

Para fins deste Formulário, o Magazine Luiza S.A. e suas controladas serão doravante referidos como “Companhia”, exceto se indicado de outra forma em informação específica.

Nossa história teve início em 1957, quando o casal Luiza Trajano e Pelegrino José Donato fundou o Magazine Luiza em Franca, interior do Estado de São Paulo. Em 1966, a fim de impulsionar nosso crescimento, ingressou na sociedade o casal Maria Trajano Garcia, irmã de Luiza Trajano, e Wagner Garcia, e nossa primeira loja foi ampliada.

Em 1974, inauguramos a nossa primeira grande loja de departamentos. Em 1976, fizemos nossa primeira grande aquisição, com a compra das Lojas Mercantil, que possuía filiais em outras cidades da região. Em 1983, iniciamos nossa expansão para fora do Estado de São Paulo, atingindo diversas cidades do Triângulo Mineiro. Alguns anos depois, em 1986, inauguramos nosso primeiro Centro de Distribuição, em Ribeirão Preto, com sistemas automatizados e logística ágil e inteligente. Sendo este um grande passo para consolidar o crescimento de nossa rede.

Em 1991, iniciamos uma reestruturação societária a fim de propiciar uma expansão aos negócios da sociedade. Foi nessa oportunidade que ingressou em nosso quadro societário a Holding LTD. No mesmo ano, Luiza Helena Trajano, sobrinha de Luiza Trajano, assumiu a liderança da sociedade e deu início a uma grande transformação no nosso modelo de gestão com o objetivo de fortalecer a sociedade para o século seguinte.

Fomos pioneiros na criação do primeiro modelo de comércio eletrônico. Nossas Lojas Eletrônicas, hoje chamadas Lojas Virtuais, criadas por nós em 1992, foram resultado de um projeto inovador, cujas vendas eram realizadas por intermédio de terminais multimídia, composto por vendedores que orientavam os clientes, sendo que não havia produtos em exposição e nem nos estoques. Alguns anos depois, levamos a experiência adquirida em vendas virtuais para a internet, com a criação e consagração de nosso site www.magazineluiza.com, um dos maiores sites de *e-commerce* no Brasil. Hoje, o site é um dos maiores do setor e conta com os mais modernos canais e ferramentas de interação com os clientes, como *Facebook*, *Youtube*, *podcast*, *blog* e *twitter*. Ainda no início da década de 90, criamos as nossas maiores liquidações: a “Liquidação Fantástica”, um saldo de Natal, realizado imediatamente após a virada do ano, no qual os clientes compram com até 70% de desconto todas as mercadorias que conseguirem carregar, e o “Só Amanhã”, uma promoção na qual, durante um determinado dia, o cliente pode comprar um produto anunciado por um preço muito abaixo da média do mercado.

Em 1996, ampliamos nossa rede de lojas no Paraná e ingressamos no mercado do Centro-Oeste, no Mato Grosso do Sul. Neste mesmo ano, apesar de ser uma companhia de capital fechado, o Magazine Luiza divulgou seu primeiro balanço financeiro auditado externamente, exigência necessária somente em companhias de capital aberto.

Em 2001, nos associamos ao Unibanco (atual Itaú Unibanco) para a criação da Luizacred, uma financeira responsável, principalmente, pelo financiamento dos clientes. A Luizacred é uma das maiores financeiras do país e conta com a sólida estrutura de financiamento e os rígidos controles de concessão de crédito do Itaú Unibanco. Adicionalmente, adquirimos a Wanel, rede de lojas na região de Sorocaba.

Em 2003, iniciamos expansão, com a aquisição das Lojas Líder, na região de Campinas, e um processo de transição de marca foi iniciado. Em 2004, a expansão seguiu, com a aquisição das Lojas Arno, no Rio Grande do Sul.

Em 2005, recebemos aporte de capital de fundos administrados pela Capital, um investidor internacional de *private equity*, com presença em mais de 20 países. Isso possibilitou nossa rápida expansão, a facilitação da entrada na capital paulista, a construção do centro de distribuição Bandeirantes e a ampliação de nossa estrutura em logística. No mesmo ano, nos associamos à Cardif, empresa do Grupo BNP Paribas, para a criação da Luizaseg, uma

seguradora responsável pelos seguros de garantia estendida, com gestão compartilhada. Somos a única empresa do varejo a possuir uma seguradora própria, instituída por meio de uma associação (joint venture).

Não demorou muito para o crescimento alcançar também o Estado de Santa Catarina e expandir-se no Paraná e no Rio Grande do Sul, com a aquisição das Lojas Base, Kilar e Madol, em 2005. Neste ano, também foram criados a TV Luiza, a Rádio Luiza e o Portal Luiza, veículos de comunicação interna exclusivos para informar os colaboradores da rede. O bom trabalho executado a partir deste posicionamento foi reconhecido, cinco anos depois, com o prêmio A Melhor Empresa na Prática do Falar com Seus Colaboradores, em pesquisa do Instituto *Great Place To Work*.

