MagaluBank, a partir de abril de 2024



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

ÉTICA E TRANSPARÊNCIA

No Brasil, há uma série de leis e normas que obrigam as empresas a adotar padrões mínimos de ética e transparência. No entanto, uma organização que se limite a cumprir as exigências legais pode estar agindo de forma correta apenas do ponto de vista técnico, sem estar realmente comprometida com esses valores. A verdadeira força da ética e da transparência está na sua integração genuína à cultura organizacional e na sua incorporação aos processos e às decisões do dia a dia. Como Luiza Trajano Donato, fundadora do Magalu, costumava repetir: “Ser honesto é uma obrigação, não uma qualidade”. Em 2023, o Magalu, que avalia riscos de corrupção em 100% das operações, não identificou nenhum caso confirmado de corrupção.

O Magalu nasceu e cresceu acreditando que ética e transparência são valores imprescindíveis, independentemente de imposição legal. São características fundamentais para a reputação e para a sustentabilidade da empresa e que contribuem para um ambiente de negócios mais justo e competitivo, além de beneficiar toda a sociedade. Por isso, em 2017, estabeleceu

OS INEGOCIÁVEIS

São condutas não admitidas na Companhia, em hipótese alguma, e passíveis de demissão por justa causa

1 CAUSAR 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

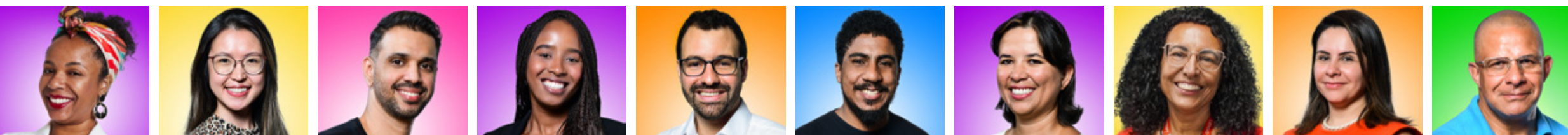
- Discriminar qualquer pessoa em razão de raça, cor, crença religiosa, sexo, orientação sexual, nível social ou ideais políticos.
- Faltar com respeito ou tratar de forma diferenciada colaboradores em razão de características físicas e/ou questões ideológicas.

4 ASSÉDIO MORAL E SEXUAL

- 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 CONFLITO DE INTERESSES

- Negociar com parentes e/ou amigos sem prévia comunicação ao superior hierárquico.
- Manter relacionamento amoroso com subordinado sem informar à área de gestão de pessoas e ao superior hierárquico.
- Contratar parentes que tenham uma relação de subordinação, como trabalhador efetivo, trabalhador temporário, prestador de serviço ou fornecedor.



O QUE REALMENTE IMPORTA PARA NÓS

O norte que orienta a Companhia: a visão, o propósito e os valores do Magalu



seu Programa de Integridade, com estrutura independente e reporte direto ao Comitê de Auditoria, Riscos e Compliance. Seus objetivos abrangem a promoção da cultura de ética e conformidade com base nos valores da empresa, a gestão de riscos e controles, a implementação das melhores práticas e o monitoramento da eficácia do programa.

A Companhia possui diversas políticas que tratam da conduta responsável do negócio, com destaque para cinco documentos: Manual de Integridade, Manual Anticorrupção, Código de Ética e Conduta, Política de Neutralização de Conflito de Interesses e Política de Presentes, Brindes e Hospitalidades. Aprovadas pelo Conselho de Administração, essas políticas são submetidas a revisões periódicas e se aplicam a todos os colaboradores e públicos de relacionamento da empresa, incluindo os administradores e os acionistas.

PRÁTICAS CONTÍNUAS

Prevenir os riscos é sempre a melhor opção. Por essa razão, o Magalu aplica treinamentos contínuos, comunica e adota ferramentas de monitoramento eletrônico. As áreas em contato direto com agentes públicos recebem capacitações diferenciadas, com abordagem específica dos riscos a que estão expostas. A empresa conta também com uma Política de Análise e Monitoramento de Integridade de Terceiros, que estabelece diretrizes para análise e monitoramento da integridade de fornecedores, parceiros e demais partes relacionadas, e que inclui critérios de classificação de risco de terceiros e definição de alçadas de decisão.

Em 2023, 100% dos colaboradores (exceto estagiários, aprendizes e trabalhadores intermitentes) foram comunicados — pelos canais oficiais, sobretudo e-mail e *workplace* — sobre as políticas e os procedimentos anticorrupção. Novos colaboradores receberam treinamento sobre as políticas e os procedimentos anticorrupção durante o período de integração. Agentes de integridade, diretores e membros do Conselho de Administração também foram capacitados no tema.

O Magalu tem três linhas diretas para denúncias, todas confidenciais e disponíveis 24 horas por dia, durante todo o ano: o Disque Luiza, o Canal de Denúncias e o Canal da Mulher. O autor da denúncia pode ficar no anonimato ou se identificar, mediante garantia de sigilo. A apuração da reclamação transcorre em segredo, sempre que possível, e não é tolerado nenhum tipo de retaliação aos denunciadores.

Por meio do site do Canal de Denúncias, o público interno e externo pode realizar queixas de atitudes que vão contra o Código de Ética e Conduta dos Colaboradores. Reformulado em 2023, o Canal de Denúncias passou a direcionar o autor da comunicação de acordo com o tipo de queixa: violações ao Código de Ética e Conduta, às leis e a políticas e procedimentos da empresa, e reclamações de produtos e entregas, site falso e violência contra a mulher.

Gerenciado por uma empresa terceirizada e independente que mantém as informações sob sigilo, o Canal de Denúncias registrou 781 chamadas ao longo de 2023, das quais 446 foram consideradas procedentes. É auditado a cada três meses por uma organização externa, e o tempo médio empregado na análise dos registros foi de 10 dias.

Entre as manifestações recebidas em 2023, 31 envolviam discriminação por motivo de raça, cor, gênero, religião, opinião política, origem nacional ou social. Dessas, 18 foram consideradas procedentes. No ano anterior, os registros somaram 14 casos. O crescimento pode ser creditado aos esforços de comunicação sobre o Canal. As medidas de reparação são baseadas na Política de Consequência do Manual de Integridade do Magalu.

Outro canal disponível para que todos os *stakeholders* possam encaminhar denúncias, de qualquer tipo, por telefone ou e-mail, é o Disque Luiza, que em 2023 recebeu 441 queixas, das quais 202 foram legitimadas.

Criado em 2017, o Canal da Mulher é voltado especificamente para atender as colaboradoras vítimas de violência doméstica. Qualquer um pode apontar anonimamente situa-

GRI 2-28

PARTICIPAÇÃO EM ASSOCIAÇÕES

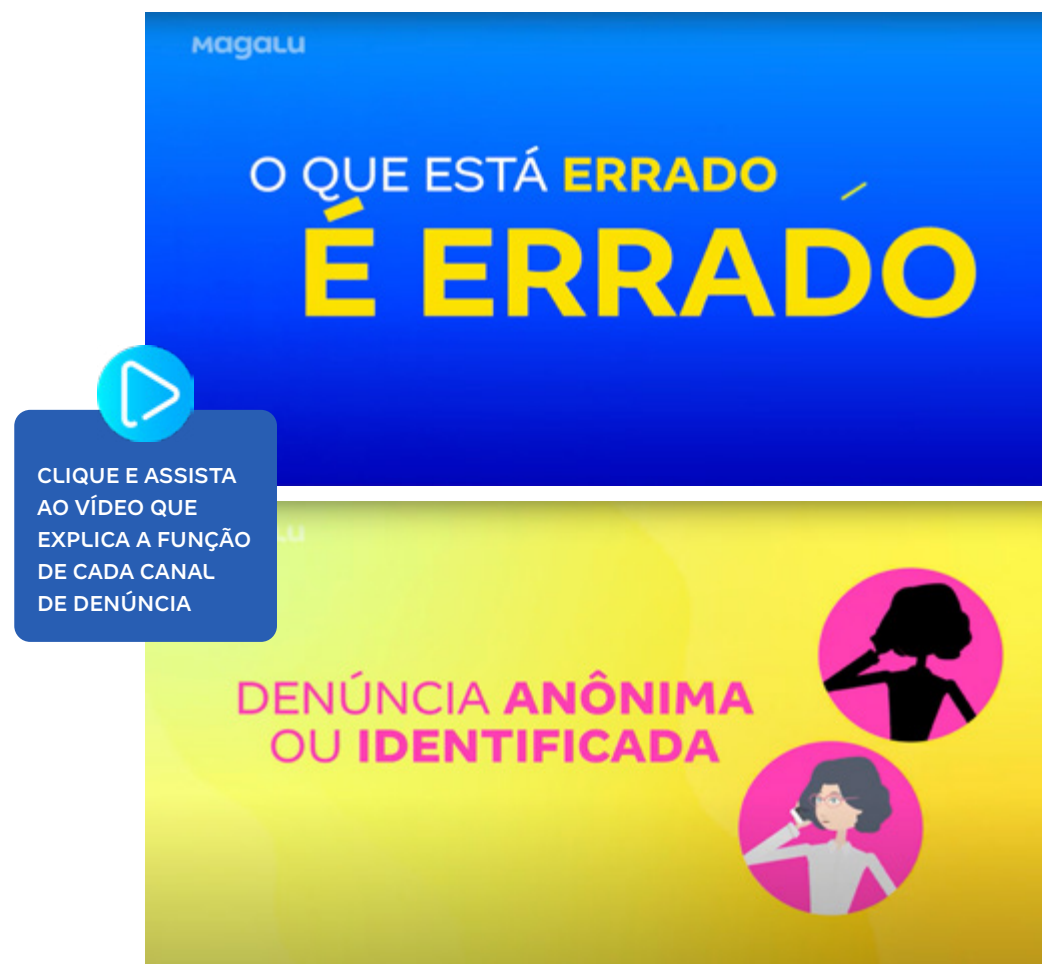
O Magalu faz parte de diversas entidades ligadas ao setor de varejo e aos temas de integridade e sustentabilidade

- Acordo Ambiental de São Paulo (Cetesb)
- Alliance for Integrity (Afin)
- Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX)
- Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico
- Câmara Internacional de Comércio (ICC Brasil)
- Conselho de Desenvolvimento Econômico e Social (CDES)
- Conselho Nacional da Gestão Pública, do Conselho Superior Estratégico da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp)
- Fecomércio
- Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+
- Grupo Mulheres do Brasil
- Iniciativa Empresarial pela Igualdade Racial
- Instituto Brasileiro de Hospitalidade Empresarial (IBHE)
- Instituto para o Desenvolvimento do Varejo (IDV)
- Movimento Mulher 360
- Movimento pela Equidade Racial (Mover)
- Pacto Global da ONU
- Programa Brasileiro GHG Protocol

ções de risco que alguém esteja vivenciando, para que o fato seja apurado e a vítima receba auxílio da empresa. As manifestações são recebidas por uma companhia terceirizada, que repassa à área de Integridade. O canal conta com um comitê interno, que discute todos os casos e cuida de seu encaminhamento até que a vítima consiga sair do ciclo de violência ou até que o agressor seja julgado pela Justiça. Durante o processo, são utilizadas ferramentas públicas, como a Delegacia Especializada de Atendimento à Vítima e redes municipais de suporte à mulher. O Magalu oferece também recursos às mulheres que precisam mudar de casa, a possibilidade de transferência de local de trabalho para que a vítima se distancie do agressor e auxílio-alimentação.

Divulgado para todos os colaboradores nos treinamentos, em 2023 o Canal da Mulher recebeu 172 manifestações, total próximo ao do ano anterior, 170. Todos os casos foram tratados e encaminhados. Quando necessário, a vítima recebeu assistência psicológica e orientação jurídica. Em 2021, o Canal da Mulher foi estendido ao público externo, por meio de um botão no app (*leia mais sobre isso na [pág. 57](#)*).

(*Saiba mais sobre práticas de integridade com os sellers nas [págs. 45-48](#)*).



CONDUTA DE FORNECEDORES

Ao estabelecer ou renovar parcerias comerciais, os fornecedores assinam um Código de Conduta próprio

A aplicação dos princípios e dos valores do Magalu se estende à cadeia de fornecedores, parceiros e demais terceiros. Para se relacionar com a empresa, eles devem assumir formalmente o compromisso de respeitar as diretrizes de probidade e transparência estabelecidas pela corporação.

Em 2023, o Magalu iniciou uma agenda de treinamento voltada para fornecedores para promover a compreensão e a adesão ao

Código de Ética. Ao estabelecer ou renovar parcerias comerciais, o fornecedor deve assinar um documento anuindo ao [Código de Conduta para Fornecedores](#). Trata-se de um conjunto de valores primordiais e expectativas mínimas da empresa em relação a seus parceiros e que também serve para balizar ações e atitudes de todos os participantes do ecossistema. No documento estão traçados os compromissos e as diretri-

zes da Companhia, desde apoio à legislação brasileira, direitos humanos, relações trabalhistas e respeito ao meio ambiente, até questões relevantes, como combate à pirataria, concorrência justa, proteção da propriedade intelectual, gestão de conflitos de interesses, políticas sobre brindes, presentes e hospitalidades, proteção de informações confidenciais, lavagem de dinheiro e financiamento ao terrorismo.

CANAIS DE DENÚNCIA

O Magalu reconhece a importância da transparência e da ética em suas operações e oferece canais voltados para denúncias. Por meio deles, busca garantir um ambiente íntegro e justo a todos os envolvidos, combatendo irregularidades e promovendo a conduta ética em todas as suas atividades

DISQUE LUIZA

Canal direto com a presidente do Conselho de Administração, Luiza Helena Trajano.

Telefone: (16) 3711-2068

E-mail: luizahelena@magazineluiza.com.br

CANAL DE DENÚNCIAS DE VIOLAÇÕES AO PROGRAMA DE INTEGRIDADE

Destinado ao público interno e externo, é gerido por uma empresa independente e especializada que recebe relatos anônimos de possíveis violações ao Código de Ética e Conduta.

Telefone: 0800 792 1007

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

CANAL DA MULHER

Além de ser aberto às colaboradoras, o canal recebe denúncias de colegas, líderes ou subordinados que estejam em situação de violência doméstica.

Telefone: 0800 741 0009

E-mail: denuncia@canalmulhermagazineluiza.com.br

Uma das salas que abrigam os servidores do Magalu, na Arena, sede da Companhia em São Paulo

#descriçãodaimagem: Uma jovem de cabelo crespo, calça preta, camiseta e tênis amarelos passa diante de uma sala envidraçada, onde estão estantes e móveis de aço e máquinas com luzes azuis e fios



GRI 2-16, 2-24

GESTÃO DE RISCOS

Desde 2022, o Magalu faz parte da carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), da B3, a Bolsa de Valores brasileira. Esse indicador avalia a performance das empresas de capital aberto nas práticas ESG. A presença do Magalu no ISE — fato que se manterá pelo terceiro ano consecutivo, conforme a nova lista divulgada em janeiro de 2024 — atesta a consistência dos esforços da Compa-

nhia para integrar as práticas ambientais, sociais e de governança em sua estratégia de negócios. E a gestão de riscos é um dos aspectos considerados na escolha das empresas que integram o ISE.

O processo de seleção das empresas que compõem a carteira anual do ISE leva em conta, além da avaliação do desempenho em um questionário elaborado pelo time especializado da B3, a pontua-

ção no Protocolo de Divulgação de Carbono (CDP) e a reputação dessas companhias no mercado internacional, avaliada pelo RepRisk, empresa de pesquisa especializada em ESG. A RepRisk coleta e analisa uma ampla gama de informações públicas online sobre riscos ambientais, sociais e de governança corporativa, monitorando mais de 100 000 fontes de dados em 23 idiomas. Mediante uma combinação de análise humana e artificial, a RepRisk identifica e analisa notícias relacionadas a fatores relevantes para avaliação de risco ESG. O ISE, por sua vez, utiliza os dados da RepRisk para inclusão e exclusão de empresas em sua carteira.

GESTÃO ABRANGENTE

O Magalu possui uma Política de Gestão de Riscos abrangente, que foi revisada no início de 2023 e tem o objetivo de estabelecer diretrizes e responsabilidades claras para identificação, análise e monitoramento dos riscos que podem afetar o plano estratégico da Companhia. Os riscos — de compliance, negócio, operacionais, cibernéticos e socioambientais — são identificados e avaliados de acordo com a probabilidade de ocorrência e seu impacto no negócio, inclusive na imagem e na reputação do Magalu. Cada decisão leva em consideração os benefícios, os aspectos negativos e os riscos atrelados.

Como parte do processo de matriz de riscos, a Auditoria Corporativa e o Comitê de Auditoria, Riscos e Compliance (CARC) acompanham 15 temas de preocupação, que são avaliados periodicamente e têm seu status relatados ao Conselho de Administração. Anualmente, a alta administração define o perfil de riscos consolidado do Magalu por meio dos direcionadores e das metas estratégicas e por recomendações do CARC.

Para o Magalu, mais do que um processo, a gestão de riscos representa um compromisso com a criação e com a preservação de valor para seus acionistas. Ela se integra à tomada de decisões em todos os níveis da organização, o que contribui para o alcance dos objetivos estatutários e estratégicos da Companhia, assegurando sua solidez e longevidade.

PREVENÇÃO E CONTROLE

O Magalu adota uma gestão de riscos baseada em normas internacionais, como COSO (*Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission*) e ISO 31000:2018. Os objetivos são:

- Aumentar a probabilidade de atingir as metas estabelecidas.
- Melhorar a identificação de oportunidades e ameaças.
- Atender às políticas, às normas e aos requisitos legais e regulatórios.
- Melhorar o reporte das informações ao mercado, elevando a confiança das partes interessadas.
- Garantir uma base confiável de dados para tomada de decisões e planejamento.
- Alocar e utilizar eficazmente os recursos, melhorando o ambiente de controle.
- Assegurar que a governança corporativa seja seguida e criticamente analisada.
- Prevenir e reduzir perdas, com o envolvimento de todos os agentes.
- Melhorar a eficácia e a eficiência operacional e, assim, aumentar a resiliência da Companhia.

Saiba mais

Sobre os riscos climáticos a que o Magalu está exposto nas págs. 62-64.

GRI 3-3 | 418-1
SASB CG-MR-230a.1 | CG-MR-230.a2

SEGURANÇA E PRIVACIDADE

A segurança da informação e a proteção de dados pessoais tornaram-se temas centrais para as empresas, não apenas por questões éticas e legais mas também para evitar violações de privacidade e crimes cibernéticos. O Brasil, em particular, enfrenta um cenário desafiador por ser o país mais visado por ataques digitais na América Latina — 23 bilhões de incidentes registrados somente no primeiro semestre de 2023, de acordo com os dados mais recentes da empresa de segurança cibernética Fortinet.

O Magalu recorre a uma série de medidas para proteger seus dados e os de seus clientes. O Programa de Privacidade da Companhia modernizou processos, reforçou boas práticas e modelos de governança e aprimorou o gerenciamento de riscos e os controles de tecnologia da informação. Em 2023, a empresa não registrou nenhuma violação de dados ou ataque cibernético.