Em razão das atitudes inovadoras e voltadas ao público feminino, recebemos, em 2007, o título de A Melhor Empresa para a Mulher Trabalhar no Brasil, em pesquisa do Instituto *Great Place to Work*. O prêmio foi um reconhecimento à política de Recursos Humanos baseada na valorização do trabalho da mulher e na crença de sua evolução dentro da companhia.

Em 2008, abrimos simultaneamente 46 lojas na cidade de São Paulo, o maior mercado consumidor brasileiro. O empreendimento, que começou com a mobilização de centenas de profissionais, resultou na obtenção de mais de um milhão de novos clientes.

Em 2010, com a aquisição das Lojas Maia, que possuía 136 unidades espalhadas pelos nove Estados da região Nordeste, alcançamos a expressiva marca de 20 milhões de clientes em 16 Estados do Brasil. Ao final de 2010, trouxemos para a cidade de São Paulo nosso escritório de negócios, situado no mesmo prédio da Loja-Conceito na Marginal Tietê.

Em junho de 2011, finalizamos nosso processo de Abertura de Capital e Oferta de Ações (*IPO*), um passo muito importante para nossa estratégia e trajetória de crescimento, permitindo o acesso a uma fonte alternativa de financiamento dos investimentos, geração de empregos e criação de valor para nossos acionistas. Também em 2011, realizamos a aquisição das lojas do Baú da Felicidade, por meio do qual foram adquiridas 100% das ações do capital social da New-UTD Utilidades Domésticas S.A. ("New-UTD"), e passamos de 604 lojas em 2010 para 728 lojas ao final do mesmo ano, sendo 24 lojas novas e 100 oriundas da aquisição do Baú.

Em abril de 2012, houve a incorporação das Lojas Maia pelo Magazine Luiza S.A. Concluímos a integração das redes Maia e Baú, apesar da sua complexidade, com o envolvimento direto de mais de 200 colaboradores da Companhia. Integramos todas as lojas do Sul/Sudeste (Lojas do Baú) e todas as lojas do Nordeste (Lojas Maia), respectivamente em fevereiro e outubro de 2012. Finalizamos o ano de 2012 com 743 lojas e 8 centros de distribuição, com sistemas contábeis e de gestão totalmente integrados.

Em 2014, a Companhia patrocinou a Copa do Mundo de futebol na rede Globo, proporcionando um impacto positivo em nossas vendas e na visibilidade da marca.

Em 2016, seguindo a estratégia de Transformação Digital, o Magazine Luiza esteve focado em 5 pilares: multicanalidade, inclusão digital, digitalização das lojas físicas, plataforma digital e cultura digital. Esse posicionamento possibilitou a entrega de grandes projetos na Logística, como o Retira Loja, o lançamento da nova plataforma de *Marketplace*, além de novos projetos para a digitalização das lojas físicas, como o *Mobile* Vendas, *Mobile* PinPad e o Lu Conecta. A estratégia da Transformação Digital contribuiu para o crescimento do Magazine Luiza em todos os canais, com ganhos de *market share* e melhoria dos indicadores de rentabilidade. O desenvolvimento do nosso *marketplace*, criado em 2016, é um ponto central em nossa estratégia, ser uma plataforma digital com pontos físicos e calor humano. Em 2018, os canais digitais – site, aplicativos de vendas e *marketplace* – foram responsáveis por 36% das vendas totais e cresceram 60% em relação ao mesmo período de 2017.

Em 3 de abril 2017, o Magazine Luiza adquiriu a startup de tecnologia Donatelo Desenvolvimento de Software e Market Digital Ltda. (“Integra Commerce”), especializada na integração e gestão do relacionamento entre lojistas e *marketplaces* — plataformas digitais abertas. Com a aquisição da Integra Commerce, lojistas que desejam participar do *marketplace* da Companhia não precisam recorrer à intermediação de plataforma de terceiro, tudo é realizado por uma plataforma única e integrada. O principal objetivo da aquisição é acelerar a execução da nossa principal estratégia de desenvolvimento de um *marketplace* rentável.

Em 7 de maio de 2018, o Magazine Luiza adquiriu a startup de tecnologia aplicada à logística Logbee, de São Paulo (SP) (atual Magalog), que é uma plataforma que gerencia em tempo real entregas expressas de produtos leves, realizadas diariamente por diversos parceiros, empreendedores e donos de seus próprios veículos.

Em 13 de dezembro de 2018, a Companhia adquiriu as empresas de tecnologia Softbox Sistemas de Informação, Certa Administração e Kelex Tecnologia (em conjunto, “Softbox”). A Softbox oferece soluções para empresas de varejo e indústria de bens de consumo que desejam vender digitalmente ao consumidor final. A grande maioria das empresas brasileiras ainda está excluída do mundo digital, sem acesso a nenhum *marketplace*. Com a incorporação da Softbox, o Magalu vai ajudar na transformação de companhias analógicas em empresas digitais.