POLÍTICAS INTERNAS

O Magalu mantém uma política interna de gestão de riscos de segurança da informação que define as avaliações e os controles de garantia da segurança cibernética (*saiba mais sobre Gestão de Riscos na [pág. 40](#)*). Além disso, conta com a Política de Gestão da Privacidade de Dados Pessoais, criada em 2021 e revisada em 2022, com as principais diretrizes e a governança sobre o

assunto, as quais incluem o Programa de Privacidade de Dados Pessoais, o Comitê Executivo de Segurança e o Comitê de Privacidade. O Programa de Privacidade de Dados Pessoais está sendo gradualmente implementado em todas as áreas da empresa.

A gerência de Privacidade de Dados é responsável por zelar pela proteção dos dados pessoais coletados e tratados pela empresa. Em 2023, a equipe intensificou seus esforços para garantir a conformidade com a Lei Geral

de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) e fortalecer a cultura de segurança da informação dentro da organização. Entre as iniciativas desenvolvidas estão treinamentos periódicos de todos os colaboradores abordando temas como: a importância da LGPD, as boas práticas para o tratamento de dados pessoais e os riscos envolvidos na má gestão.

A área de Segurança da Informação, por sua vez, é responsável por implementar mecanismos para proteger o ambiente tecno-

lógico e os dados pessoais dos clientes. Entre as medidas adotadas estão tecnologias de monitoramento e prevenção de ataques cibernéticos. Além disso, a área realiza periodicamente uma avaliação de riscos dos fornecedores para garantir que apenas empresas confiáveis sejam contratadas. Também elabora planos de ação para elevar a maturidade da segurança da informação, trabalhando em conjunto com os fornecedores para aprimorar suas práticas de segurança.

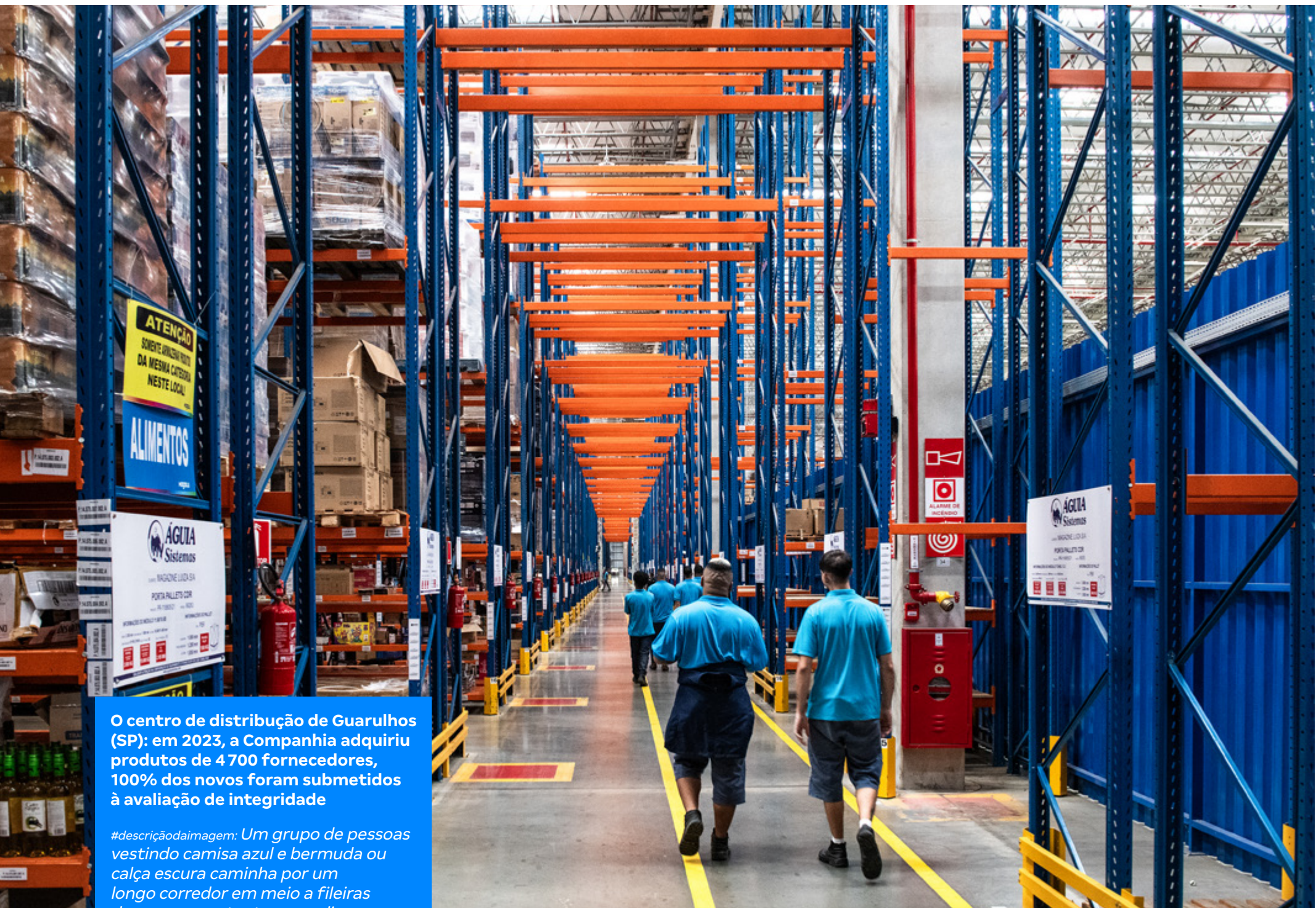


A entrada do Luizalabs, a área de tecnologia do Magalu na sede de Franca

#descriçãodaimagem: Um homem usando tênis, calças jeans e camiseta escura caminha em direção a uma porta de aço aberta, sobre a qual se lê a palavra "labs" em letras néon

GRI 2-6 | 2-23 | 2-24 | 3-3 | 408-1 | 409-1 | 410-1 | 414-1 | 414-2

DIREITOS HUMANOS NA CADEIA DE VALOR



O centro de distribuição de Guarulhos (SP): em 2023, a Companhia adquiriu produtos de 4 700 fornecedores, 100% dos novos foram submetidos à avaliação de integridade

#descriçãodaimagem: Um grupo de pessoas vestindo camisa azul e bermuda ou calça escura caminha por um longo corredor em meio a fileiras de enormes estantes com diversos tipos de produto

Os negócios do Magalu são pautados por uma regra incontornável: não devemos fazer com os outros aquilo que não gostaríamos que fizessem conosco. Por isso, a empresa mantém uma [Política de Direitos Humanos](#) alinhada às garantias fundamentais previstas na Constituição Federal e aos princípios da Declaração Universal dos Direitos Humanos da ONU. Fazem parte dessa política documentos que orientam todos os colaboradores e parceiros que prestam serviço para o Magalu. Sempre que um fornecedor ou parceiro inicia ou renova o relacionamento com a empresa é exigido que ele dê aceite a um documento que estabelece um compromisso com os requisitos de integridade e responsabilidade socioambiental. A Companhia acredita que tem a responsabilidade de contribuir para a construção de uma sociedade mais justa e equitativa e que, agindo dessa forma, atua preventivamente para reduzir riscos e proteger seu patrimônio.

O Magalu, juntamente com suas coligadas, investiu 33,2 bilhões de reais na aquisição de produtos e serviços em 2023. Trata-se de uma operação que demanda um escrutínio na seleção e no acompanhamento dos parceiros. São aproximadamente 4 700 fornecedores e 100% são submetidos à avaliação de integridade. Durante o processo de análise, são coletados dados e informações sobre o fornecedor, seus sócios e partes relacionadas, por meio de pesquisas realizadas em bases de dados públicas ou por empresas especializadas. O objetivo é avaliar o nível de risco da contratação: baixo, médio ou alto.

O segmento de moda é uma das categorias de fornecedores com maior potencial de risco de violação de direitos humanos, sobretudo a relacionada ao trabalho infantil. Diante disso, o Magalu adota medidas como a exigência da certificação da Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX) — que monitora todos os fornecedores e subcontratados no que se refere à segurança do trabalho e à conformidade legal, ambiental e social, com auditorias anuais realizadas por empresas independentes —, o envio de comunicações de conscientização sobre o tema, a exigência da aceitação do [Código de Ética e Conduta](#) da empresa e a inclusão de cláusulas contratuais de responsabilidade social e trabalhista.

MONITORAMENTO E VERIFICAÇÃO

O Magalu implantou processos para evitar o relacionamento com terceiros não idôneos que representem riscos legais, financeiros,

de compliance, operacionais ou à reputação da empresa, incluindo questões sociais e ambientais. Todos os terceiros que atendem aos critérios da Política de Análise e Monitoramento de Integridade de Terceiros passam por um processo de verificação, que inclui a análise de dados cadastrais, dívidas, processos judiciais (com foco em criminais e tributários), sanções e inclusão em listas restritivas.

Entre as listas restritivas analisadas estão as dos Acordos de Leniência, o Cadastro Nacional das Empresas Punidas (CNEP), o Cadastro de Expulsões da Administração Federal (Ceaf), o Cadastro de Empresas Inidôneas e Suspensas (Ceis), o Cadastro de Entidades Privadas sem Fins Lucrativos Impedidas (Cepim) e a “Lista Suja” de trabalho escravo. A Companhia também realiza busca por notícias negativas, que servem de pontos de atenção.

Os critérios de análise consideram o valor da operação, o prazo, o volume de transações, a natureza do bem ou serviço, a criticidade da atividade e os alertas e apontamentos identificados. No Magalu, as operações acima de 1 milhão de reais (ou em moeda estrangeira equivalente) são obrigatoriamente verificadas. Na Netshoes e na Época Cosméticos, são analisadas operações acima de 100 000 reais (ou em moeda estrangeira equivalente) ou operações cuja soma de contratação ultrapasse 100 000 reais em seis meses. Nas demais empresas do Grupo, são analisadas operações acima de 50 000 reais (ou em moeda estrangeira equivalente).

Além disso, categorias de bens e serviços consideradas de risco são

submetidas à análise de integridade, independentemente do valor da contratação. São elas: serviços de segurança patrimonial; serviços de logística e transporte de carga, inclusive despachantes aduaneiros; fornecedores de produtos ou serviços para obras de construção, expansão e reforma do Grupo Magalu; fornecedores que tenham feito a troca de CNPJ; *seller* pessoa jurídica com data de fundação inferior a três meses; gráficas; consultorias; divulgadores, *influencers* e *youtubers*; doações e patrocínios. Os fornecedores de cada segmento elegível devem se cadastrar na plataforma, preencher o questionário de autoavaliação (SAQ - Self Assessment Questionnaire) e realizar auditorias de sustentabilidade, sempre que solicitado.

TREINAMENTO DA EQUIPE DE SEGURANÇA

Anualmente, todo o pessoal da área de segurança — colaboradores próprios ou terceirizados — do Magalu recebem um treinamento formal sobre as políticas e os procedimentos da organização relativos aos direitos humanos. Essa capacitação é crucial para sensibilizar os profissionais para a importância de proteger e respeitar os direitos de todas as pessoas, independentemente de raça, gênero, religião, orientação sexual ou qualquer outra característica. Ao compreender os princípios básicos dos direitos humanos e as leis que os protegem, os profissionais de segurança podem identificar e prevenir situações de violação, como discriminação, abuso de poder e uso desproporcional da força.

ATENÇÃO EXTRA

Uso de plataforma global para avaliação da cadeia de suprimentos é recomendado aos fornecedores

Desde 2020, o Magalu incentiva os fornecedores de setores de negócios considerados críticos — moda, móveis, transporte/logística e fornecedores estrangeiros — a aderir ao Sedex (Supplier Ethical Data Exchange), uma das principais plataformas globais de gestão da cadeia de fornecedores. O Sedex reúne 85 000 empresas, de 180 países, e abrange um total de 28 milhões de trabalhadores.

Em 2023, entre os fornecedores dos seg-

mentos considerados críticos, cinco foram submetidos à avaliação realizada por meio de auditoria, registrada na Sedex. Além disso, seis fornecedores estrangeiros foram identificados como de alto risco, com impactos sociais negativos, como excesso de horas de trabalho e ausência de cobertura por seguro social. Para um desses fornecedores, o Magalu elaborou um plano específico de ação para melhoria.

O TAMANHO DA CADEIA DE FORNECEDORES

Relevância econômica ressalta a necessidade de seleção criteriosa dos parceiros da empresa

33,2 bilhões
de reais foi o valor total gasto com fornecedores em 2023, considerando o Magalu e as empresas coligadas

4 700
é o total de fornecedores do Magalu

100%
dos novos fornecedores selecionados em 2023 passaram pela análise de integridade



Como incluimos

- Inclusão digital e empreendedorismo
- Gestão e desenvolvimento de pessoas
 - Diversidade e inclusão
- Doação e investimento social privado



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

INCLUSÃO DIGITAL E EMPREENDEDORISMO



O seller Rodrigo Dutra de Moraes, na sede da sua empresa, DD Máquinas, em Sorocaba (SP)

#descriçãodaimagem: De jeans, camisa polo e tênis, um homem está de pé, sorrindo, em uma loja com diversas máquinas

Com duas décadas de experiência no ramo de ferramentas, Rodrigo Dutra de Moraes construiu um negócio próspero na região de Sorocaba, no interior paulista. Formado em marketing, fundou há 18 anos a DD Máquinas. Moraes não demorou a perceber o potencial do *e-commerce*. Há 11 anos, quando as vendas online começaram a ganhar espaço no Brasil, o empreendedor ingressou no novo modelo de negócios. Em 2019, aderiu ao Magalu Marketplace, plataforma líder no comércio eletrônico brasileiro que oferece oportunidades para os vendedores cadastrados — os *sellers* — expandirem seus negócios online de forma eficiente e segura.

Fazer parte dessa plataforma impulsionou ainda mais os negócios da DD Máquinas, que possui hoje uma loja física de 3 000 metros quadrados e um centro logístico de 27 000 metros quadrados, ambos em Sorocaba. As vendas da empresa atingiram um patamar significativo e seus produtos passaram a ser coletados pelo Magalu Entregas. Em 2022, Moraes foi convidado para participar do projeto-piloto do *fulfillment* do Magalu, tornando-se o primeiro *seller* a adotar essa

modalidade, que possibilita ao comerciante estocar seus produtos nos centros de distribuição da Companhia. “O Magalu se preocupa muito em buscar o que há de melhor no mercado e em aperfeiçoar o modelo”, afirma Moraes. Essa filosofia se traduz em benefícios concretos para os *sellers*. “Desde que aderimos ao *fulfillment*, reduzimos nossos custos operacionais, e nossa receita mensal cresceu 30%.”

O *fulfillment* é uma modalidade ganha-ganha-ganha: tem vantagens para o consumidor, para o comerciante e para o Magalu. O consumidor se beneficia porque tem à disposição um portfólio maior de produtos e uma redução média de três dias no prazo final de entrega, com um custo menor de frete, o que é possível graças à otimização da logística. O *seller* ganha porque, com a estrutura fornecida pelo Magalu, pode manter o foco na estratégia comercial, sem se preocupar com a gestão de estoque ou com o despacho dos pedidos. E o Magalu tem vantagens porque consegue atender ainda melhor os seus clientes, garantindo a experiência da entrega mais rápida do Brasil com um número ainda maior de produtos. Atualmente, a Companhia

oferece um catálogo com mais de 128 milhões de ofertas disponíveis para venda no *marketplace*.

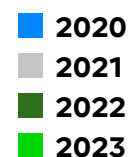
A FORÇA DO FULFILLMENT

O *fulfillment* já responde por 15% dos pedidos do *marketplace* do Magalu — no início de 2023, eram apenas 2%. Mais de 2 800 *sellers* usufruem dos benefícios de escala e eficiência proporcionados pelo modelo multicanal. É o caso do empresário Marcio Ferreira Gonçalves, do Planeta do Bebê, o maior *e-commerce* de varejo infantil do País. A marca conta com quatro lojas físicas, mas 95% do faturamento vem das vendas online.

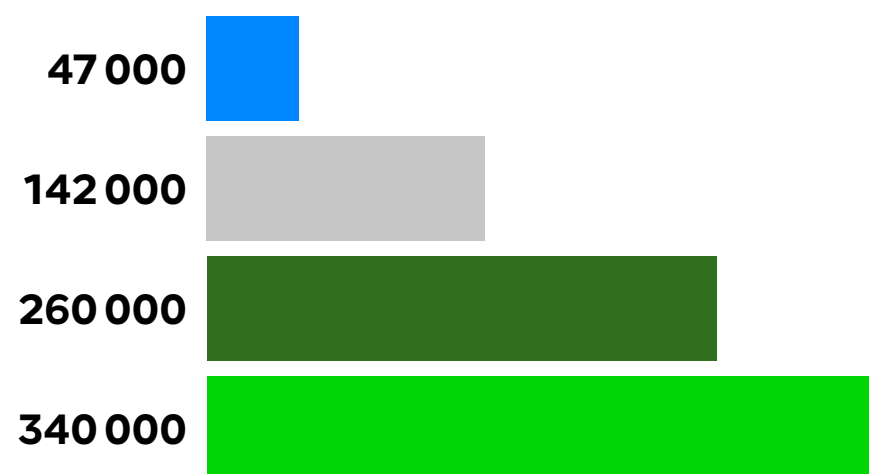
O Planeta do Bebê é hoje um dos principais parceiros do *marketplace* do Magalu. A implantação do *fulfillment* representou um divisor de águas. Depois de iniciar a operação nessa modalidade, o Planeta do Bebê passou a usar a estrutura logística do *marketplace*, conseguiu aumentar sua capacidade de processamento de pedidos e, claro, ampliou as vendas. “Com o *fulfillment*, nosso volume de pedidos cresceu 12 vezes”, diz Gonçalves. O Planeta do Bebê tem atualmente 20 000 peças

A EVOLUÇÃO DO MARKETPLACE

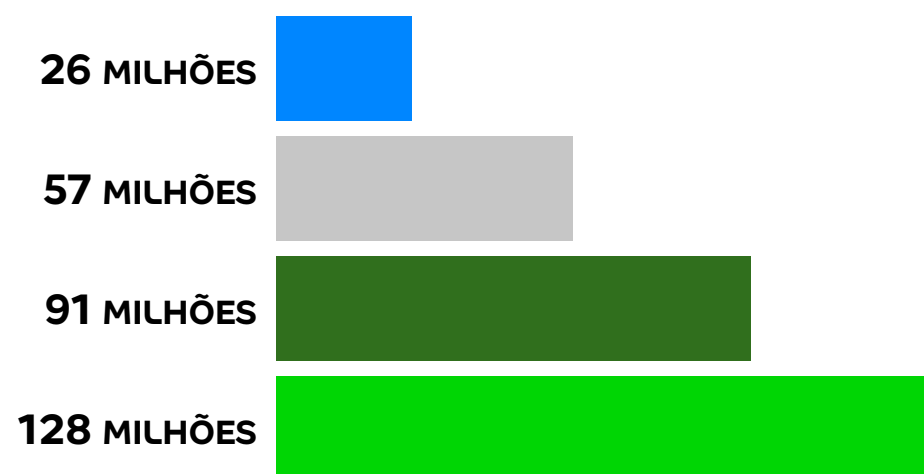
O crescimento do número de *sellers*, ofertas e parceiros Magalu



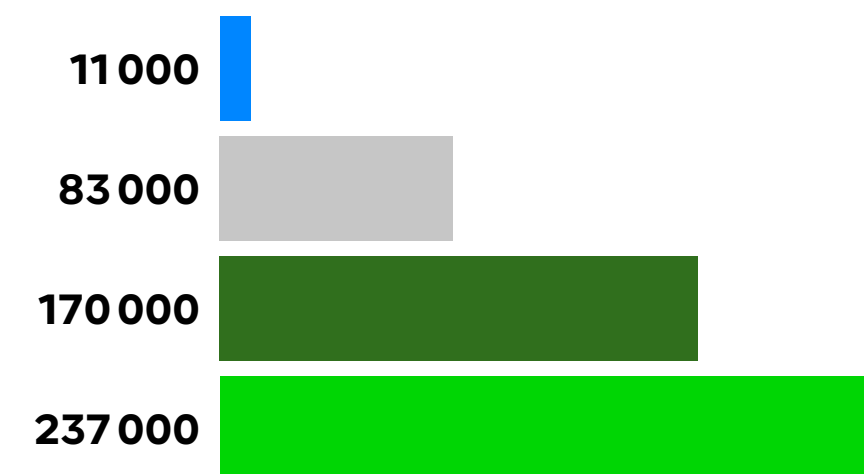
NÚMERO DE SELLERS



NÚMERO DE OFERTAS



NÚMERO DE PARCEIROS MAGALU



O CONTROLE DOS SELLERS E SEUS PRODUTOS

Os principais resultados do monitoramento em 2023

NÚMERO DE DENÚNCIAS DE IRREGULARIDADES RECEBIDAS

375 511

DENÚNCIAS CONSIDERADAS PROCEDENTES

340 471

ANÚNCIOS REMOVIDOS POR IRREGULARIDADES

338 223

PRODUTOS BARRADOS PELA BLOCK LIST

7%

NÚMERO DE SELLERS SUSPENSOS

Por 7 dias: **1 872**

Por 15 dias: **931**

Total: **2 803**

NÚMERO DE SELLERS BANIDOS

1 701

em estoque no centro de distribuição do Magalu — 97% dos pedidos são enviados à transportadora em até 24 horas.