Em 14 de junho de 2019, a Companhia concluiu a aquisição da Netshoes (Cayman) Ltd. (“Netshoes”), empresa líder no varejo online de roupas, calçados e artigos esportivos. A aquisição representa um passo significativo na estratégia de crescimento da Companhia e reforça o foco em crescimento baseado em aumento no volume de clientes ativos, frequência de compra e de categorias à venda, uma vez que a Netshoes possui uma base de mais de mil lojistas no seu *marketplace* e 4 milhões de clientes ativos que foram adicionados à base da Companhia.

Em 2020, frente às limitações de isolamento impostas pelo combate à disseminação da COVID-19, o Magazine Luiza acelerou seu processo de digitalização online e desenvolveu ainda mais a sua multicanalidade com o *Ship From Store*, ganhando alta relevância na modalidade de entregas. Os *sellers* do Marketplace puderam usufruir das facilidades do Parceiro Magalu e vender *online*, mesmo com suas lojas fechadas temporariamente. No lado financeiro, houve o lançamento do MagaluPay como nova funcionalidade do aplicativo da Companhia e o *roll-out* do Magalu Pagamentos como forma de antecipação dos recebíveis para os *sellers*.

As aquisições também marcaram fortemente o ano de 2020 para a Companhia. Para mais detalhes sobre as aquisições, vide item 1.12 deste Formulário de Referência.

Em 17 de fevereiro de 2020, o Magazine Luiza adquiriu a Estante Virtual, um dos maiores *marketplaces* de livros do Brasil. A aquisição reforça a estratégia da Companhia de crescimento em novas categorias e aumento da frequência de compra.

Em 30 de julho de 2020, a Companhia adquiriu a R.A. Marques Assessoria Comércio Digital EIRELI e a RRG Log Armazéns e Vendas On Line EIRELI (“Hubsales”), que possibilita que indústrias de diferentes segmentos ofereçam seus produtos diretamente ao consumidor final por meio de plataformas de *marketplace*, segmento conhecido como Factory to Consumers (F2C). A aquisição da Hubsales acelera a entrada de novas indústrias na plataforma *marketplace* do Magazine Luiza, o que representa mais um importante passo na estratégia da Companhia de digitalização do varejo brasileiro.

Em 6 de agosto de 2020, a Companhia realizou a aquisição das empresas Unilogic Media Group Ltda. e Canal Geek Internet Ltda. (“Canaltech”), bem como da plataforma “Inloco Media”, unidade de negócio da empresa Inloco Tecnologia da Informação S.A. (“Inloco Media” e “Inloco”, respectivamente). O Canaltech é uma das maiores plataformas multimídia do país com foco na produção de conteúdo de tecnologia em texto, áudio e vídeo, incluindo análises de produtos, podcasts, temas corporativos e cobertura do noticiário diário. A Plataforma Inloco Media é a

divisão da empresa Inloco focada na comercialização de publicidade digital. As aquisições marcam a entrada do Magazine Luiza no segmento de publicidade online, combinando a geração de conteúdo e audiência com a plataforma para comercialização de mídia digital.

Em 24 de agosto de 2020, o Magazine Luiza adquiriu a Stoq Tecnologia Ltda. ("Stoq"), uma startup de tecnologia, com sede em São Carlos/SP, que desenvolve sistemas de ponto de vendas (PDV) no modelo SaaS (Software as a Service) para pequenos e médios varejistas brasileiros. Com a aquisição, os produtos da Stoq passam a integrar o pilar estratégico Magalu as a Service (MaaS) e complementam o Parceiro Magalu, levando a digitalização também para os médios varejistas, que geralmente possuem mais de uma filial.

Em 03 de setembro de 2020, a Companhia adquiriu a empresa AiQFome LTDA ("AiQFome"), uma das maiores plataformas de entrega de comida do Brasil. Com a aquisição, o Magalu reforça a expansão dos serviços oferecidos no seu aplicativo, aumentando a frequência de compra dentro do seu ecossistema. Adicionalmente, com a AiQFome, a Companhia poderá oferecer sua tecnologia a milhares de restaurantes, bem como serviços como o Magalu Pagamentos e o Magalu Entregas.

Em 2 de outubro de 2020, o Magazine Luiza realizou a aquisição da GFL Logística LTDA ("GFL"), uma das principais plataformas de logística para o e-commerce com grande presença no interior de São Paulo e sul de Minas Gerais. Com esta aquisição, o Magalu reforça sua estratégia de entregar cada vez mais rápido e expandir de forma significativa serviços como a coleta e *last mile* para os *sellers*, reduzindo drasticamente os custos e prazos de entrega no *marketplace*.

Em 15 de outubro de 2020, o Magazine Luiza adquiriu a ComSchool Soluções em E-commerce Ltda. ("ComSchool"). A ComSchool oferece diversos cursos voltados para o e-commerce e performance digital que conferem os Certificados ComSchool que, por sua vez, são reconhecidos, carimbados e assinados pela Associação Brasileira de Comércio Eletrônico, ABComm, instituição de peso internacional. Além disso, os Certificados ComSchool dão direito a usar os Selos Profissionais, em sites, redes sociais, blogs e cartões de visitas. Através dos cursos oferecidos pela ComSchool, o Magalu irá levar conhecimento e capacitação sobre o mercado online a milhares de pessoas e empresas, promovendo a inclusão no universo digital.