“Hoje tenho uma escala no digital muito maior do que no analógico”, afirma Gonçalves. “No Magalu, são 15 milhões de acessos por mês. Antes, na loja, eu me esforçava para alcançar 150 000 visitas.” O empresário tem uma meta ambiciosa: “Daqui a cinco anos, meu objetivo é faturar 1 bilhão de reais”.

MUNDO SOCIAL

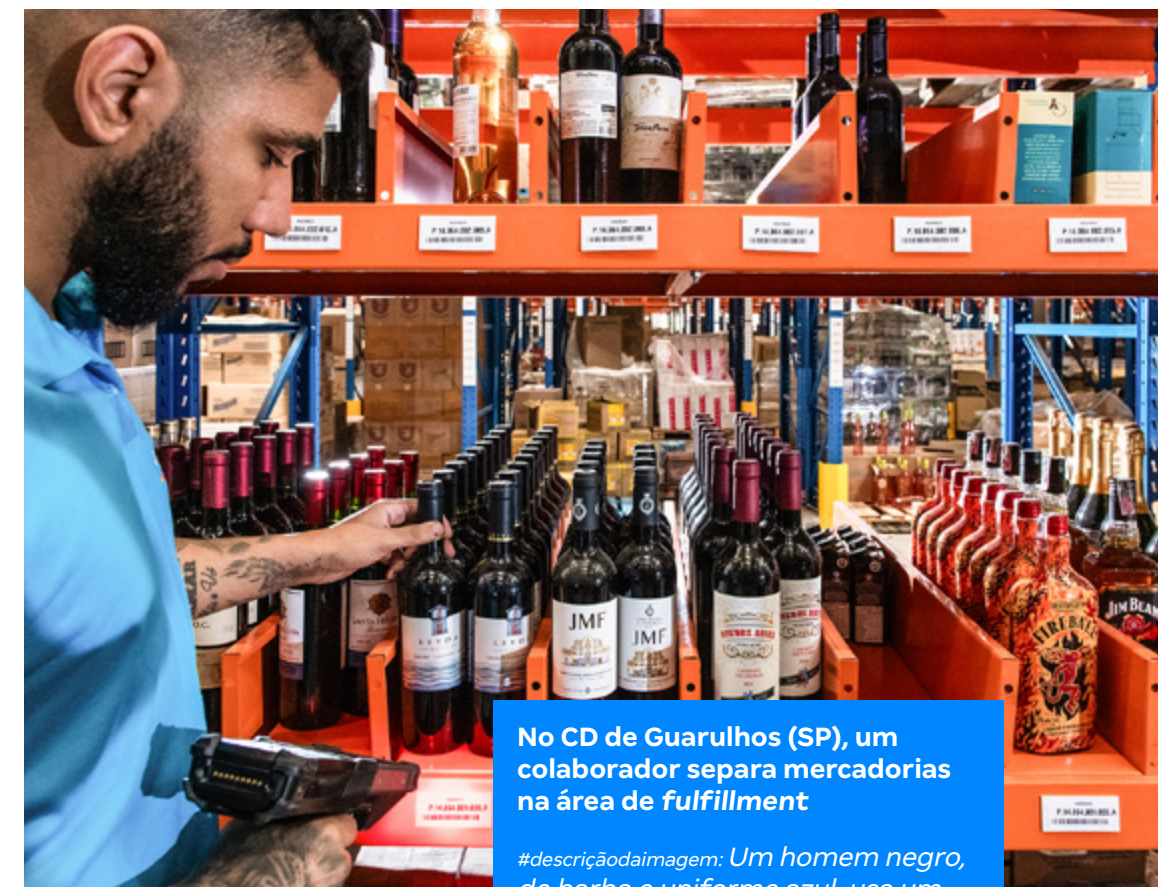
Não são apenas empresários do porte de Gonçalves que têm se beneficiado do Magalu Marketplace. Criado em 2019 como forma de impulsionar as receitas de entidades do terceiro setor por meio da venda de seus produtos no app Magalu, o projeto Mundo Social tornou-se um meio de promover a inclusão e a digitalização de negócios de impacto socioambiental (*saiba mais sobre Diversidade e Inclusão nas págs. 52-55*). Em 2023, o Magalu encerrou o ano com 89 sellers do Mundo Social, que contam com taxas reduzidas e outros benefícios para vender no marketplace. O faturamento desse grupo de parceiros somou 1,9 milhão de reais no ano, um crescimento de 56,6% em relação a 2022.

Em 2023, o Magalu realizou um amplo trabalho de divulgação do Mundo Social na mídia e nas redes sociais, além de promover um evento presencial para fortalecer a iniciativa. Entre as categorias mais vendidas por esses parceiros estão alimentos, moda, beleza, itens para pets, artesanato e papelaria, além de produtos veganos e que não são testados em animais.

O Mundo Social promove um impacto positivo na sociedade e impulsiona o movimento por um consumo mais consciente. Do total de sellers do Mundo Social, 51% são mulheres ou negros. Os parceiros desse grupo têm acesso gratuito a cursos da UniMagalu que abordam temas voltados para o desenvolvimento de seus negócios dentro do marketplace. Apesar dos avanços, o Magalu considera que ainda há muito trabalho a ser feito para promover a inclusão e o empreendedorismo. Por isso, está trabalhando para buscar sellers na Região Norte para reduzir o custo dos fretes e aumentar a visibilidade desses parceiros no app Magalu.

CONTROLE CONTÍNUO

Seja qual for o porte do seller, sua admissão no Magalu Marketplace ocorre após minuciosa análise, que inclui a checagem da situação no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) e da composição societária da empresa em diversos níveis. O processo envolve também a consulta e o monitoramento de listas de alerta, de restrições e de sanções públicas, além da inspeção em órgãos que monitoram irregularidades. Antes de



No CD de Guarulhos (SP), um colaborador separa mercadorias na área de fulfillment

#descriçãodaimagem: Um homem negro, de barba e uniforme azul, usa um equipamento portátil para conferir o código de barras de produtos, em uma prateleira de bebidas alcoólicas

ser admitida no marketplace, a empresa também deve comprovar que seus produtos são compatíveis com o registro na Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE). Cerca de 10% das empresas são bloqueadas nessa fase de análise.

Uma vez admitidos no marketplace, os sellers são submetidos a um monitoramento contínuo pela plataforma, que confronta os dados dos pedidos com as informações contidas nas notas fiscais para evitar a sonegação de impostos. Outra regra diz respeito aos produtos que não podem ser vendidos na plataforma — são os inegociáveis, que incluem itens como armas de fogo, cigarros eletrônicos e remédios, além de mercadorias sem nota fiscal, falsificadas, de origem ilegal, ilícitas ou que incitem a pornografia. O Magalu adota medidas para prevenir e combater a venda desses itens por meio de uma block list, que em



Dono do Planeta Bebê, o seller Márcio Ferreira Gonçalves adotou a modalidade de fulfillment

#descriçãodaimagem: Um homem branco, de pé nos primeiros lances de uma escada, segura duas caixas em um galpão repleto de mercadorias

O MUNDO SOCIAL EM 2023

A performance da ferramenta que inclui digitalmente os negócios de impacto socioambiental de grupos minorizados

89 *sellers*

1,9
milhão de reais de faturamento

56,6%
de crescimento em relação a 2022

51%
dos *sellers* são mulheres e negros

PRINCIPAIS CATEGORIAS:
ALIMENTOS, MODA, BELEZA, PET, ARTESANATO E PAPELARIA

2023 barrou 7% dos produtos dos *sellers*. A lista contém orientações de órgãos reguladores, como Anvisa, Inmetro e Anatel, além de informações repassadas por marcas que costumam ser vítimas de contrabando ou falsificação de produtos.

A Plataforma de Proteção de Marca (PPM) é outro instrumento para evitar a venda de produtos piratas, contrabandeados ou que violem a propriedade intelectual. Disponibilizada pelo Magalu aos fabricantes, permite a verificação das ofertas do site e do app. Ao identificar um produto suspeito de um *seller*, o fabricante pode acionar o Canal de Denúncia à Marca, e o Magalu pode requerer do vendedor a apresentação da nota fiscal de compra. Atualmente, 517 empresas dos segmentos de eletrônicos, vestuário e calçados esportivos, entre outros,

utilizam a PPM. O monitoramento de produtos ilegais é reforçado por uma empresa de consultoria contratada, que realiza varreduras periódicas no *marketplace*, utilizando diversas bases de dados para rastrear informações como preços discrepantes e lotes de produtos irregulares.

Além disso, o Magalu mantém em seu site um Canal de Denúncias para o reporte de atividades suspeitas. Por meio desse canal, qualquer pessoa pode denunciar a venda de produtos ilegais, falsificados ou de origem duvidosa. O canal também recebe denúncias de todo tipo de infração cometida pelos *sellers*. Em 2023, foram recebidas 375 511 denúncias de irregularidades. Dessas, 340 471 foram consideradas procedentes, o que resultou na remoção de 338 223 anúncios. Ao todo, 2 803 *sellers* receberam suspensões e 1 701 foram banidos da plataforma em 2023.

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

GESTÃO E DESENVOLVIMENTO DE PESSOAS



Um grupo de gerentes durante uma dinâmica de treinamento na Arena Magalu

#descriçãodaimagem: Sete mulheres de diferentes etnias estão sentadas formando um círculo. Elas sorriem enquanto estendem o braço para unir as mãos no centro da roda

O Magalu reconhece que seu maior ativo é o capital humano. Essa crença se traduz em um dos valores fundamentais da empresa: “Gente que gosta de gente” — e gosta de trabalhar em equipe, de forma colaborativa e respeitosa. Mais que uma filosofia, trata-se de uma prática que desde 1998 leva a Companhia a fazer parte do ranking As Melhores Empresas para Trabalhar, realizado pelo Great Place to Work (GPTW). Há seis anos, o Magalu está no top 5 da lista de empresas com mais de 10 000 funcionários no GPTW.

Além de promover continuamente o desenvolvimento de seus colaboradores, o Magalu realiza outras práticas para que cada um possa assumir a postura de dono, como o estímulo a *feedbacks* construtivos e a oportunidade de que todos tenham autonomia com responsabilidade. Em 2023, os colaboradores do Ecossistema Magalu realizaram, em média, 10 horas e 17 minutos de treinamentos. Os homens completaram 9 horas e 36 minutos, enquanto a média de tempo das mulheres nos treinamentos foi de 11 horas e 2 minutos.

PROGRAMA DE FORMAÇÃO DE GERENTES

O Magalu valoriza as “pratas da casa” quando abre novas vagas, uma forma de incentivar o plano de carreira e a ascensão profissional. Coerente com essa política, prioriza também a formação interna de lideranças. Uma das principais iniciativas nesse sentido é o Programa Gerente em Treinamento, que busca formar futuros gerentes de lojas, alinhando-os à cultura e à estratégia do negócio. Uma equipe dedicada acompanha a carreira dos participantes, elabora atividades e define o conteúdo do treinamento. O programa se caracteriza por oferecer um atendimento humanizado e envolve apoio emocional durante a transição e orientações de carreira e desempenho.

Com o objetivo de ampliar a equidade de gêneros no programa, o Magalu concede auxílios especiais para atrair mais mulheres para cargos de liderança. Entre os benefícios oferecidos para elas está a possibilidade de estagiar em locais a até 200 quilômetros da cidade de origem para proporcionar maior flexibilidade e proximidade com a família.

Além disso, o programa oferece o Cheque Mãe em dobro para colaboradoras que tenham filhos de até 10 anos e 11 meses, como ajuda nos custos com educação e cuidados.

Com duração de seis meses, o Programa Gerente em Treinamento é composto de dois módulos de práticas teóricas, seguidos de um estágio em lojas para exercitar o conhecimento adquirido. Os participantes também devem elaborar um plano de ação para aplicar os aprendizados no dia a dia e apresentar o trabalho de conclusão de curso para compartilhar os resultados do programa.

Para facilitar a transição do gerente para o novo cargo, o Magalu criou o Programa Primeiros Passos do Novo Gerente. Trata-se de um acompanhamento personalizado, feito pelo coordenador regional de gestão de pessoas, com duração de seis meses, contados a partir da data de efetivação do novo gerente. O objetivo é garantir uma adaptação eficaz e o contínuo desenvolvimento das competências e habilidades do novo líder, que contará também



Palestra da diretora executiva de gestão de pessoas, Patricia Pugas, para a turma do “Fala Magalu”, programa de influenciadores internos da Companhia. No telão, um colaborador

#descriçãodaimagem: Um grupo de pessoas acomodado em semicírculo olha em direção ao centro da sala, onde uma mulher branca fala com um microfone na mão. Ela está sentada numa poltrona. No fundo do ambiente, um telão mostra um homem de barba

ESCOLA DE LÍDERES

Os resultados dos treinamentos realizados em 2023



com um “gerente padrinho” para lhe oferecer suporte em questões relacionadas à rotina da loja.

COMPETÊNCIAS DE ALTA PERFORMANCE

Em 2023, o Magalu iniciou uma nova turma da Academia do Novo Varejo, que teve como patrocinador o CEO da empresa, Frederico Trajano. O programa busca desenvolver competências de alta performance nos gerentes de loja, aumentar seu repertório e proporcionar uma visão transversal do Magalu, reforçando no colaborador a postura de “dono do negócio”. O curso, que durou de março de 2023 a março de 2024, englobava dois módulos de certificação, com aulas teóricas ministradas por professores de referência no mercado e atividades práticas para consolidar o aprendizado.

O Magalu realizou também uma Academia do Novo Varejo para gerentes e coordenadores da área de logística e do Luiza Resolve, com o objetivo de desenvolver competências de alta performance. Estruturado em quatro módulos de conteúdo e um projeto final, o programa abordou diversos temas, como o novo varejo, inovação, logística do varejo, cultura centrada no cliente e liderança exponencial.

LIDERANÇA EM TODOS OS NÍVEIS

Para desenvolver profissionais em todos os níveis de liderança, o Magalu mantém um programa voltado para os gestores das lojas, que ocupam um nível hierárquico abaixo dos gerentes. Assim como nos demais cargos, a empresa prioriza o processo seletivo interno para valorizar os talentos da casa. Os gestores recém-promovidos participam de um programa de capacitação intensivo de três dias, o Primeira Liderança, projetado para aprimorar suas habilidades técnicas e comportamentais, a fim de garantir que possam desempenhar suas funções operacionais com excelência.

Além disso, o Magalu oferece o Programa Carreira em Suas Mãos, um curso preparatório para os que desejam fazer o programa Gerente em Treinamento. Os candidatos inscritos participam de encontros conduzidos pela

BENEFÍCIOS OFERECIDOS

Os colaboradores com contrato por tempo indeterminado têm direito a um pacote atraente de benefícios



PARA TODOS:

- Plano de saúde (3 opções)
- Plano odontológico
- Vale-alimentação ou refeição
- Vale-transporte
- Previdência privada com contribuição adicional da empresa
- Linhas de crédito especiais
- Consórcio com condições diferenciadas



PARA FUNCIONÁRIOS COM DEFICIÊNCIA, HÁ PRERROGATIVAS EXTRAS, COMO:

- Isenção da mensalidade do plano de saúde do titular
- Possibilidade de solicitar bolsas de estudo seis meses após a admissão
- Subsídio no Gympass, nos custos de desenvolvimento e cuidado com os filhos



PARA COLABORADORES COM FILHOS:

- Grávidas recebem acompanhamento personalizado, têm acesso a cursos online no Portal Luiza e desfrutam de um desconto de 25% nas compras de itens para bebês vendidos pelo Magalu. Além disso, a empresa concede seis meses de licença-maternidade e 20 dias de licença-paternidade. Após o retorno ao trabalho, as colaboradoras têm direito ao Cheque Mãe, um auxílio financeiro de 400 reais para despesas relacionadas à educação e ao cuidado de crianças de até 11 anos. Esse benefício é estendido a funcionários em união homoafetiva com filhos e viúvos. Os pais de pessoas com deficiência recebem o Cheque Educação Especial — para o qual não há limite de idade —, que tem o objetivo de auxiliar nos custos de desenvolvimento e cuidado com os filhos.

equipe de treinamento e desenvolvimento, e são submetidos a uma análise de requisitos básicos, que envolvem tempo de empresa e de cargo, histórico de auditoria e avaliação comportamental.

EDUCAÇÃO CONTINUADA PARA TODOS

A educação é um pilar no desenvolvimento pessoal e profissional dos colaboradores do Magalu. Por essa razão, são mantidas iniciativas que visam promover a educação continuada. Em vigor desde 1992, o Programa Saber Luiza concede bolsas de estudo a funcionários que desejam ampliar seus horizontes nas esferas pessoal e profissional. O benefício contempla todos os colaboradores com mais de

um ano de empresa que obtêm parecer favorável de seus líderes imediatos. O valor do auxílio varia de acordo com o curso escolhido (graduação, pós-graduação, idiomas ou complementares) e o tempo de casa do colaborador.

O Portal do Saber é uma ferramenta que se mostra cada vez mais crucial para a integração e o desenvolvimento dos colaboradores, além de contribuir para os resultados do negócio. Os conteúdos online são elaborados em diversos formatos (vídeos, podcasts, PDFs, infográficos etc.) para facilitar a aprendizagem e impulsionar a performance de todos no dia a dia. O material é criado levando em consideração a cultura, os valores e os comportamentos esperados pela Companhia.

Saiba mais

Sobre o perfil dos colaboradores nas [págs. 21-22](#), [52-55](#) e nos Anexos, [págs. 72-74](#).



Reunião do grupo de afinidade Quilombo, focado na temática racial

#descriçãodaimagem: Doze pessoas de pé e oito sentadas, com roupas coloridas e despojadas, sorriem à frente de um painel digital onde está escrito "Posicionamento Estratégico"

GRI 3-3

DIVERSIDADE E INCLUSÃO

A ambição do Magalu é ser um microcosmo da pluralidade demográfica do Brasil. A Companhia trabalha ativamente para que haja representatividade de todos os grupos em todos os níveis hierárquicos e áreas. Não se trata apenas de um ideal justo e correto: quanto mais heterogêneo for o quadro de colaboradores, maior será a identificação com os 37 milhões de clientes espalhados pelo País. Diversidade e inclusão são atributos importantes para realizar mais e melhores negócios, engajar times, atrair talentos, trazer inovação e contribuir para a reputação da marca. Por isso, o Magalu tem um trabalho histórico, consistente e estratégico nesse sentido.

Entre as iniciativas para tornar a Companhia um lugar de trabalho onde todos se sintam acolhidos, valorizados e com iguais oportunidades de crescimento, existem os grupos de afinidade, criados em 2020. São comunidades formadas por colaboradores voluntários que têm como missão apoiar a Companhia em sua jornada de diversidade e inclusão. Cada grupo mantém suas respectivas pautas, porém com objetivos comuns: fomentar espaços seguros de escuta e pertencimento, apoio mútuo, debates e letramento.

Durante 2023, os grupos de afinidade se fortaleceram. Dedicado à temática do gênero feminino, o Vozes passou de 500



ESPAÇO DE ESCUTA E APOIO MÚTUO

Os grupos de afinidade em números

GRUPO DE AFINIDADE	PAUTA	NÚMERO DE MEMBROS
Vozes	Gênero	mais de 500
Para Todos	Pessoas com deficiência	133
Quilombo	Raça	mais de 900
Diversifica	LGBTQIA+	mais de 1 000

membros, que usufruem de encontros e conversas sobre o tema. O Para Todos, voltado para pessoas com deficiência, alcançou 133 membros e tem como objetivo a ampliação e a conscientização, além da promoção da inclusão dentro da empresa. O Quilombo, focado na temática racial, ultrapassou 900 integrantes, que debatem iniciativas de diversidade étnica e cultural e de combate ao racismo. Há ainda o Diversifica, dedicado à comunidade LGBTQIA+, com mais de 1 000 integrantes, voltado para a promoção da diversidade sexual e de gênero.

Os grupos organizaram, ao longo de 2023, mais de 100 reuniões e conduziram mais de 100 horas de debates sobre temas diversos. Foram realizadas também oito palestras, incluindo a participação da artista *drag queen* Rita von Hunty no evento do mês do orgulho LGBTQIA+ e um painel organizado pelo grupo Para Todos com a jornalista Mariana Rosa, especialista em inclusão de pessoas com deficiência. O grupo Quilombo promoveu um encontro com a ativista negra Benilda Brito, enquanto o Vozes abordou, durante uma reunião aberta para colaborado-

ras, temas como autoestima e relacionamentos. Outra iniciativa de destaque foi a parceria do Quilombo com a ONG Mover (Movimento pela Equidade Racial), que ofereceu 276 bolsas de inglês para pessoas pretas e pardas da empresa.

PESSOAS COM DEFICIÊNCIA

O Magalu desenvolve ações específicas para gerar oportunidades para as pessoas com deficiência. O objetivo é promover a inclusão plena desses colaboradores, garantindo os recursos necessários para o desempenho eficaz de suas funções. Isso envolve a concessão de recursos de acessibilidade em diferentes áreas, como arquitetônica, instrumental, comunicacional e metodológica, para proporcionar um ambiente inclusivo e acessível. Além disso, o Magalu oferece benefícios exclusivos aos colaboradores com algum tipo de deficiência, como custeio do plano de saúde, subsídio para o benefício Gympass e bolsa de estudos.

Adicionalmente, o Magalu investe em letramento de lideranças e equipes com o objetivo de sensibilizar e capacitar os gestores e colegas para promover a diversidade e a inclusão no ambiente de trabalho, uma iniciativa que tem impacto positivo na cultura organizacional. Em 2023, o programa de inclusão alcançou 651 colaboradores.

Outra prática nova implementada foi o programa Div.arejo, que capacitou colaboradores com algum tipo de deficiência física contratados para atuar em diversos cargos nas lojas, como vendedores, assistentes de vendas e auxiliares de limpeza. A Companhia colocou à disposição uma equipe de profissionais para apresentar os benefícios, e o programa de inclusão e também promoveu uma roda de conversa. Para falar sobre questões comportamentais, convidou a consultoria Talento Incluir, que abordou temas como carreira, inteligência emocional, protagonismo e proatividade, marketing pessoal e profissional. Ao todo, o Div.arejo treinou 36 colaboradores.

PROFISSIONAIS DE TODAS AS IDADES

O Magalu considera que ter profissionais de diferentes idades é essencial para um ambiente de trabalho rico em troca de experiências e conhecimento. A presença de colaboradores de diversas faixas etárias contribui para a criação de uma cultura organizacional mais inclusiva e adaptável às mudanças, permitindo que a empresa se beneficie da variedade de perspectivas e habilidades que cada geração traz consigo.

Dentro dessa perspectiva, o Luiza Resolve — a área de atendimento ao cliente do Magalu — deu continuidade ao Programa 50+, com foco nas habilidades e na progressão de carreira dos participantes da primeira edição (iniciada em 2021). Além disso, realizou a seleção de uma nova turma 50+. O projeto busca equilibrar a representatividade de pessoas com idade acima de 50 anos, proporcionando um mix de expertises crucial para a boa experiência do cliente final. Desde o processo de seleção até o treinamento, ainda em curso, foram tomadas todas as medidas para garantir que essas pessoas se sintam integradas e acolhidas no Magalu. Em 2023, o Programa 50+ contratou sete profissionais com mais de 50 anos.

Em outra frente, o Programa Jovem Aprendiz do Magalu conta com mais de 1 700 colaboradores em todas as unidades de negócio. O foco é a contratação de jovens em situação de vulnerabilidade ou de baixa renda, por meio de parcerias com organizações como Trampo Justo, Primeira Chance, Abrigo Santa Fé, Instituto PROA, Casa Dom Macário e Celeiro Vó Tunica, entre outras. O programa tem como objetivo aumentar a empregabilidade entre os jovens e servir de porta de entrada

para o mercado de trabalho. Em 2023, 153 jovens foram efetivados no Magalu após o término de seus contratos e atuam agora em diversas áreas da empresa.

COMBATE À VIOLÊNCIA CONTRA A MULHER

Em março, no Dia Internacional da Mulher, o Magalu lançou a segunda edição do fundo para financiamento de Organizações da Sociedade Civil (OSCs) dedicadas ao combate à violência contra a mulher. O fundo apoia entidades de pequeno, médio ou grande porte que atuem na geração de renda, no acesso à Justiça ou no suporte a mulheres. O objetivo é fortalecer o sistema de apoio às vítimas de violência de gênero, financiando as organizações selecionadas para gerar impacto contínuo por meio de seus projetos. Em 2023, o fundo destinou 2,2 milhões de reais aos projetos (desde 2020, foram 4,8 milhões de reais).

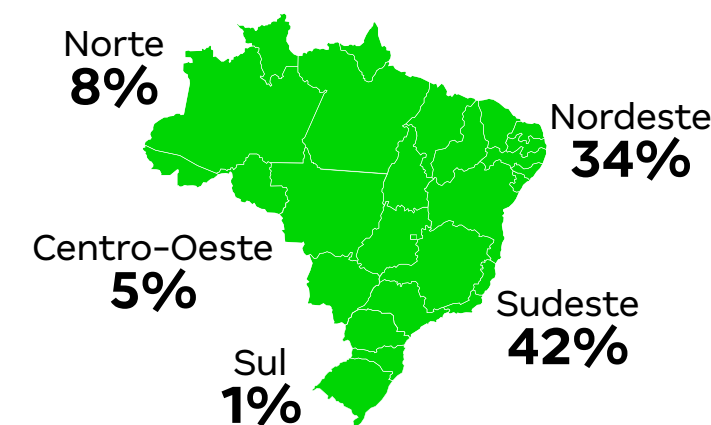
O Edital Magalu de Combate à Violência Contra a Mulher 2023 recebeu 702 inscrições durante os 38 dias em que esteve aberto, um aumento de 53% em relação ao edital de 2020. Projetos dos 27 estados e 294 cidades pleitearam os recursos, que variam de 100 000 a 150 000 reais e serão destinados a

FUNDO EM DEFESA DAS MULHERES

Em 2023, o Magalu publicou um edital para selecionar projetos de combate à violência contra a mulher. Confira os números:

INSCRIÇÕES:

702 projetos de Organizações da Sociedade Civil (OSC), de **294 cidades** brasileiras



TOTAL DE PROJETOS APROVADOS:

20
 4 de grande porte, que receberam **150 000** reais cada um
 16 de médio porte, que receberam **100 000** reais cada um

RECURSOS TOTAIS APROVADOS:

2,2 milhões de reais

NÚMERO DE BENEFICIÁRIOS DIRETOS:

2 763 pessoas por mês





20 OSCs. Mais de 290 das OSCs inscritas eram das regiões Norte e Nordeste do Brasil, um crescimento significativo de 15% em relação ao edital anterior.

Além do financiamento, as organizações selecionadas terão acesso a oportunidades de aceleração pela Phomenta, instituição que apoia empreendedores sociais no Brasil, com consultoria especializada em educação, gestão e inovação. Ao todo, 2 763 pessoas por mês serão beneficiadas diretamente pelo fundo, evidenciando o impacto positivo e abrangente das iniciativas do Magalu no combate à violência contra a mulher em todo o País (*saiba mais na [pág. 57](#)*).

CAPACITAÇÃO INCLUSIVA

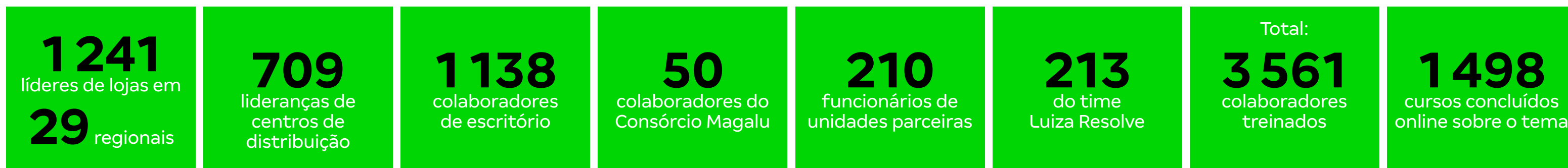
Para cultivar um ambiente de trabalho verdadeiramente inclusivo, no qual todos os colaboradores se sintam valorizados e respeitados, independentemente de suas diferenças, é fundamental oferecer capacitação contínua sobre diversidade. Em 2023, diferentes equipes participaram de treinamentos em temas como viés inconsciente, privilégio branco e questões jurídicas. No total, 3 561 colaboradores passaram por algum tipo de prática presencial, além de 1 498 profissionais que concluíram os cursos disponíveis no portal interno da empresa sobre esses assuntos.

Para 2024, está prevista a implementação de uma nova trilha de aprendizagem sobre Diversidade, Equidade e Inclusão, composta de cinco módulos adicionais. Além disso, será criado um canal exclusivo dedicado ao tema para facilitar a localização dos cursos e ampliar seu alcance entre os colaboradores.

Saiba mais
Sobre o perfil dos colaboradores nas [págs. 21-22, 49-51](#) e nos Anexos, [págs. 72-74](#).

LETRAMENTO CONTÍNUO

Áreas e colaboradores que passaram pelo treinamento de diversidade em 2023



GRI 3-3 | 203-1 | 203-2 | 413-1

DOAÇÕES E INVESTIMENTO SOCIAL PRIVADO

Em 2023, o Magalu deu sequência a um trabalho iniciado em março de 2020, quando a Companhia criou uma estrutura de investimentos sociais para enfrentar a epidemia de covid-19. O compromisso inicial de doar 50 milhões de reais — provenientes das famílias Trajano e Garcia, fundadoras da empresa, e do próprio Magalu — ganhou tração em 2023 com o acréscimo de mais 10 milhões de reais.

À frente das iniciativas está um comitê liderado por Luiza Helena Trajano, presidente do Conselho de Administração, do qual fazem parte representantes de áreas da empresa para operacionalização. Foram criados mecanismos para garantir a efetiva distribuição do auxílio àqueles que mais necessitam, incluindo o acompanhamento pessoal das entregas pelos colaboradores do Magalu em todo o Brasil. Parcerias com líderes co-

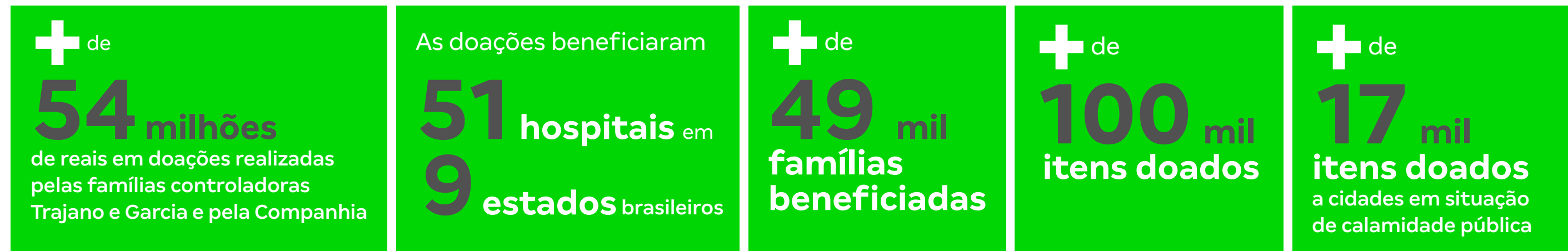


Evento do coletivo Mulheres da Parada, iniciativa em São Gonçalo (RJ) que recebe o apoio do Magalu

#descriçãodaimagem: Cinco mulheres usando avental, camiseta e turbante estão diante de uma bancada, com batedeiras de bolos vermelhas

RETRIBUIÇÃO À SOCIEDADE

O balanço das contribuições realizadas pelo Magalu desde 2020





CLIQUE E CONHEÇA AS INICIATIVAS APOIADAS PELO FUNDO DE COMBATE À VIOLÊNCIA CONTRA A MULHER



às empreendedoras que passam pela organização.

munitários foram estabelecidas para entender as necessidades reais das comunidades vulneráveis.

Ao longo de 2023, o Magalu doou um total de 1 010 969,67 reais. Esse valor foi utilizado na distribuição de diversos produtos, como eletrodomésticos, brinquedos e móveis, para ONGs e instituições sem fins lucrativos. As famílias fundadoras doaram mais 4 501 728,58 reais, totalizando um investimento social privado de 5 512 698,25 reais. O comitê continua seu trabalho, reunindo-se mensalmente para aprovar os pedidos de donativos, monitorar os indicadores-chave e priorizar a compra local de itens com o objetivo de beneficiar empresas e pequenos empreendedores.

FUNDO DE COMBATE À VIOLÊNCIA CONTRA A MULHER

Outro investimento social relevante da Companhia é o Fundo Magalu de Combate à Violência Contra a Mulher, iniciativa criada em agosto de 2020 para apoiar entidades dedicadas à causa. Até o momento, foram destinados 4,8 milhões de reais para projetos, abrangendo os editais de 2020 e 2023. O Fundo atua em conjunto com outras iniciativas para fortalecer o sistema de apoio às vítimas de violência de gênero, com financiamento a organizações selecionadas para garantir um impacto contínuo por meio de seus projetos. Em 2023, o Fundo destinou 2,2 milhões de reais para esse fim.

Além do financiamento direto, as organizações selecionadas também recebem suporte adicional. Esse apoio inclui a participação na Aceleração da Phomenta, que oferece consultoria especializada em educação, gestão e inovação de Organizações da Sociedade Civil (OSCs), além do acesso à Comunidade Magalu

de OSCs participantes do programa. Das 20 organizações selecionadas, 16 são de médio porte, que receberam um aporte de 100 000 reais cada uma, enquanto quatro são de grande porte, com um aporte de 150 000 reais.

PROJETO JUSTICEIRAS

Em 2021, o Magalu reforçou sua atuação no combate à violência contra a mulher com a inclusão de um botão para denúncias no app. Os casos são direcionados para o projeto Justiceiras, um programa que oferece suporte às vítimas em até 24 horas. A rede de apoio é multidisciplinar e composta de profissionais voluntárias de diversas áreas, como direito, psicologia, assistência social e medicina.

O programa vai além do apoio imediato. Orienta na elaboração de boletins de ocorrência e na solicitação de medidas protetivas, fornece informações e fortalece e encoraja as vítimas de violência. O objetivo é guiar essas mulheres em todo o processo, desde o registro da violência até a busca por seus direitos.

Em 2023, o botão Justiceiras no app Magalu atendeu 162 casos e os encaminhou para acompanhamento especializado. Do total de mulheres que acessaram o serviço, 63 buscaram ajuda pela primeira vez por meio da plataforma. A gravidade dos casos variou: 39 foram considerados de alta gravidade, 73 de média gravidade e 50 de baixa gravidade.

O projeto Justiceiras se configura como um canal alternativo e eficaz no combate à violência de gênero. A rede de solidariedade e empatia criada pelo programa permite que mulheres compartilhem suas experiências e recebam o apoio necessário para enfrentar essa realidade (*saiba mais nas [págs. 52-55](#)*).