Em 21 de dezembro de 2020, a Companhia celebrou contratos para a aquisição de 100% da Hub Prepaid Participações S.A. e suas subsidiárias ("Hub Fintech" ou "Hub"). A conclusão da aquisição está sujeita a determinadas condições precedentes, incluindo sua aprovação pelo Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) e pelo Banco Central do Brasil (Bacen). A Hub Fintech é uma instituição de pagamentos regulada pelo Banco Central (código 396) e totalmente integrada ao Sistema de Pagamentos Brasileiro (SPB) e ao Sistema de Pagamentos Instantâneos (PIX), através da sua subsidiária Hub Pagamentos S.A. Além de oferecer conta digital e cartão pré-pago diretamente para seus clientes, a Hub é uma das maiores plataformas de Banking as a Service (BaaS) e líder no processamento de cartões pré-pago, atendendo clientes de diversos segmentos como varejo, mobilidade, instituições financeiras e fintechs. Com a aquisição da Hub, os clientes do MagaluPay -- pessoas físicas e jurídicas -- passarão a contar com uma das mais completas plataformas de produtos e serviços financeiros do mercado, gratuita e totalmente integrada ao superaplicativo. A Hub possuía mais de 5 milhões de contas digitais/cartões pré-pagos, aproximadamente R\$ 8 bilhões em TPV e R\$ 138 milhões em receita em 31 de dezembro de 2020.

O ano do #PiscouChegou para o Magalu começou com uma segunda onda de Covid-19 ainda mais forte que a primeira. Novamente, as portas do mundo físico se fecharam. Nesse cenário, o crescimento do e-commerce continuou acelerado. Em mais um período desafiador, a empresa superou o mercado e atingiu o maior marketshare da história. As aquisições marcaram fortemente esse ano, sendo que o ecossistema foi complementado com a chegada das aquisições descritas abaixo:

Em 3 de março de 2021, o Magazine Luiza realizou a aquisição da VipCommerce Sistemas Ltda. ("VipCommerce"), uma startup de tecnologia no modelo Software as a Service (SaaS). A Vipcommerce é uma plataforma de e-commerce criada exclusivamente para atender o varejo alimentar, permitindo que supermercados e atacarejos vendam online, reforçando sua marca e o relacionamento com seus clientes. Com uma solução completa de e-commerce, a VipCommerce oferece não apenas uma loja online (incluindo desktop, celular e aplicativo), como também a gestão total do ciclo do pedido, desde a compra até a entrega final. Suas robustas APIs estão conectadas com os principais sistemas de gestão (ERP) de supermercados no Brasil, possibilitando o controle de itens, saldo em estoque e preços em tempo real.

Em 17 de março de 2021, o Magazine Luiza concluiu a aquisição das empresas Steal The Look Conteúdo de Moda LTDA e Push Produtora de Eventos e Workshops LTDA ("Steal The Look" ou "STL"), uma das maiores plataformas de conteúdo digital de moda, beleza e decoração do país. Fundado em 2012, o Steal the Look produz diariamente conteúdo sobre as principais tendências de moda, beleza e decoração, bem como sobre outros temas como cultura, comportamento e empreendedorismo. Com a aquisição, o Magalu passará a oferecer conteúdo especializado sobre as categorias de moda, beleza e decoração, informando e ajudando seus clientes na decisão de compra. Assim, com o STL, a Companhia amplia ainda mais o engajamento e a relevância destas categorias em sua plataforma -- incluindo o próprio Magalu, a Zattini e a Época Cosméticos -- seja através do e-commerce com estoque próprio ou do *marketplace*.

Em 30 de março de 2021, a Companhia adquiriu as empresas ToNoLucro Internet LTDA. ("Tonolucro") e Grandchef Desenvolvimento de Sistemas LTDA. ("GrandChef").

Fundada em Palmas-TO, a Tonolucro é uma plataforma de entrega de comida e de itens de supermercado com forte participação de mercado nos estados de Tocantins, Goiás e Pará. Todos os pedidos são entregues por motoristas cadastrados no aplicativo Tonolucro, que busca sempre os entregadores mais próximos e calcula a melhor rota e maximizando a eficiência da entrega.

Fundada em Paranavaí/PR, a Grandchef se tornou uma das maiores plataformas de tecnologia para pequenos e médios restaurantes do Brasil. Por meio de aplicativos para celular e sistemas para desktop, a GrandChef possibilita a gestão completa da operação do restaurante, incluindo o controle de pedidos online e offline (mesas, comandas e balcão) e a integração com plataformas de delivery, além da gestão financeira e controle de estoque.

Em 7 de abril de 2021, a Companhia realizou a aquisição da empresa a SmartHint Tecnologia LTDA. ("SmartHint"), sistema de busca inteligente e de recomendação de compra para e-commerce com grande destaque no Brasil, possuindo mais de 10.000 lojas ativas. Fundada em 2017, a SmartHint desenvolve tecnologia que eleva a experiência de compra online e auxilia o cliente a encontrar facilmente o que precisa, aumentando de forma significativa a conversão de vendas no e-commerce. Com a SmartHint, o Magalu irá ampliar ainda mais a assertividade da busca dentro do seu *SuperApp*. Além disso, a experiência de compra dentro dos mundos e mini-mundos -- especializados em categorias como moda, esportes, mercado, livros e *food delivery* - - será aprimorada com recomendações ainda mais personalizadas e inteligentes. Finalmente, com a aquisição, a SmartHint passa a integrar também o pilar estratégico *Magalu as a Service* (MaaS) oferecendo tecnologia de busca e recomendação de produtos para milhares de *sellers* conectados à plataforma do Magalu.

Em 14 de abril de 2021, o Magazine Luiza realizou a aquisição da Nonsense Creations, LLC e da Pazos, Ottoni & Cia Ltda. ("Jovem Nerd"), uma plataforma multimídia voltada para o público nerd e geek que conta com um dos Youtubers mais influentes da internet brasileira. Fundado em 2002, o Jovem Nerd produz conteúdo sobre diversos temas da cultura nerd, entre eles cinema, séries, games, história e ciência, e que vai ao ar em seus programas NerdCast, NerdOffice, NerdBunker, NerdPlayer e Nerdologia. O Jovem Nerd foi um dos pioneiros na produção de podcast no Brasil com o lançamento do NerdCast em 2006. No ar há 15 anos, o NerdCast é um

dos líderes em audiência e abriu as portas para o mercado publicitário no segmento por meio de branded content. O conteúdo produzido pelo Jovem Nerd, tanto em formato de áudio, vídeo, texto e jogos, continuará sendo disponibilizado através dos canais atuais e a liberdade editorial da criação será mantida. Adicionalmente, o conteúdo do Jovem Nerd será integrado ao SuperApp do Magalu, ampliando o seu alcance e aumentando o tempo de uso do aplicativo. Com a aquisição, o Magalu expande ainda mais a sua audiência -- que já conta com a CanalTech, o Steal the Look e o próprio Magalu -- e aumenta o alcance e relevância do MagaluAds.

Em 8 de junho de 2021, o Magazine Luiza adquiriu a Bit55, uma plataforma de tecnologia para processamento de cartões de crédito e débito na nuvem, construída pelo Banco BS2 para processamento de seus próprios cartões. A tecnologia proprietária da Bit55 foi desenvolvida ao longo dos últimos dois anos por uma equipe altamente especializada em produtos financeiros digitais. Com um modelo escalável, a Bit55 possui uma capacidade de processamento de mais de 2.000 transações de cartões de crédito e débito por segundo, o que garante um tempo de resposta muito rápido e uma melhor experiência de compra. Vale ressaltar que a Bit55 oferece toda a estrutura necessária para a gestão de um portfólio de cartões de crédito, que inclui desde o recebimento da proposta, envio do cartão, captura e autorização das transações, emissão da fatura, recebimento e conciliação automática. Com a aquisição, a Bit55 complementa os serviços oferecidos pela Hub Fintech, que poderá oferecer aos seus clientes a emissão de cartões de crédito e débito, além dos atuais cartões pré-pago e contas digitais. A conclusão da aquisição está sujeita ao cumprimento de obrigações e condições precedentes, usuais a esse tipo de operação.

Em 21 de junho de 2021, a Companhia realizou a aquisição da empresa Plus Delivery Soluções Tecnológicas LTDA. ("Plus Delivery"), uma plataforma completa especializada no delivery de diversos tipos de comida, recebendo e gerenciando pedidos por meio de um aplicativo rápido, prático e seguro. Presente em mais de 30 cidades no Brasil, a Plus Delivery é uma das líderes de entrega de comida no estado do Espírito Santo. A plataforma opera no modelo de unidades próprias e processou, em maio de 2021, aproximadamente 250 mil pedidos, preparados por cerca de 1.500 restaurantes parceiros. Com a Plus Delivery, o Magalu fortalece a categoria de food delivery, aumentando os serviços oferecidos no seu SuperApp e a frequência de compra dentro do seu ecossistema.

Em 7 de julho de 2021, o Magazine Luiza adquiriu a empresa Juni Marketing Digital Ltda. ("Juni"), startup especializada na otimização da taxa de conversão de vendas para e-commerce, isto é, da taxa de conversão de visitas ao site em compras. A Juni possui metodologia proprietária desenvolvida por um time de especialistas em CRO (Conversion Rate Optimization), capaz de mapear e analisar diferentes comportamentos do cliente durante todas as etapas de uma compra online. Com base na análise dos dados coletados, a Juni busca soluções inovadoras que ampliam a conversão de vendas e a rentabilização dos canais digitais. Com a aquisição, o SuperApp do Magalu contará com novas ferramentas baseadas em análise de dados para aprimorar cada vez mais a experiência do cliente, otimizando a conversão e promovendo o crescimento de vendas do e-commerce. O time de especialistas da Juni passa a compor a área de CRO do Magalu e irá desenvolver soluções para todo o ecossistema da Companhia.