PROJETO JUSTICEIRAS

Os resultados de 2023 da união do Magalu com o programa multidisciplinar

NÚMERO DE MULHERES ATENDIDAS

162

CLASSIFICAÇÃO DOS CASOS ATENDIDOS

Alta gravidade: 39

Média gravidade: 73

Baixa gravidade: 50

NÚMERO DE MULHERES QUE PEDIRAM AJUDA VIA JUSTICEIRAS PELA PRIMEIRA VEZ

63

NÚMERO DE CASOS ENCAMINHADOS

162

(100% de atendimento)



5

O que fazemos pelo planeta

- Mudanças climáticas
- Embalagens e resíduos
- Uso de recursos naturais

GRI 3-3 | 305-1 | 305-2 | 305-3 | 305-4 | 305-5

MUDANÇAS CLIMÁTICAS

Um relatório da Organização Meteorológica Mundial (OMM) apontou que 2023 foi o ano mais quente dos 174 anos já monitorados. Ainda de acordo com o documento, a temperatura média global perto da superfície superou em 1,45° C a média da era pré-industrial. Frear o aumento da temperatura global para evitar os piores efeitos das mudanças climáticas é dever de todos: indivíduos, empresas, governos. No Magalu, a responsabilidade com a sociedade e com o meio ambiente vai além das obrigações legais e econômicas.

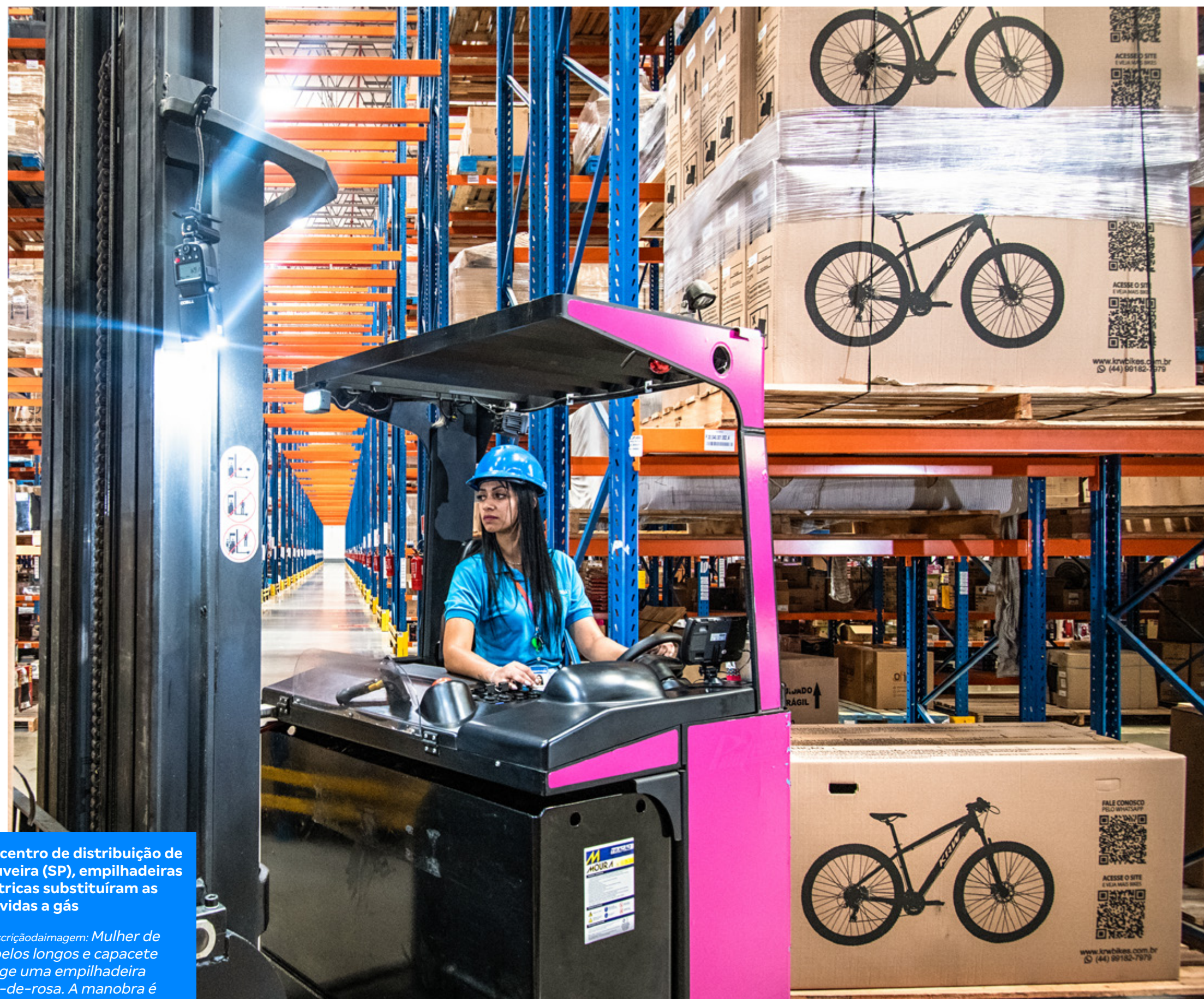
Desde 2017, a Companhia realiza anualmente o inventário de gases de efeito estufa (GEE) de acordo com a metodologia do GHG Protocol, referência global para a gestão das emissões. Em 2019, os resultados passaram a ser publicados no Registro Público de Emissões, plataforma online que abriga o maior banco de dados de inventários corporativos de emissões na América Latina. O Magalu também responde todos os anos ao questionário CDP de Mudanças Climáticas, uma ferramenta de avaliação de desempenho da Companhia na questão climática.

IMPACTO NA CADEIA DE VALOR

No caso do Magalu, o impacto nas emissões de GEE concentra-se na logística de produtos (Escopo 3),

No centro de distribuição de Louveira (SP), empilhadeiras elétricas substituíram as movidas a gás

#descriçãodaimagem: Mulher de cabelos longos e capacete dirige uma empilhadeira cor-de-rosa. A manobra é feita diante de prateleiras repletas de mercadorias





EFEITO ESTUFA

O GHG Protocol classifica e quantifica as fontes de emissões de uma organização em três categorias



ESCOPO 1

Abrange as emissões diretas, provenientes de fontes que pertencem à empresa ou são controladas por ela, como veículos de frota própria e equipamentos de refrigeração.



ESCOPO 2

Refere-se às emissões indiretas associadas à geração de energia elétrica.



ESCOPO 3

Inclui as demais emissões indiretas que ocorrem na cadeia de valor da empresa, como transporte e distribuição de produtos, viagens de negócios e produção de bens e serviços adquiridos.

com 90,1% do total. Em outras palavras, a maior parte das emissões do Magalu está associada às atividades de transporte e distribuição dos produtos vendidos, reflexo da complexidade e da extensão da cadeia logística da empresa.

As emissões diretas (Escopo 1) representam 7,1% e, embora menores, indicam a necessidade de uma gestão eficiente dos recursos operacionais e de controle das fontes de emissão dentro das próprias instalações e da frota. Em 2023, o Magalu registrou uma pequena elevação das emissões de Escopo 1 em razão do aumento das emissões relacionadas ao gás utilizado nos equipamentos de refrigeração. As emissões indiretas (Escopo 2), decorrentes da compra de energia, somam 2,8%. O Magalu ampliou o investimento na geração de energia limpa, como a energia solar (*leia mais sobre energia nas [págs. 69-70](#)*), e assim garantiu 100% de energia renovável em suas operações e lojas.

O GHG Protocol estabelece duas formas de classificação das emissões advindas da eletricidade. Na abordagem de localização, que quantifica as emissões de GEE com base na média das emissões de geração de eletricidade do Sistema Interligado Nacional (SIN), o desempenho do Magalu foi 7,63% menor em 2023. Isso significa que, mesmo consumindo energia da rede elétrica geral, a empresa contribuiu menos para o aquecimento global graças ao aumento da utilização de fontes renováveis no SIN, como o cenário favorável para a geração de energia hidrelétrica.

Pela abordagem de escolha de compra, que considera as emissões de GEE de acordo com a fonte de geração de eletricidade, as emissões de Escopo 2 do Magalu permanecem zeradas devido aos investimentos realizados em geração e na aquisição de energia 100% renovável, seja por meio de usinas solares próprias, seja mediante a compra de certificados de energia renovável (I-RECs).

DEMAIS EMISSÕES INDIRETAS

Em relação às demais emissões indiretas (Escopo 3), a Companhia reduziu 10,7% de sua pegada de carbono em 2023. Isso porque, entre outros motivos, houve uma queda de 19% nas emissões relacionadas ao uso de embalagens em suas operações (categoria de Bens e Serviços Comprados), consequência dos esforços para diminuir o uso de embalagens por pedido e da adoção de alguns insumos de origem reciclada, além do desempenho das operações.

Na categoria de Transporte e Distribuição, que abrange as emissões relacionadas à entrega de produtos em lojas, CDs, casas dos clientes e afins, o Magalu obteve uma redução de 20% nas emissões de CO₂, o equivalente a cerca de 30 000 toneladas. Esse resultado foi



A usina fotovoltaica de Taubaté (SP) fornece energia para 24 filiais da Companhia

#descriçãodaimagem: Sob o céu azul, dois homens vestindo uniformes de segurança conferem o funcionamento de painéis solares instalados em um gramado

obtido em decorrência de um conjunto de medidas implementadas no último ano. Entre elas está a execução de um estudo minucioso da frequência de abastecimento e transferências e do desenho das rotas percorridas pelos veículos, o que permitiu à Companhia reduzir cerca de 180 000 quilômetros em comparação com as rotas anteriores.

Vale salientar os benefícios da estratégia multicanal do Magalu, que combina o mundo físico das lojas com o digital para oferecer uma experiência de compra mais completa e conveniente a seus clientes. Atualmente, 48% dos pedidos vendidos pela Companhia passam pelas lojas físicas. A multicanalidade contribui para a redução das emissões de CO₂, uma vez que as lojas funcionam como centros de distribuição para os pedidos online, com redução de custos e melhoria da experiência de entrega dos produtos aos clientes.

NOVAS OPORTUNIDADES DE DESCARBONIZAÇÃO

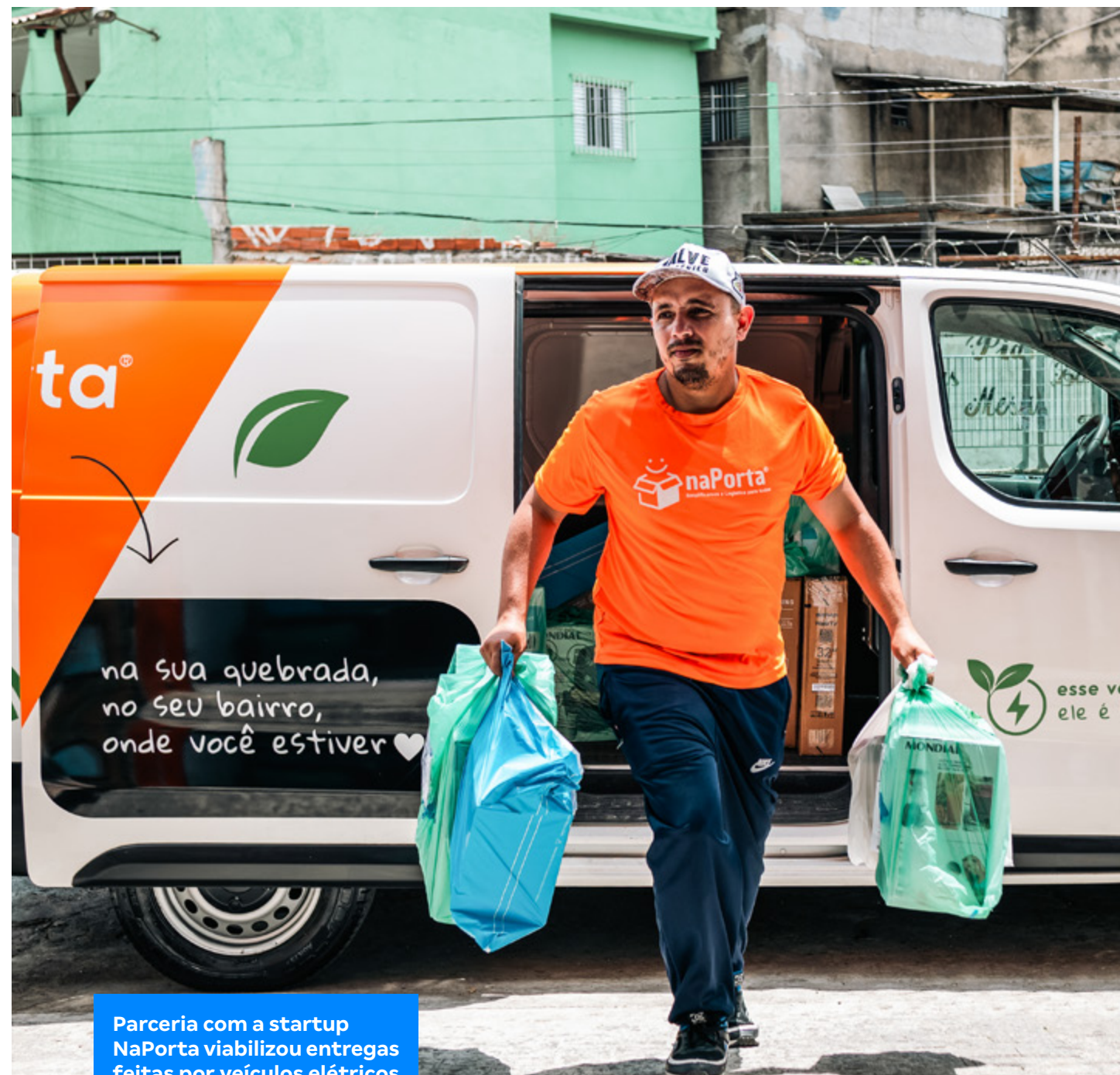
Em 2023, a Companhia deu início a um projeto que beneficiará ainda mais os clientes em São Paulo e no Rio de Janeiro. Em parceria com a startup NaPorta, passou a viabilizar entregas de compras online em regiões de difícil acesso, como áreas que não têm mapeamento de CEPs. Como parte dessa iniciativa, 2 600 entregas foram realizadas por veículos elétricos na cidade de São Paulo e estamos estudando aumentar esse número em outras localidades do estado de São Paulo e no Rio de Janeiro.

Isso resultará na redução de emissões e reforçará ainda mais o compromisso do Magalu com a inclusão e a acessibilidade, garantindo que todos possam desfrutar da conveniência das compras online e de entregas rápidas, com baixa ou nenhuma emissão de carbono, independentemente de onde estejam.

INTENSIDADE DE EMISSÕES

As ações de melhoria da Companhia na gestão das emissões de gases de efeito estufa resultaram em um indicador de intensidade de emissões de GEE de 4,928 tCO₂e/R\$ milhão em 2023. Esse resultado representou uma redução de 7% em relação a 2022, quando o indicador foi de 5,302 tCO₂e/R\$ milhão.

Tal indicador mede a quantidade de toneladas de CO₂ equivalente (tCO₂e) emitidas pela empresa em relação à sua receita operacional líquida (ROL). Ou seja, representa a eficiência ambiental do Magalu e demonstra quanto a Companhia emite de GEE para gerar cada real de receita — quanto menor o valor, maior a eficiência na gestão das emissões. O cálculo desse indicador considera as emissões dos Escopos 1, 2 e 3.



Parceria com a startup NaPorta viabilizou entregas feitas por veículos elétricos na cidade de São Paulo (SP)

#descriçãodaimagem: Homem de camiseta laranja carrega sacolas plásticas diante de um carro de entregas branco e laranja com o símbolo que indica veículo elétrico

BOAS PRÁTICAS RECONHECIDAS

O Magalu conquistou importantes avanços na área de sustentabilidade:

- Está entre as empresas listadas no Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), da B3, pelo terceiro ano consecutivo.
- Faz parte, pelo quarto ano consecutivo, do Índice de Carbono Eficiente (ICO₂), que indica o compromisso com uma economia de baixo carbono.
- Manteve o score C no índice CDP, principal iniciativa do setor financeiro para gestão das mudanças climáticas pelas empresas.
- Obteve, pelo quarto ano consecutivo, o selo Ouro do Programa Brasileiro GHG Protocol.

RISCOS CLIMÁTICOS

Uma estratégia para mitigar os efeitos das mudanças climáticas e potencializar as oportunidades

Desde 2021, o Magalu adota uma agenda dedicada aos riscos climáticos, alinhada às recomendações da Força-Tarefa sobre Divulgações Financeiras Relacionadas ao Clima (TCFD). A Companhia monitora todos os riscos decorrentes das mudanças climáticas em suas operações e prepara-se constantemente para enfrentar esses desafios, ao mesmo tempo que busca identificar e capitalizar as oportunidades de negócios que possam emergir desse novo contexto.

A TCFD — iniciativa global criada em 2015 pelo Conselho de Estabilidade Financeira (FSB) — recomenda que as empresas divulguem suas ações relacionadas ao clima em quatro frentes: governança, estratégia, gestão de riscos, métricas e objetivos. Essa divisão permite a negócios dos mais variados setores utilizar as diretrizes e comparar seus desempenhos.

GOVERNANÇA

A cada trimestre, o Comitê de Pessoas e Cultura Organizacional do Conselho de Administração do Magalu avalia os planos de ação relacionados ao tema e o cumprimento das metas, conforme acompanhado no painel da diretoria executiva. Indicadores internos ajudam a monitorar o cumprimento dessas metas, que são revisadas

mensalmente pelos comitês temáticos para fins de apuração e bonificação financeira das equipes envolvidas. Com um trabalho mais aprofundado sobre os impactos dos riscos e as oportunidades climáticas, o tema vem ganhando destaque nas discussões do Conselho de Administração do Magalu.

ESTRATÉGIA

Em 2023, a Companhia aprofundou a análise dos riscos e das oportunidades previamente identificados, com o objetivo de elaborar planos de ação para mitigar os efeitos dos eventos climáticos em suas operações.

Esse processo resultou na identificação de novos riscos de transição que não haviam sido contemplados em sua matriz inicial, assim como na descoberta de novas oportunidades (veja quadro na [página seguinte](#)).

GESTÃO DOS RISCOS

Após a rodada de aprofundamento na matriz de riscos e oportunidades climáticas, o Magalu passou a trabalhar no gerenciamento dos impactos desses riscos. Eventos extremos recentes, como as secas no rio Amazonas e as chuvas intensas no Rio Grande do Sul, demonstram a urgência e a importância desse esforço.

Com a nova versão da matriz, serão realizadas reuniões com as áreas envolvidas em cada

plano de ação para verificar a necessidade de eventuais ajustes. A partir daí, os impactos financeiros dos riscos climáticos no negócio serão revisitados visando ao curto, ao médio e ao longo prazo. O Magalu está comprometido com a abordagem desses novos desafios de forma proativa e transparente, a fim de garantir a sustentabilidade e a resiliência de todas as suas operações no futuro.