Em 15 de julho de 2021, o Magalu adquiriu a empresa Kabum Comércio Eletrônico S.A. ("Kabum"), a maior plataforma de e-commerce de tecnologia e games do Brasil. Fundado em 2003, o KaBuM! foi um dos pioneiros no comércio eletrônico brasileiro e é referência em tecnologia e games, oferecendo aos seus mais de 2 milhões de clientes ativos os maiores lançamentos no mercado mundial. Com mais de 90 mil itens diferentes em estoque, o KaBuM! possui um sortimento completo de computadores, hardwares (placas de vídeo, memória, processadores, placas de som, telas), periféricos (teclados, mouse, câmeras, cabos, adaptadores), produtos para o universo gamer (vídeo games, jogos, cadeiras, mesas, consoles) e para a casa inteligente (câmeras, lâmpadas, assistentes virtuais, automação, entre outros). O

KaBuM! é também um dos precursores em esportes eletrônicos no Brasil, sendo responsável pela criação de uma das maiores equipes de League of Legends do país, a KaBuM! Esportes, tetracampeã nacional e a primeira representante brasileira no campeonato mundial.

Com a aquisição, o Magalu reforçou o pilar estratégico de novas categorias, com um sortimento extremamente complementar ao atual e com enorme potencial de crescimento. Adicionalmente, em conjunto com as recentes aquisições Jovem Nerd e CanalTech, o KaBuM! e o Magalu poderão oferecer uma experiência de compra, conteúdo e entretenimento completa para os amantes de tecnologia.

Em 26 de julho de 2021, o Magalu adquiriu a empresa Sode Intermediação de Negócios S.A. ("Sode"), uma plataforma de logística de entregas ultra-rápidas. A Sode foi fundada em 2015 no Porto Digital, polo de tecnologia de Recife e possui tecnologia proprietária especializada na gestão, roteirização e rastreamento de entregas ultra-rápidas realizadas por parceiros, donos de suas próprias motos. Seu algoritmo permite que os pedidos sejam alocados para o parceiro mais próximo, garantindo a entrega mais rápida para o cliente, e a melhor experiência para os lojistas e entregadores. Com a aquisição, a logística do Magalu passa a contar também com entregas utilizando motos, reduzindo ainda mais os prazos e a distância para o cliente final. Adicionalmente, em breve, a Sode fará entregas ultra-rápidas também para os *sellers* do *marketplace* do Magalu, com a entrega a partir da loja do próprio seller, e para os restaurantes parceiros da AiQFome.

Em julho, inauguramos também as primeiras lojas físicas do Magalu no estado do Rio de Janeiro, marcando a nossa entrada no segundo maior mercado consumidor do país e concluímos uma bem-sucedida oferta subsequente de ações, 100% primárias. Foram captados cerca de R\$4 bilhões com o objetivo de acelerar ainda mais os nossos investimentos.

O ano de 2022 começou marcado pela inflação e taxa de juros em alta. O Magalu anteviu as mudanças que estavam acontecendo no cenário macroeconômico e rapidamente executou um plano de ação para minimizar os impactos, esse foi o ano do "Monetiza Magalu". Ao longo do primeiro semestre, fizemos importantes ajustes na nossa operação, melhorando a margem bruta, com destaque para a atualização da política de frete e das comissões do *marketplace* (acelerando o crescimento da receita de serviços), forte revisão de despesas (principalmente marketing e logística), além de redução significativa dos estoques. Ao mesmo tempo que expandimos as margens e com uma estrutura mais leve, aceleramos o crescimento e o ganho de participação de mercado, especialmente no último trimestre do ano, marcado pelo forte crescimento em todos os nossos canais e a assertiva estratégia comercial e de marketing do trimestre, que incluiu o patrocínio da transmissão da Copa do Mundo de Futebol. Lançamos o nosso *fulfillment* com operação nos mesmos centros de distribuição já utilizados para nossa operação de estoque próprio (1P).

No ano de 2023, enfrentamos o desafio da reintrodução do DIFAL nas compras interestaduais, especialmente no e-commerce, exigindo respostas ágeis para mitigar seu impacto financeiro. O Magalu, mantendo seu compromisso com a excelência no atendimento e margens saudáveis, focou em aumentar a eficiência operacional. Por meio de processos otimizados, gradualmente repassamos o DIFAL para os preços finais, sem comprometer o volume de vendas, resultando em evolução nos indicadores de vendas e margem operacional. Em meio a um cenário macroeconômico desafiador, continuamos a conciliar iniciativas de curto prazo com uma estratégia de longo prazo centrada na expansão do *marketplace*. Com um ambiente promissor marcado pelo aumento da renda e queda de juros, mantemos o otimismo para o futuro, priorizando o crescimento do lucro operacional, do lucro líquido e da geração de caixa, enquanto construímos uma organização consistente em resultados, encantando o cliente e promovendo a inclusão.

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

Em 2024, o Magalu colheu os frutos de um ciclo estratégico iniciado em 2021, marcado pela diversificação de fontes de receita e pela consolidação de um ecossistema digital e multicanal. Mesmo diante de um cenário desafiador, com juros elevados e restrição ao crédito, a Companhia manteve cinco trimestres consecutivos de lucro, alcançou R\$3 bilhões em EBITDA, gerou R\$3 bilhões de caixa operacional e reduziu sua dívida em quase R\$3 bilhões. As vendas totais atingiram R\$65 bilhões no ano, com mais de 70% vindas dos canais digitais. O modelo 1P apresentou ganhos expressivos de margem, enquanto o marketplace (3P) avançou com o dobro de pedidos via fulfillment e a parceria inédita com o AliExpress.

A multicanalidade foi reforçada com a abertura de lojas físicas para marcas digitais e o anúncio de uma loja conceito com todas as bandeiras do grupo. No ano do “Encanta Magalu”, o NPS corporativo atingiu o maior patamar já registrado, impulsionado pela melhora do serviço no 3P. As verticais do ecossistema — como Luizacred, Magalubank, Magalupay, Magalu Ads e Magalu Cloud — ganharam relevância e se tornaram alavancas importantes para a expansão de margem. A Luizacred voltou a lucrar, o CDC digital avançou no e-commerce, a Magalu Ads mais que dobrou sua receita, e a Magalu Cloud passou a atender 300 clientes e processar 40% dos workloads internos, contribuindo para a eficiência e a resiliência do modelo de negócios.

Estamos realizando tudo o que está ao nosso alcance e colhendo melhorias como resultado. Nesse sentido, estamos empenhados em simplificar a construção da nossa plataforma, para que ela possa ser ainda mais eficiente, rentável e escalável. Dentre as nossas principais iniciativas estão: a expansão do fulfillment; redução dos prazos de entregas para o 3P; unificação da plataforma do Magalu Ads para todos os canais; aumento de participação de mercado nas famílias de produtos de maior rentabilidade; expansão dos serviços financeiros para os sellers, aumento das vendas de seguros nos canais digitais; e redução e unificação do número de sistemas das empresas do ecossistema Magalu. Dessa forma, reforçamos ainda mais a posição do Magalu como referência no setor, uma empresa bem-capitalizada, capaz de garantir a satisfação dos nossos consumidores e parceiros e consolidar o nosso sucesso como a plataforma digital para o varejo brasileiro.

Em 31 de dezembro de 2024, a Companhia contava com cerca de 40 mil colaboradores, aproximadamente 35 milhões de clientes ativos, 21 centros de distribuição e 1.245 lojas localizadas em 20 estados brasileiros.

Visão Geral da Companhia

O Magalu é uma plataforma digital com presença física e foco em relações humanas. Nossa trajetória começou há mais de 60 anos como uma rede varejista tradicional no interior de São Paulo, especializada em bens duráveis voltados à classe média brasileira. Desde então, evoluímos continuamente, sempre guiados pelo propósito de ampliar o acesso ao consumo— levando a milhões de brasileiros o que antes era privilégio de poucos. Fomos a porta de entrada para as primeiras geladeiras, televisores e celulares de muitos dos nossos clientes. Atualmente, nosso objeto social compreende múltiplas atividades:

- a) comércio varejista e atacadista em geral, comércio de produtos manufaturados, semimanufaturados, alimentícios e não alimentícios, bebidas, saneantes e domissanitários, matérias primas e materiais secundários;*
- b) a prestação de serviços de assistência técnica, mercadológica e administrativa e outros relacionados, direta ou indiretamente, às atividades principais da Companhia;*
- c) importação e exportação de produtos manufaturados, semimanufaturados, alimentícios, matérias primas, materiais secundários e outros produtos ou bens ligados ou não a sua atividade econômica;*
- d) serviços de aluguel de tempo de acesso a banco de dados, serviços de televidas; e) comunicação por meio de terminais de computador, transmissão de mensagens e de imagens recebidas por computador;*
- f) o acondicionamento, a armazenagem e a embalagem de produtos próprios e de terceiros;*
- g) a exploração, direta ou indireta, de bares, restaurantes, lanchonetes e similares;*
- h) prestação de serviços de estúdios fotográficos, cinematográficos e similares;*
- i) operação de sistemas de franquia, próprios ou de terceiros;*
- j) participar em outras sociedades, nacionais ou estrangeiras, que tenham ou não atividades semelhantes às da Companhia;*
- k) intermediação de negócios em geral, no Brasil e no exterior, incluindo a intermediação de: (i) concessão de financiamento ao consumidor; (ii) contratação de empréstimo pessoal; (iii) contratação de produtos de seguro e garantia estendida; (iv) contratação de pacotes de viagem e/ou pacotes de turismo e organizadora de eventos; e (v) cotas de consórcio;*
- l) prestação de serviços de correspondente bancário para recebimento de títulos de compensação;*
- m) prestação de serviços de habilitação de aparelhos celulares;*
- n) agência de viagens e organizadora de eventos;*
- o) comércio e distribuição de produtos próprios ou de terceiros, no atacado ou varejo;*
- p) tratamento de dados, provedores de serviços de aplicação e serviços de hospedagem na internet e portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet;*
- q) veiculação, inserção e divulgação de textos, desenhos e outros materiais de propaganda e publicidade, por qualquer meio;*
- r) portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet;*
- s) licenciamento ou cessão de uso de software e plataformas de tecnologia;*
- t) propaganda e publicidade de produtos próprios ou de terceiros, inclusive comercialização e promoção de vendas, planejamento de campanhas ou sistemas de publicidade, elaboração de desenhos, textos e demais materiais publicitários;*
- u) locação de espaço publicitário;*
- v) aluguel de móveis, utensílios e aparelhos de uso doméstico e pessoal; e*
- w) depósitos de mercadorias para terceiros, exceto armazéns gerais e guarda móveis.*