MÉTRICAS E OBJETIVOS

A empresa publica seus inventários de emissões de gases de efeito estufa (GEE) no GHG Protocol desde 2020 e divulga todos os dados referentes às ações climáticas no CDP. Nos últimos anos, desenvolveu vários projetos-piloto para reduzir o potencial de emissões das operações. A curva MAC, ferramenta que identifica os projetos de redução de carbono mais efetivos em termos de custo, será finalizada em 2024.

Em 2023, com o apoio de uma consultoria especializada, o inventário de emissões foi submetido a um escrutínio e provou-se robusto para permitir a elaboração de metas. Atualmente, o Magalu avalia a viabilidade de submeter suas metas à SBTi (metas baseadas na ciência, em português), iniciativa que estabelece métodos e ferramentas para que as empresas definam objetivos de redução de emissões baseados na ciência.





RISCOS DE TRANSIÇÃO

Os riscos de transição, como o nome sugere, são aqueles associados ao processo de transição para uma economia de baixo carbono. Em relação aos riscos relacionados à regulamentação emergente sobre o clima, foi mapeada a possibilidade de taxaço sobre as emissões da Companhia, devido ao estabelecimento de metas setoriais, além da possível taxaço sobre as vendas de equipamentos eletrônicos de baixa eficiência, o que implicaria um aumento de custos operacionais.

Nessa mesma categoria, há o risco de exigência de relatórios de emissões da cadeia de valor mais detalhados por parte de órgãos reguladores — um desafio, em função do grande número de fornecedores de produtos e de serviços, de diversos portes, espalhados em milhares de localidades do País.

Entre os riscos de mercado, as alterações repentinas e a oscilação na temperatura — características da imprevisibilidade cada vez maior do clima — geram incertezas no planejamento da cadeia de abastecimento

e podem afetar o desempenho dos negócios.

A análise também apontou que o aumento da temperatura média pode afetar o bem-estar dos colaboradores. Para melhorar as condições laborais e reduzir riscos legais relacionados a processos trabalhistas, o Magalu prevê investimento em infraestrutura de climatização das instalações, com decorrente aumento dos custos operacionais com energia elétrica.

Na frente reputacional, é esperado que haja maior escrutínio por parte dos *stakeholders* sobre o desempenho da empresa nos índices de sustentabilidade. Desse modo, uma baixa performance poderia ocasionar restrições no acesso ao capital.

Por último, entre os riscos tecnológicos estão aqueles relacionados a ferramentas e dispositivos necessários para a adaptação a uma economia de baixo carbono. Prevê-se um aumento nos investimentos para a transição da matriz energética da frota, como a adoção de novos modais de entrega ou o financiamento de pesquisas para desenvolver novas alternativas.

RISCOS FÍSICOS

Entre os riscos físicos agudos — relacionados a eventos extremos e pontuais — estão as chuvas de grande intensidade, que podem provocar danos nas instalações, além de inundações e alagamentos em lojas, centros de distribuição e escritórios.

Com base no estudo realizado, é possível prever que, com o aumento da severidade e da frequência de eventos extremos, poderá haver uma elevação dos sinistros e dos gastos com apólices de seguro devido a danos estruturais e baixa de ativos. Além disso, considerando-se a cadeia de valor da empresa, o aumento de enchentes e inundações poderá afetar os custos de logística em razão de impedimentos

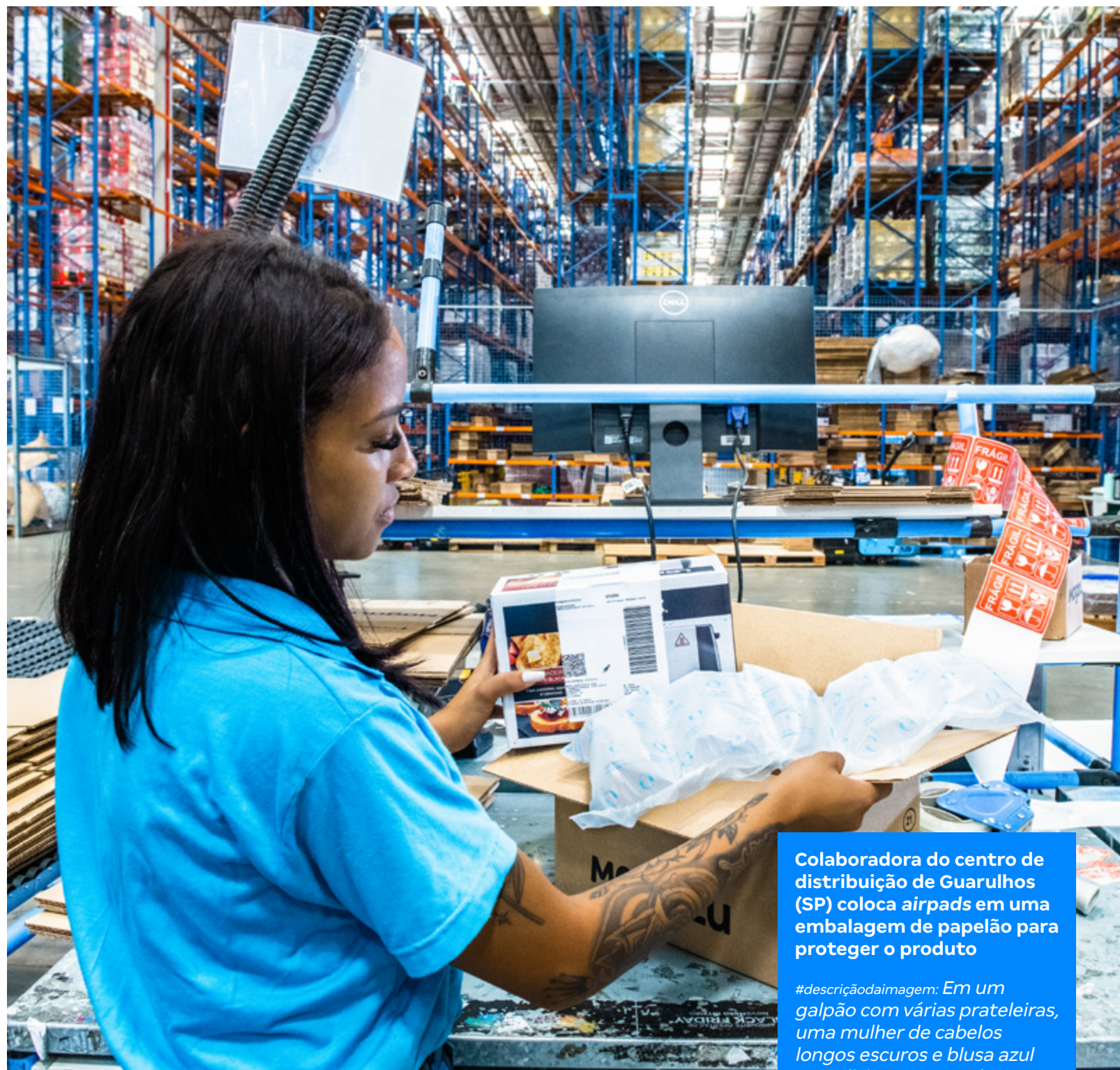
nas estradas e danos nos veículos e nas mercadorias em trânsito. Os períodos de estiagem também afetam diretamente a operação de abastecimento.

Os riscos físicos crônicos estão relacionados a mudanças climáticas graduais e persistentes que afetam as condições ambientais ao longo do tempo. No caso do Magalu, o aumento da temperatura média é o risco de maior impacto. A fim de evitar prejuízos à saúde e ao bem-estar dos colaboradores e consumidores, prevê-se que o Magalu será impactado pelo aumento dos custos com infraestrutura de climatização de suas instalações e por despesas operacionais com energia elétrica.

OPORTUNIDADES

Para o Magalu, também há oportunidades de negócio diante das mudanças climáticas: o aumento da oferta de produtos e serviços de baixa ou nenhuma emissão de carbono. Um exemplo é a linha de crédito exclusiva para produtos sustentáveis oferecida pelo Consórcio Magalu. A lista de produtos inclui tuk-tuks, carros, motos, bicicletas elétricas, placas fotovoltaicas e kits de gás GNV. Mais informações estão disponíveis no site <https://consorciomagalu.com.br/sustentaveis/>

Também são consideradas as oportunidades proporcionadas pela redução de custos operacionais com o investimento em tecnologia de geração de energia limpa e a resiliência operacional oferecida pela geração de energia de forma independente, uma vez que a crise hídrica e outros fatores externos podem prejudicar a disponibilidade de energia e, conseqüentemente, aumentar os custos de operação.



Colaboradora do centro de distribuição de Guarulhos (SP) coloca airpads em uma embalagem de papelão para proteger o produto

#descriçãodaimagem: Em um galpão com várias prateleiras, uma mulher de cabelos longos escuros e blusa azul acondiciona um produto na embalagem de papelão

PEGADA DE CARBONO

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

GRI 305-1 | 305-2 | 305-3 | 305-4

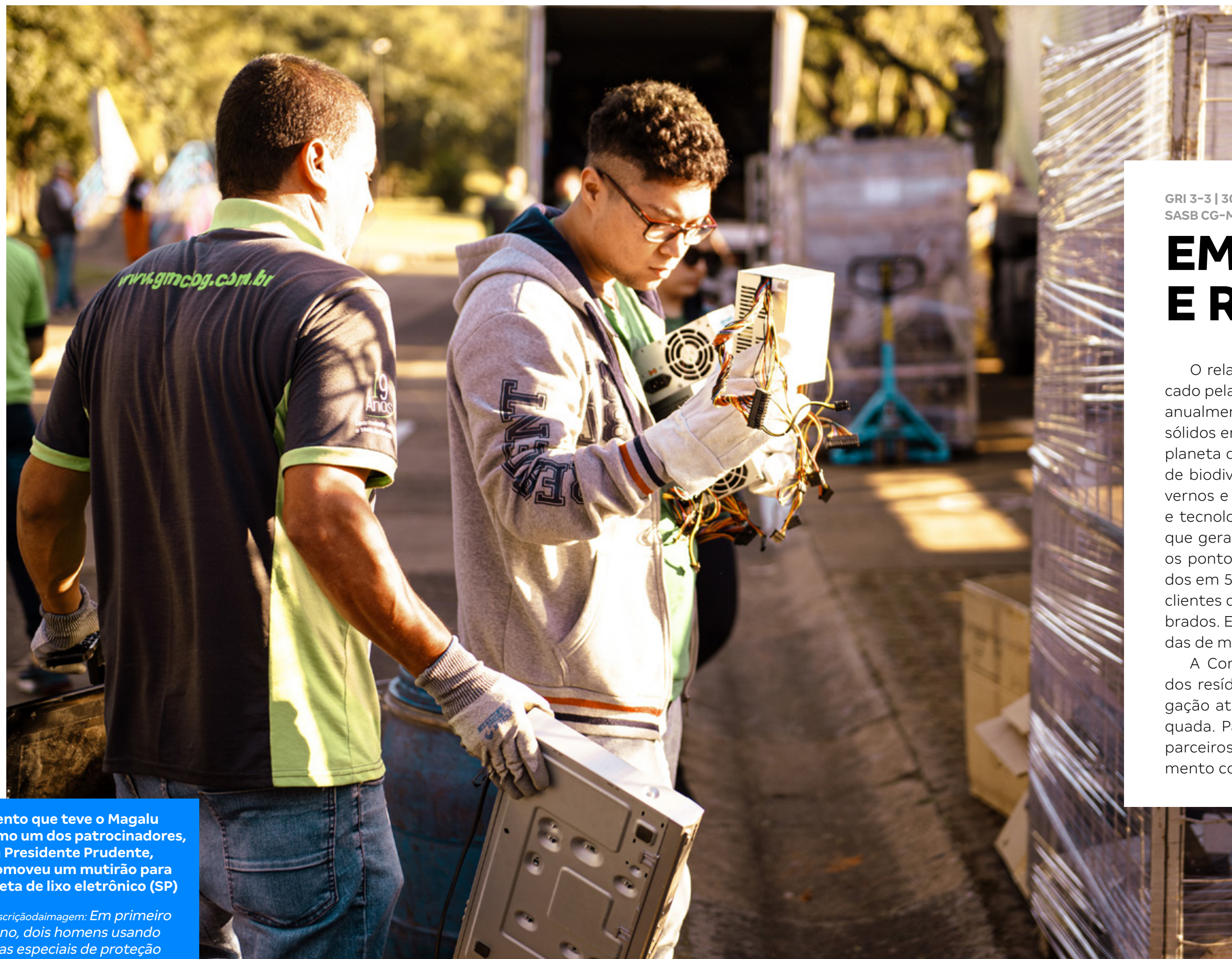
Emissões de GEE (em tCO₂e)^{1,2}

Escopo/Categoria	2019	2020	2021	2022	2023
Combustão estacionária	51,65	178,29	158,93	144,72	66,5
Combustão móvel	3.178,33	3.297,20	2.467,55	2.770,62	2.681,40
Emissões fugitivas (ar-condicionado + extintores)	2.001,48	6.109,34	7.216,92	6.835,25	10.385,32
Escopo 1	5.231,46	9.584,83	9.843,40	9.750,59	13.133,22
Escopo 1 – emissões biogênicas	803,24	530,43	1.205,18	902,71	1.101,53
Escopo 2 – aquisição de energia elétrica (localização)	7.241,72	5.065,24	15.100,92	5.650,12	5.219,37
Escopo 2 – aquisição de energia elétrica (escolha de compra)	6.840,23	3.784,49	10.029,78	0	0
Deslocamento de funcionários	5.463,16	6.181,09	7.375,51	8.041,96	17.970,20
Atividades relacionadas com combustível e energia não incluídas nos Escopos 1 e 2	-	-	58,74	56,29	0
Bens e serviços comprados (papel, plástico e GLP)	1.994,22	2.121,36	7.887,15	6.366,53	5.162,39
Resíduos sólidos gerados	498,16	7.905,31	31.629,54	7.099,90	7.802,25
Transporte e distribuição (downstream) ³	-	-	2.773,39	1.879,56	4.663,41
Transporte e distribuição (upstream) ³	27.179,91	57.914,16	203.051,22	163.820,76	131.517,79
Viagens a negócios	1.119,07	693,27	770,31	757,68	941,16
Escopo 3	36.254,52	74.815,18	253.545,86	188.022,68	168.057,20
Escopo 3 – emissões biogênicas	8.649,69	10.621,29	25.324,51	19.399,04	22.025,71

¹ OS DADOS FORAM CONSOLIDADOS A PARTIR DO CONTROLE OPERACIONAL, UTILIZANDO COMO REFERÊNCIA OS FATORES DE EMISSÃO DO PROGRAMA BRASILEIRO GHG PROTOCOL, IPCC E MCTI. PARA O POTENCIAL DE AQUECIMENTO GLOBAL, SEGUIU-SE A CONFERÊNCIA DO CLIMA DA UNFCCC, PORTANTO, AR5. PARA O CÁLCULO, FOI UTILIZADA A FERRAMENTA CLIMAS, DA WAYCARBON.

² A PARTIR DE 2020 ESTÃO CONTABILIZADAS AS EMISSÕES DE TODO O ECOSISTEMA, INCLUINDO O MAGALU E AS EMPRESAS ADQUIRIDAS.

³ EM 2021, O TRANSPORTE DE PRODUTOS REALIZADO POR TRANSPORTADORAS TERCEIRIZADAS FOI TRANSFERIDO DE DOWSTREAM PARA UPSTREAM. NOS ANOS ANTERIORES, AS EMISSÕES DA MESMA AMOSTRA DE TRANSPORTADORES ERA CONSIDERADA DOWSTREAM. POR ISSO, AS EMISSÕES RETROATIVAS TAMBÉM MUDARAM DE CATEGORIA.



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

EMBALAGENS E RESÍDUOS

O relatório *Panorama Global de Gestão de Resíduos*, publicado pela Organização das Nações Unidas em 2024, aponta que anualmente são produzidos 2 bilhões de toneladas de resíduos sólidos em áreas urbanas de todo o mundo. Esse lixo impacta o planeta de três diferentes formas: mudanças climáticas, perda de biodiversidade e poluição. A luta é de todos: cidadãos, governos e empresas. O Magalu busca constantemente soluções e tecnologias que reduzam o impacto ambiental dos resíduos que gera e das embalagens que utiliza. Um exemplo disso são os pontos de entrega voluntária de eletroeletrônicos, instalados em 500 lojas espalhadas pelo Brasil. Estão à disposição dos clientes que precisam descartar seus aparelhos usados ou quebrados. Em três anos, o programa já coletou mais de 20 toneladas de materiais — 16,9 toneladas somente em 2023.

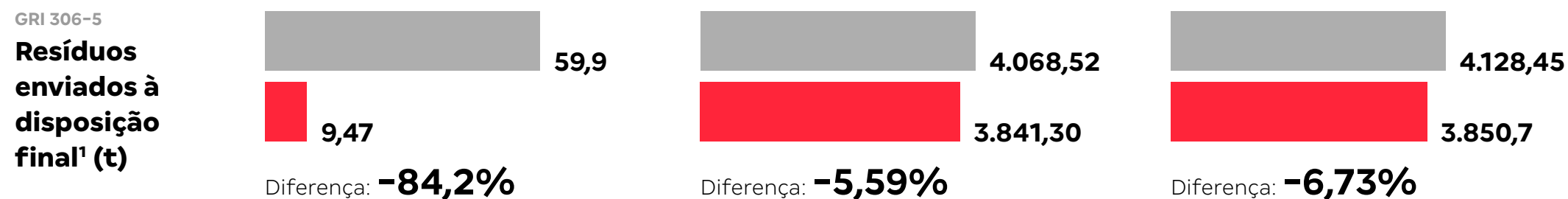
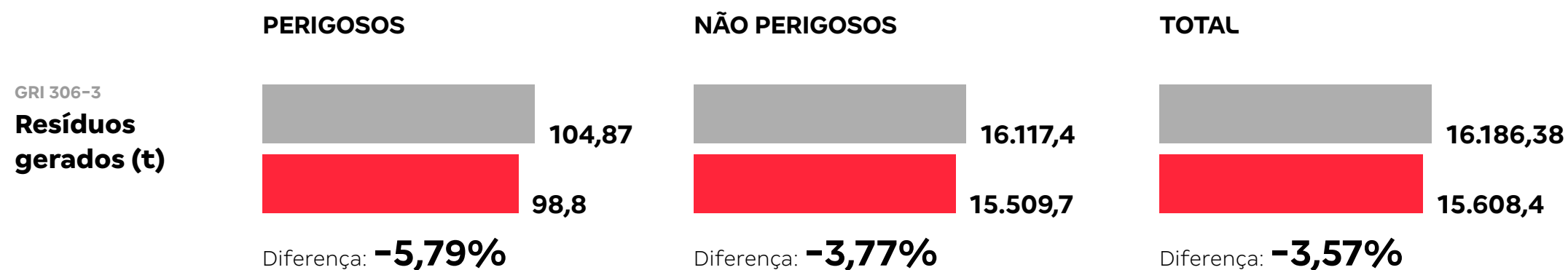
A Companhia assume total responsabilidade pela gestão dos resíduos em suas atividades, desde a geração e a segregação até a destinação final, de forma ambientalmente adequada. Para isso, conta com uma equipe especializada e com parceiros homologados que asseguram o transporte e o tratamento correto dos materiais.

Evento que teve o Magalu como um dos patrocinadores, em Presidente Prudente, promoveu um mutirão para coleta de lixo eletrônico (SP)

#descriçãodaimagem: Em primeiro plano, dois homens usando luvas especiais de proteção carregam partes de equipamentos eletrônicos

TOTAL DE RESÍDUOS GERADOS NO ANO

O volume caiu 3,57%, como resultado de diversas iniciativas. O percentual de recuperação foi de 75,2% ■ 2022 ■ 2023



¹ OS MÉTODOS DE DISPOSIÇÃO FINAL SÃO INCINERAÇÃO OU ATERRO.

Em 2023, o volume total de resíduos gerados diminuiu 3,57% em relação a 2022. O resultado positivo reflete várias frentes de esforço. Uma das estratégias adotadas foi a melhoria dos processos internos por meio de um treinamento intensivo das equipes, o que capacitou os colaboradores a identificar, separar e destinar adequadamente os materiais para descarte. Além disso, foi implementada uma plataforma de gestão integrada de resíduos que monitora e controla todo o processo.

Mais de 99% dos resíduos gerados na operação do Magalu são considerados não perigosos e, em 2023, o envio desses materiais para incineração e processamento foi totalmente eliminado. Nos CDs, a maior geração de resíduos é de papelão e plástico e, no último ano, o percentual de reciclabilidade desses materiais chegou a 75,2%.

Em 2023, a empresa reduziu o volume de papel e papelão, rejeitos e resíduos orgânicos. Por outro lado, houve um aumento no volume de madeira, metais e plástico. Essa elevação está diretamente relacionada ao crescimento da atividade nos hubs logísticos, onde o manuseio desses materiais é mais intenso.

Houve também aumento na geração de isopor, decorrente de melhorias na classificação dos resíduos, e dos restos de poda e varrição, resultado das manutenções de jardinagem realizadas nas operações.

RESÍDUOS PERIGOSOS

Os resíduos perigosos representam menos de 1% do total gerado nas operações do Magalu. Durante o ano, ocorreu uma mudança no parceiro encarregado da destinação dos itens avariados, classificados como perigosos, o que permitiu que uma quantidade significativa de resíduos fosse direcionada para reciclagem, em comparação com o ano anterior.

O Magalu progrediu no desenvolvimento de métodos mais eficazes para a destinação de resíduos ao longo de 2023. Como resultado, ocorreu uma redução significativa do envio de resíduos perigosos para incineração — uma redução de 83% — e também diminuiu em 90% a quantidade de resíduos perigosos destinados a aterros específicos para essa finalidade.



1 Profissional da Retalhar, empresa especializada em logística reversa, faz a primeira parte do processo de reciclagem: retirar a marca Magalu das roupas.

IMPACTO SOCIAL

Uniformes descartados são transformados em cobertores para pessoas em situação de vulnerabilidade

2 Depois da descaracterização da logomarca da empresa, por questões de segurança, o material é triturado e passa por outras etapas antes de ser transformado em cobertores.

3 Os cobertores confeccionados com o reaproveitamento dos uniformes são doados a ONGs, como o Anjos da Cidade, que presta assistência a pessoas em situação de vulnerabilidade social.



ECONOMIA CIRCULAR

Em 2023, o Magalu prosseguiu com seu projeto de circularidade: a transformação de uniformes descartados em cobertores que são doados a instituições de apoio a pessoas em situação de vulnerabilidade social. Ao longo do ano, por meio de uma parceria estabelecida com a empresa de logística reversa têxtil Retalhar, a Companhia assegurou a destinação correta e segura de 4 539 quilos de uniformes profissionais. Foram 14 274 peças que, de outra forma, seriam incineradas e que foram utilizadas na produção de 4 172 cobertores, distribuídos para ONGs.

Os eletroeletrônicos usados nas operações internas são destinados a uma parceria do Magalu com a ReUrbi, empresa de logística reversa especializada em materiais de TI. Depois de reciclados ou reconicionados, esses produtos são vendidos, e parte dos recursos é investida em iniciativas socioambientais.

Como resultado desse trabalho, em 2023 o Magalu, em parceria com o Instituto ReUrbi, destinou 127 celulares para o projeto Conexão Povos da Floresta, idealizado pela Coordenação das Organizações Indígenas da Amazônia Brasileira (Coiab), pela Coordenação Nacional de Articulação das Comunidades Negras Rurais Quilombolas (Conaq) e pelo Conselho Nacional das Populações Extrativistas (CNS). O Conexão Povos da Floresta tem como objetivo conectar em rede, por meio do uso de internet



Membros da tribo Yanomami da Aldeia Tukaya (PA), comunidade beneficiada pelo Conexão Povos da Floresta, projeto apoiado pelo Magalu

#descriçãodaimagem: Oito integrantes de uma tribo indígena estão de pé olhando para a foto. Um dos homens segura um cartaz com os dizeres "Conexão Povos da Floresta"

14 274 peças de uniforme — ou **4 539** quilos de roupa — que seriam incineradas foram transformadas em **4 172** cobertores.

SOLUÇÕES INOVADORAS

Uso de matéria-prima reciclada e produção de embalagens em formatos mais adequados são exemplos de ações para reduzir o impacto ambiental

ENVELOPES

Os envelopes de segurança, compostos de 60% de plástico reciclado e 40% de plástico virgem, são um exemplo de inovação. Além do uso de matéria-prima reciclada, foram criados dois novos formatos, de tamanhos intermediários, que reduzem o uso de insumos, a armazenagem, o custo, o frete e o tempo de embalagem, já que são feitas menos dobras.



CAIXAS DE PAPELÃO

O papelão usado na produção das caixas tem em sua composição até 50% de material reciclado. Todos os modelos utilizam papelão certificado FSC (Forest Stewardship Council), que atesta a origem da matéria-prima em florestas manejadas de forma responsável.



AIRPADS

Utilizados como enchimento para proteger os produtos nas caixas, os *airpads* têm composição de 60% de plástico reciclado pós-consumo e 40% de plástico virgem.



Entre 2022 e 2023, o volume de plástico de fontes recicladas em embalagens aumentou de **4%** para **19%**. Além disso, **79%** da matéria-prima das embalagens é proveniente de fontes renováveis ou recicladas, como papel, bioplástico e plástico reciclado.

banda larga, mais de 5 000 comunidades em territórios protegidos da Amazônia legal. O projeto alia conectividade a programas de inclusão, empoderamento, acesso à saúde, educação e oportunidades profissionais.

BOAS PRÁTICAS E EFICIÊNCIA

Rever embalagens é uma prática constante no Magalu, que procura atender aos princípios da sustentabilidade sem prejudicar a experiência de compra do cliente. Para isso, três diretrizes são seguidas à risca: redução do emprego de materiais, busca por uso dos materiais pós-consumo e utilização de matérias-primas certificadas.

Em 2023, o Magalu diminuiu em 995 toneladas o consumo de papel e papelão virgem. Esse resultado foi alcançado por meio da seleção criteriosa de embalagens mais adequadas a cada tipo de produto. Vale destacar também a adoção do Danfe simplificado, uma Nota Fiscal Eletrônica resumida que passou a ser adesivada do lado de fora da embalagem. Antes, ela era impressa numa folha de papel sulfite, embalada num saquinho plástico e anexada ao pacote. Com a mudança, foi possível excluir o uso de papel das embalagens.

Essas iniciativas resultaram em um aumento de eficiência de 27% em relação a 2022, considerando o indicador que mede a quantidade de material por pedido. No mesmo período, a Companhia também diminuiu em 280 toneladas o uso de plástico virgem nas embalagens, o que representou uma queda de 25% no indicador que mede a quantidade de plástico em gramas por pedido. Atualmente, 19,4% do volume de plástico das embalagens de transporte é proveniente de fontes recicladas — um aumento significativo em comparação aos 4% de 2022.

Em relação ao uso de matérias-primas de fontes renováveis e recicladas nas embalagens, como papel, bioplástico e plástico reciclado, a participação desses materiais passou de 70% para 79% em um ano. O desempenho no consumo de materiais de embalagens é influenciado pelos resultados operacionais das empresas do Grupo ao longo de 2023. Os ganhos nos indicadores relativos, medidos em gramas por pedido, demonstram a efetividade dos esforços de ecoeficiência e gestão de recursos naturais. Esses esforços refletem o compromisso contínuo do Magalu com a sustentabilidade e com a inovação, em busca do equilíbrio entre qualidade, eficiência e responsabilidade ambiental.

Saiba mais
Sobre os resíduos gerados e sua destinação nos Anexos, [págs. 72-74.](#)

GRI 301-1, 301-2

Volume de materiais utilizados e percentual de matérias-primas ou materiais reciclados utilizados¹

FONTE	NOME DO MATERIAL	QUANTIDADE UTILIZADA (T)	QUANTIDADE DO MATERIAL PROVENIENTE DE RECICLAGEM (T)	PERCENTUAL PROVENIENTE DE RECICLAGEM (%)
Renovável	Papel/papelão	2.007,81	1.504,14	74,91
Não renovável	Plástico	698,12	135,39	19,39
Não renovável	Metal	0,40	0	0

¹ O INDICADOR CONSIDERA OS MATERIAIS UTILIZADOS NAS EMBALAGENS (COM A MARCA DO GRUPO) ENVIADAS AOS CLIENTES.



Tubulação para captação de água da chuva no centro de distribuição em Guarulhos (SP)

#descriçãodaimagem: Dois homens com camisa azul trabalham perto de grandes equipamentos industriais. Um deles opera uma válvula de uma tubulação vermelha que corre horizontalmente sobre um suporte no chão

GRI 3-3 | 302-1 | 302-2 | 302-3 | 302-4 | 303-1
SASB CG-MR-130a.1

USO DE RECURSOS NATURAIS

A escassez de recursos naturais ocupa o quarto lugar na lista das maiores ameaças ao planeta nos próximos dez anos, de acordo com o mais recente *Relatório de Riscos Globais*, do Fórum Econômico Mundial. A questão só preocupa menos que eventos climáticos extremos, alterações críticas nos sistemas da Terra, perda de biodiversidade e colapso dos ecossistemas. O ranking é um retrato da urgência da situação. A redução do consumo de recursos naturais, como água e energia, é fundamental tanto para as organizações quanto para a sociedade.

Em 2023, o Magalu manteve seu compromisso de ter 100% de suas unidades abastecidas com energia renovável. A empresa expandiu seu parque de usinas solares para 20 unidades no modelo de geração distribuída, um aumento de 25% em relação a 2022. Na geração distribuída, os consumidores produzem energia renovável em suas propriedades, consomem essa energia localmente e injetam o excedente na rede elétrica.

Para atender as unidades que não podem participar de projetos de geração distribuída, o Magalu contratou energia de fonte eólica do ambiente de contratação livre (no qual os consumidores podem negociar livremente as condições de compra de energia elétrica com as geradoras ou comercializadoras de sua escolha) e adquiriu certificados I-REC (International Renewable Energy Certificate). Esses certificados atestam que a eletricidade consumida é proveniente de fontes renováveis.

Nos próximos anos, o Magalu vai expandir ainda mais seus projetos de energia renovável. O objetivo é aumentar o número de unidades vinculadas a usinas solares, sejam elas dedicadas ao Magalu ou à geração compartilhada, feitas por meio de consórcios. Apesar da expansão do uso de energia renovável, cabe registrar que o consumo total de energia elétrica no Magalu apresentou um ligeiro crescimento, de 3%, em relação a 2022 por causa da elevação da temperatura, decorrente dos



A fazenda fotovoltaica de Taubaté (SP) é uma das 20 usinas de painéis solares que geram energia para nossas unidades. Em 2023, esse número cresceu 25%

#descriçãodaimagem: Vista aérea de 18 corredores de painéis de energia solar instalados em área rural

efeitos do El Niño e da La Niña em algumas regiões. Com isso, a empresa usou, por mais tempo e com maior potência, os equipamentos de refrigeração.

Além disso, o indicador de intensidade energética — que mede o consumo de energia em relação à receita operacional líquida (ROL) da empresa — subiu para 3,720 MWh/R\$ milhão em 2023, um aumento em comparação com os 3,547 MWh/R\$ milhão no ano anterior. Essa média considera o total de energia elétrica (Escopo 2) de todo o ecossistema, que engloba o Magalu e as empresas coligadas. A pequena variação desse indicador ocorreu devido ao aumento no consumo de energia e ao desempenho da ROL no período (*saiba mais sobre consumo de energia nas [págs.59-64](#)*).

CONSUMO DE ÁGUA

Desde 2022, o Magalu vem aprimorando seus procedimentos de medição do consumo de água. As unidades operacionais são responsáveis por enviar mensalmente os dados de consumo, acompanha-

dos de documentos comprobatórios, como faturas, recibos, extratos de condomínios e shoppings, além de registros de poços artesianos, ao departamento de controle da empresa.

O Magalu otimizou a gestão do consumo de água em suas unidades operacionais, em 2023, ao elevar para 73% das lojas a medição direta do consumo — obtida por meio das contas de água, que trazem o consumo em metros cúbicos de água e esgoto tratado. Esse processo já abrange 100% dos centros de distribuição.

Para o universo de 27% das lojas que ainda não contam com a medição direta, o Magalu adotou uma metodologia de estimativa baseada na média de consumo de unidades semelhantes. Em casos excepcionais, quando a unidade não consegue enviar os dados devido à indisponibilidade de informações, é necessário apresentar uma justificativa formal ao time de Sustentabilidade para análise. Nesse cenário, o consumo é estimado com base no perfil de consumo de unidades semelhantes.

GRI 302-1 | 302-2

CONSUMO DE ENERGIA DENTRO E FORA DO MAGALU

Energia utilizada em 2022 e 2023, 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	52.740,79	476.248,28	2.525.989,77	3.054.978,84

2023

COMBUSTÍVEIS NÃO RENOVÁVEIS				
Acetileno	0,09	-	-	0,09
Diesel	42.634,95	-	3.891.607,31	3.934.242,26
Gasolina	7.951,82	-	762.375,61	770.327,43
Gasolina de aviação	328,82	-	-	328,82
Gás liquefeito de petróleo (GLP)	1.208,99	-	11.331,12	12.540,11
Gás natural veicular (GNV)	-	-	649,21	649,21
Querosene de aviação	28.556,51	-	24.031,18	52.587,69
COMBUSTÍVEIS RENOVÁVEIS				
Etanol hidratado	25.703,88	-	5.063,21	30.767,09
ENERGIA ELÉTRICA ADQUIRIDA				
Eletricidade	-	492.451,34	-	492.451,34
Total	106.385,06	492.451,34	4.695.057,65	5.293.894,05

GRI 303-5

Consumo de água, em megalitros

2022	2023
544	578



Anexos

- Anexos
- Sumário de conteúdo GRI
- Índice de conteúdo dos indicadores SASB
- Contatos

ANEXOS

GOVERNANÇA

GRI 2-12

Faz parte das atribuições do Conselho de Administração a orientação estratégica e a supervisão de sua execução, assim como 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. Com o apoio dos Comitês de Assessoramento, os Conselheiros debatem e validam as políticas corporativas, entre elas as de Sustentabilidade, Direitos Humanos, Diversidade e Inclusão etc.

GESTÃO DE RISCOS

GRI 2-16

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 e órgãos competentes para levar ao Conselho de Administração as preocupações críticas mapeadas.

GRI 2-27

Assim como nos dois anos anteriores, não houve casos significativos de não conformidades nem condenações definitivas que resultassem na aplicação de multas.

EMPRESA + DADOS

GRI 201-1

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

	2022	2023
A. Valor econômico gerado*	43.738	43.951
B. Valor econômico distribuído**	44.230	43.797
C. Valor econômico retido***	-492	154

*RECEITAS.

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

***VALOR ECONÔMICO DIRETO GERADO MENOS VALOR ECONÔMICO DISTRIBUÍDO.

Discriminação do valor distribuído (em R\$ milhões)

	2023
Custos operacionais	R\$ 33.907,00
Salários e benefícios de empregados	R\$ 3.019,00
Pagamentos a provedores de capital	R\$ 1.886,00
Pagamentos ao governo	R\$ 4.985,00
Total	R\$ 43.797,00

NOSSOS COLABORADORES

GRI 2-30

No Magalu, 100% dos colaboradores estão cobertos por acordos de negociação coletiva.

TOTAL DE COLABORADORES

GRI 2-7

Colaboradores por tipo de carga horária e gênero¹

2022

	HOMEM	MULHER	TOTAL
Permanentes	19.796	18.351	38.147
Temporários	325	270	595
TOTAL	20.121	18.621	38.742
Intermitentes	1.317	1.843	3.160
TOTAL GERAL (com intermitentes)	21.438	20.464	41.902

2023

	HOMEM	MULHER	TOTAL
Permanentes	18.616	17.797	36.413
Temporários	411	109	520
TOTAL	19.027	17.906	36.933
Intermitentes	1.182	1.479	2.661
TOTAL GERAL (com intermitentes)	20.209	19.385	39.594

¹ A EMPRESA TAMBÉM POSSUI APROXIMADAMENTE 2,3 MIL TERCEIRIZADOS QUE ATUAM, PRINCIPALMENTE, NAS ÁREAS DE LIMPEZA, MANUTENÇÃO E LOGÍSTICA (GRI 2-8).

GRI 405-2

Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens¹ em 2023

	SALÁRIO-BASE	REMUNERAÇÃO
Conselho de Administração	1,67	1,67
Diretoria	0,95	0,93
Gerência	0,92	0,86
Coordenação	0,93	1
Administrativo	0,72	0,73
Operacional	0,74	0,75
Aprendizes	0,96	0,96
Estagiários	0,88	0,89

¹ PARA O CÁLCULO DA RAZÃO ENTRE O SALÁRIO-BASE DE HOMENS E MULHERES FOI UTILIZADO O SOMATÓRIO DE SALÁRIOS MÉDIOS FEMININOS/SOMATÓRIO DE SALÁRIOS MÉDIOS MASCULINOS. O CÁLCULO DE REMUNERAÇÃO SEGUIU O MESMO MODELO. FORAM EXCLUÍDOS DO SOMATÓRIO SALÁRIOS E REMUNERAÇÕES QUE NÃO POSSUÍAM BASE COMPARATIVA.

GRI 2-21 | GRI 202-1

A relação entre a remuneração anual total do indivíduo mais bem pago e a média anual dos demais empregados é de 42,25. O cálculo considera remuneração fixa, remuneração variável e benefícios. Em 2022, essa diferença era de 40,73.

O menor salário pago pela organização é o salário mínimo nacional, que, em 2023, era de R\$ 1.320,00 (a partir de maio de 2023). O valor mínimo é válido para homens e mulheres (não considera intermitentes, aprendizes e estagiários).

GRI 401-3

Licença parental

	2022		2023	
	HOMENS	MULHERES	HOMENS	MULHERES
Funcionários com direito a licença-maternidade/paternidade no ano	100%	100%	100%	100%
Número de funcionários que tiraram a licença no ano	354	1058	640	1245
Número de funcionários que deveriam retornar ao trabalho após o término da licença no ano ¹	354	1057	635	972
Número de funcionários que efetivamente retornaram ao trabalho após o término da licença no ano	354	1049	635	971
Número de funcionários que efetivamente completaram 12 (doze) meses após o retorno da licença ainda trabalhando na Companhia	418	493	383	499
Taxa de retorno²	100%	99%	100%	99,9%
Taxa de retenção³	65%	51%	60,3%	51,4%

1 COLABORADORES QUE SAÍRAM DE LICENÇA NO ANO E VÃO RETORNAR NO MESMO ANO OU QUE SAÍRAM NO FINAL DO ANO ANTERIOR E VOLTARIAM NO ANO RELATADO.

2 TAXA DE RETORNO = Nº TOTAL DE EMPREGADOS QUE RETORNARAM AO TRABALHO APÓS A LICENÇA / Nº TOTAL DE EMPREGADOS QUE DEVERIAM RETORNAR AO TRABALHO APÓS A LICENÇA X 100.

3 TAXA DE RETENÇÃO = Nº TOTAL DE EMPREGADOS RETIDOS 12 (DOZE) MESES DEPOIS DE RETORNAR AO TRABALHO APÓS A LICENÇA /

Nº TOTAL DE EMPREGADOS QUE RETORNARAM DA LICENÇA NO PERÍODO DE RELATO ANTERIOR X 100.

GRI 404-1

Média de horas de treinamento, por gênero¹

	2022	2023
Homens	12,46	9,36
Mulheres	14,41	11,02
Total	13,43	10,17

1 O CÁLCULO DE HORAS DE TREINAMENTO CONSIDERA A BASE DE EMPREGADOS DE DEZEMBRO DE 2023, EXCETO PARA O CONSÓRCIO LUIZA, QUE CONSIDEROU A BASE DE EMPREGADOS DE JANEIRO DE 2024.

GRI 404-1

Média de horas de treinamento, por cargo funcional¹

	2022	2023
Presidência	-	0,25
Direção	0,46	7,59
Gerência	30,16	24,41
Coordenação	19,3	16,34
Administrativo	8,3	3,30
Operacional	14,26	10,80
Aprendizes	3,53	3,35
Estagiários	13,25	17,50
Intermitentes	0	0,68
Total	13,43	10,17

1 O CÁLCULO DE HORAS DE TREINAMENTO CONSIDERA A BASE DE EMPREGADOS DE DEZEMBRO DE 2023, EXCETO PARA O CONSÓRCIO LUIZA, QUE CONSIDEROU A BASE DE EMPREGADOS DE JANEIRO DE 2024.

GRI 404-3

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

	2022	2023
Homens	75,00%	66,34%
Mulheres	80,00%	68,08%
Total	75,00%	67,19%

GRI 404-3

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

	2022	2023
Presidência	-	-
Direção	91%	59,09%
Gerência	90%	89,35%
Coordenação	84%	82,56%
Administrativo	79%	74,98%
Operacional	75%	72,56%
Aprendizes	58%	28,17%
Estagiários	33%	43,24%

O QUE FAZEMOS PELO PLANETA

GRI 306-3

Total de resíduos gerados, por composição (t)

	2022	2023
RESÍDUOS PERIGOSOS		
Água de bateria	1,98	27
Caixa separadora de água e óleo	6,82	6,79
Efluentes com resíduos da oficina	2,27	19,10
Estopas/panos/papéis contaminados	17,11	2,80
Lâmpadas	1,05	0,09
Óleos lubrificantes	4,17	1,19
Produtos avariados e devolvidos	68,98	41,81
Resíduos de ambulatório	-	0,002
Baterias	2,42	-
EPIs e uniformes contaminados	0,05	-
Subtotal de resíduos perigosos	104,87	98,8

RESÍDUOS NÃO PERIGOSOS

Caixas de gordura e/ou óleos alimentares	30,55	87,2
Eletrônicos da operação	28,78	29,5
Entulhos/concreto	1,68	5,7
EPIs da operação	2,54	1,3
Fossas	1.106,17	246,6
Isopor	8,98	15,00
Madeira	290,83	450,2
Metais	82,43	151,5
Misturas de resíduo reciclável	6.496,52	6.494,5
Orgânicos	431,4	370,5
Papelão/papel	2.939,72	2.615,6
Pilhas alcalinas	-	0,002
Plástico	360,28	601,7
Pneus inservíveis	-	5,1
Podas ou resíduos de varrição	103,56	338,9
Produtos avariados e devolvidos	727,81	853,9
Rejeitos	3.433,9	3.217,4
Uniformes	7,61	4,5
Vidro	31,14	20,7
Toners	1,3	-
Óleos e gorduras alimentares	32,2	-
Subtotal de resíduos não perigosos	16.117,4	15.509,7
TOTAL DE RESÍDUOS GERADOS	16.186,38	15.608,4

GRI 306-4**Total de resíduos desviados de descarte, por composição (t)**

	2022	2023
Água de bateria	2,0	27
Caixas de gordura e/ou óleos alimentares	30,6	87,2
Caixas separadoras de água e óleo	-	1
Efluentes com resíduos da oficina	-	19,1
Eletrônicos da operação	28,8	29,5
EPIs da operação	2,5	1,3
Estopas/panos/papéis contaminados	9,3	2
Fossas	1.106,2	246,6
Isopor	9	15
Lâmpadas	1,1	0,1
Madeira	272,4	404,1
Metais	82,4	151,5
Misturas de resíduo reciclável	6.494,4	6.494,5
Óleos lubrificantes	4,2	1,1
Orgânicos	92,4	81,5
Papelão/papel	2.927,9	2.615,6
Plástico	358,1	601,7
Pneus inservíveis	-	5,1
Podas ou resíduos de varrição	25	32,1
Produtos avariados e devolvidos	593,5	892,9
Rejeitos	-	30,3
Uniformes	7,6	4,5
Vidro	10,8	14,1
Toners	1,3	-
Óleos e gorduras alimentares	32,2	-
EPIs e uniformes contaminados	0,1	-
Baterias	2,4	-
Total	12.093,8	11.757,69

GRI 306-4**Total de resíduos desviados da disposição final, por tipo de operação de recuperação (t)**

	2022	2023
RESÍDUOS PERIGOSOS		
Reciclagem	3,53	37,7
Blendagem para coprocessamento, rerrefino e descontaminação	41,5	51,6
RESÍDUOS NÃO PERIGOSOS		
Reutilização	4,73	-
Reciclagem	10.589,80	11.166,3
Blendagem para coprocessamento, rerrefino e descontaminação	1.454,37	502,09
Total	12.093,88	11.757,69

GRI 306-5**Total de resíduos enviados à disposição final, por método de disposição (t)**

	2022	2023
RESÍDUOS PERIGOSOS		
Incineração	52	8,7
Aterro	7,9	0,77
RESÍDUOS NÃO PERIGOSOS		
Incineração	189,7	0
Aterro	3.878,82	3.841,3
Total	4.128,45	3.850,7

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 2023 a 31 dezembro de 2023.
GRI 1: Fundamentos 2021

NORMA GRI	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO	ODS (OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL)
GRI 2: Conteúdos Gerais 2021	2-1 Detalhes da organização	Págs. 18 e 30	-
	2-2 Entidades incluídas no relato de sustentabilidade da organização	Este relatório considerou todas as controladas da Companhia, conforme constam nas Demonstrações Financeiras (Notas Explicativas 13 e 14). No Formulário de Referência , item 6.5, há detalhamento do grupo econômico. O Ecossistema Magalu também está apresentado na página 17	-
	2-3 Período de relato, frequência e ponto de contato	De 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2023. Dúvidas ou sugestões: sustentabilidade@magazineluiza.com.br	-
	2-4 Reformulações de informações	Mudanças nas informações, quando houve, são apontadas em nota junto dos indicadores	-
	2-5 Verificação externa	Este material não passou por verificação externa, mas todos os dados apresentados foram checados internamente. Os dados do inventário de emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE), por sua vez, foram verificados pela Fundação Vanzolini	-
	2-6 Atividades, cadeia de valor e outras relações comerciais	Págs. 17 , 42 e 45	-
	2-7 Funcionários	Págs. 21 e 72	8 e 10
	2-8 Trabalhadores que não são funcionários	Págs. 21 e 72	8
	2-9 Estrutura e composição da governança	Págs. 30 e 33	5 e 16
	2-10 Nomeação e seleção do principal órgão de governança	As indicações para reeleição de membros do Conselho devem considerar também o bom desempenho, a assiduidade e a dedicação de tempo à função no mandato anterior. Leia mais a partir da página 30	5 e 16
	2-11 Presidente do principal órgão de governança	Pág. 30	16
	2-12 Papel do principal órgão de governança na supervisão da gestão de impactos	Pág. 72	16
	2-13 Delegação de responsabilidade na gestão de impactos	Pág. 30	-

NORMA GRI	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO	ODS (OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL)
	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 de Sustentabilidade 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. 30	16
	2-16 Comunicado sobre questões críticas	Págs. 36 , 40 e 72	-
	2-17 Conhecimento coletivo do principal órgão de governança	Pág. 30	-
	2-18 Avaliação do desempenho do principal órgão de governança	O processo é coordenado pelo Comitê de Pessoas e Cultura Organizacional. Leia mais a partir da página 30	-
	2-19 Políticas de remuneração	Págs. 30 e 32	-
	2-20 Processo para determinar a remuneração	Págs. 30 e 32 Confira detalhes sobre a remuneração dos Conselheiros e da Diretoria, incluindo os valores totais pagos em 2023 (mínimo, média e máximo) no Formulário de Referência (itens 8.1, 8.2 e 8.15)	-
	2-21 Proporção da remuneração total anual	Pág. 72	-
	2-22 Declaração sobre a estratégia de desenvolvimento sustentável	Pág. 6	-
	2-23 Compromissos da política	Págs. 36 e 42	16
	2-24 Incorporação de compromissos de política	Págs. 36 , 40 e 42	-
	2-25 Processos para reparação dos impactos negativos	Págs. 30 e 36	-
	2-26 Mecanismos para consulta e levantamento de questões	Pág. 36	16
	2-27 Cumprimento das leis e regulamentos	Pág. 72	-
	2-28 Filiação em associações	Pág. 38	-
	2-29 Abordagem ao engajamento do stakeholder	Págs. 8 e 10	-
	2-30 Acordos de negociação coletiva	Pág. 72	16
TEMAS MATERIAIS			
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-1 Processo de definição de temas materiais	Pág. 9	-
	3-2 Lista de temas materiais	Pág. 9	-
ÉTICA E TRANSPARÊNCIA			
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	Pág. 36	-
GRI 201: Desempenho Econômico 2016	201-1 Valor econômico direto gerado e distribuído	Pág. 72	8 e 9

NORMA GRI	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO	ODS (OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL)
GRI 205 Combate à Corrupção 2016	205-1 Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	Pág. 36	16
	205-2 Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção	Pág. 36	16
	205-3 Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	Pág. 36	16
GESTÃO E DESENVOLVIMENTO DE COLABORADORES			
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	Pág. 49	-
GRI 404: Capacitação e Educação 2016	404-1 Média de horas de capacitação por ano, por empregado	Págs. 49 e 73	4, 5, 8 e 10
	404-2 Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e de assistência para transição de carreira	Pág. 49	8
	404-3 Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira	Pág. 73	8 e 10
DIVERSIDADE E INCLUSÃO			
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	Pág. 52	-
GRI 401: Emprego 2016	401-3 Licença-maternidade/paternidade	Pág. 73	5 e 8
GRI 405: Diversidade e igualdade de oportunidades 2016	405-1 Diversidade em órgãos de governança e empregados	Pág. 21	5 e 8
	405-2 Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens	Pág. 72	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. 72	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. 23	-
GRI 418: Privacidade do cliente 2016	418-1 Queixas comprovadas relativas a violação da privacidade e perda de dados de clientes	Pág. 41	16
	NPS	Págs. 24 e 25	-
	Resolução da solicitação dos clientes em primeira chamada	Págs. 24 e 25	-

NORMA GRI	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO	ODS (OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL)
SEGURANÇA E PRIVACIDADE DE DADOS			
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	Pág. 41	-
GRI 418: Privacidade do cliente 2016	418-1 Queixas comprovadas relativas a violação da privacidade e perda de dados de clientes	Pág. 41	16
INCLUSÃO DIGITAL E EMPREENDEDORISMO			
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	Págs. 45 e 56	-
GRI 203: Impactos Econômicos Indiretos 2016	203-1 Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços	Pág. 56	5
	203-2 Impactos econômicos indiretos significativos	Págs. 45 e 56	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. 56	-
DIREITOS HUMANOS NA CADEIA DE VALOR			
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	Pág. 42	-
GRI 406: Não Discriminação 2016	406-1 Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas	Pág. 36	5 e 8
GRI 408: Trabalho Infantil 2016	408-1 Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil	Pág. 42	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	Pág. 42	8
GRI 410: Práticas de Segurança 2016	410-1 Pessoal de segurança capacitado em políticas ou procedimentos de direitos humanos	Pág. 42	16
CONSUMO E PRODUTOS RESPONSÁVEIS			
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	Pág. 42	-
GRI 414: Avaliação social de fornecedores 2016	414-1 Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais	Pág. 42	8 e 16
	414-2 Impactos sociais negativos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas	Pág. 42	8 e 16

NORMA GRI	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO	ODS (OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL)
	Dados sobre a Plataforma de Proteção de Marca e sobre o tratamento de denúncias, produtos barrados, sellers suspensos ou banidos da plataforma	Pág. 47	-
EMBALAGENS E RESÍDUOS			
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	Pág. 65	-
GRI 301: Materiais 2016	301-1 Materiais utilizados, discriminados por peso ou volume	Págs. 65 e 68	8 e 12
	301-2 Matérias-primas ou materiais reciclados utilizados	Págs. 65 e 68	8 e 12
GRI 306: Resíduos 2020	306-1 Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos	Pág. 65	3, 6, 11 e 12
	306-2 Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos	Pág. 65	3, 6, 11 e 12
	306-3 Resíduos gerados	Págs. 66 , 73 e 74	11
	306-4 Resíduos não destinados à disposição final	Págs. 66 e 74	3, 11 e 12
	306-5 Resíduos destinados à disposição final	Págs. 66 e 74	3, 11 e 12
USO DE RECURSOS NATURAIS			
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	Pág. 69	-
GRI 302: Energia 2016	302-1 Consumo de energia dentro da organização	Págs. 69 e 70	7, 8, 12 e 13
	302-2 Consumo de energia fora da organização	Págs. 69 e 70	7, 8, 12 e 13
	302-3 Intensidade energética	Pág. 69	7, 8, 12 e 13
	302-4 Redução do consumo de energia	Pág. 69	7, 8, 12 e 13
GRI 303: Água e efluentes 2018	303-1 Interações com a água como um recurso compartilhado	Pág. 69	6
	303-5 Consumo de água	Pág. 70	6
MUDANÇAS CLIMÁTICAS			
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	Pág. 59	-
GRI 305: Emissões 2016	305-1 Emissões diretas (Escopo 1) de Gases de Efeito Estufa (GEE)	Págs. 59 e 64	3, 12, 13, 14, 15
	305-2 Emissões indiretas (Escopo 2) de Gases de Efeito Estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia	Págs. 59 e 64	3, 12, 13, 14, 15
	305-3 Outras emissões indiretas (Escopo 3) de Gases de Efeito Estufa (GEE)	Págs. 59 e 64	3, 12, 13, 14, 15
	305-4 Intensidade de emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE)	Págs. 59 e 64	13, 14 e 15
	305-5 Redução de emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE)	Pág. 59	13 e 14

ÍNDICE DE CONTEÚDO DOS INDICADORES 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. 69
Segurança de dados	CG-MR-230a.1	Descrição da abordagem para identificar e lidar com os riscos de segurança de dados	Pág. 41 O Programa de Privacidade de Dados Pessoais está sendo implantado e vem sendo gradativamente incorporado às áreas da Empresa
	CG-MR-230a.2	(1) Número de violações de dados, (2) porcentagem envolvendo informações de identificação pessoal (PII), (3) número de clientes afetados	Pág. 41
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 2023, o salário médio por hora foi de R\$ 18,29, o que representa um aumento de 15,24% em relação a 2022. O percentual de empregados que recebem 1 (um) salário mínimo é menor do que 0,3% em todas as regiões (o percentual varia de 0,02% a 0,29%)
	CG-MR-310a.2	(1) Taxa de rotatividade voluntária e (2) involuntária para funcionários da loja	Em 2023, a taxa de rotatividade voluntária foi de 26,2%. E a involuntária foi de 31,0%. Em 2022, esses percentuais eram de 23,1% e de 32,4%, respectivamente
	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 . Vale pontuar que o Magalu promove as melhores práticas trabalhistas e, há seis anos, está entre as primeiras empresas do GPTW (> 10.000 funcionários). Além disso, mantém uma política de valorização das pessoas, priorizando o bem-estar e o desenvolvimento de seus colaboradores. Leia mais sobre gestão de pessoas a partir da página 49
Diversidade e Inclusão da Força de Trabalho	CG-MR-330a.1	Porcentagem de representação de gênero e grupo étnico/racial: (1) na gestão e (2) entre todos os outros funcionários	Pág. 21

TÓPICO	CÓDIGO	MÉTRICA	RESPOSTA/PÁGINA
	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. 45
	CG-MR-410a.2	Discussão de processos para avaliar e gerir riscos e/ou perigos associados a produtos químicos em produtos	As operações mantêm as FDS para o caso de acidentes e kits de EPI de combate a acidentes. Também há um procedimento de gradeamento dos aerossóis para evitar acidentes com fluidos pressurizados. Os produtos regulados pela Anvisa são separados por categoria para evitar contaminações cruzadas. Além do procedimento de armazenamento e distribuição de mercadorias, os mesmos cuidados são mantidos nos processos de descarte dos resíduos
	CG-MR-410a.3	Discussão de estratégias para reduzir o impacto ambiental das embalagens	Pág. 65
Métricas de atividade	CG-MR-000.A	Número de: (1) lojas e (2) centros de distribuição	1.286 lojas, 21 CDs e 147 cross-dockings, sendo no total 168 unidades logísticas
	CG-MR-000.B	Área total de: (1) lojas e (2) centros de distribuição	Lojas - área de vendas: 716.298 m ² Área de armazenagem total: 1.131.000 m ²



RELATÓRIO ANUAL E DE SUSTENTABILIDADE 2023

COORDENAÇÃO

Reputação e Sustentabilidade

sustentabilidade@magazineluiza.com.br

APOIO

Relações com Investidores

ri@magazineluiza.com.br

Auditoria Corporativa

auditoria.corporativa@magazineluiza.com.br

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](#)