Ao longo do tempo, transformações sociais, econômicas e tecnológicas moldaram o comportamento de consumo no Brasil. Acompanhamos essas mudanças de perto e nos adaptamos a cada nova fase. Hoje, entramos em um novo ciclo estratégico, impulsionado pela digitalização da economia e pelo avanço das tecnologias de informação. Nesse contexto, o Magalu se posiciona como um agente de inclusão digital — comprometido em contribuir para democratização do acesso à tecnologia e integrar o pequeno e médio varejo ao universo digital.

Nosso objetivo é oferecer soluções e serviços que acelerem a transformação digital de empresas em todo o país, muitas das quais ainda operam de forma analógica e desconectada das principais oportunidades do mundo online. Para isso, estamos construindo um ecossistema robusto, digital e multicanal, que combina tecnologia, logística, meios de pagamento e serviços financeiros — tudo com a escala e a confiança de uma marca reconhecida nacionalmente.

Em 2024, nossas vendas totais atingiram R\$ 65,3 bilhões, com crescimento de 4% em relação a 2023. Esse valor inclui (i) a receita bruta com a venda de produtos e serviços diretamente ao consumidor, tanto nas lojas físicas quanto no e-commerce com estoque próprio (modelo 1P), incluindo as comissões cobradas de sellers que atuam no marketplace; e (ii) o volume total de vendas realizadas por terceiros em nossa plataforma digital, incluindo o marketplace e o serviço de entrega de comida (modelo 3P). Nosso canal digital é composto por essas duas frentes — 1P e 3P — e, em 2024, movimentou R\$ 46,1 bilhões em vendas totais. Encerramos o ano com cerca de 36 milhões de clientes ativos. Vale destacar que o avanço do digital foi acompanhado pelo crescimento das lojas físicas, refletindo a força do nosso modelo multicanal. As vendas totais — somando lojas, e-commerce 1P e marketplace 3P — mantiveram uma trajetória consistente ao longo dos últimos anos, saindo de R\$ 19,7 bilhões em 2018 e triplicando até alcançar R\$ 65,3 bilhões em 2024, conforme mostra a tabela abaixo:

R\$ Milhões	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Vendas Totais	19.667,8	27.270,7	43.516,7	55.607,7	60.160,7	63.056,3	65.330,9
Crescimento Vendas Totais	36,2%	38,7%	59,6%	27,8%	8,2%	4,8%	3,6%
Vendas Lojas Físicas	12.642,6	14.905,0	14.991,1	15.856,2	16.771,5	17.439,7	19.206,1
Vendas E-commerce Total	7.025,3	12.365,7	28.525,6	39.751,5	43.389,3	45.616,5	46.124,9
Participação do E-commerce nas Vendas Totais	35,7%	45,3%	65,6%	71,5%	72,1%	72,3%	70,6%

Em 2025, o Magalu completará dez anos sob a liderança de Frederico Trajano como CEO. Essa década foi marcada por grandes transformações, que foram guiadas por dois ciclos estratégicos.

O primeiro ciclo, de 2016 a 2020, foi o da digitalização. Durante esse período, o Magalu se reinventou, deixando de ser um varejista tradicional para se consolidar como uma das maiores plataformas digitais multicanais do Brasil. Esse movimento pioneiro incluiu a expansão acelerada do e-commerce, a completa integração de lojas físicas e canais digitais, o lançamento da plataforma de marketplace e o desenvolvimento de uma infraestrutura tecnológica e logística de ponta.

O segundo ciclo, iniciado em 2021, é o da consolidação do ecossistema Magalu. Nesse ciclo, a companhia diversificou suas fontes de receita e de resultados – ou earnings streams – e expandiu sua presença para além do varejo tradicional, posicionando-se como um ecossistema robusto e resiliente. Esse movimento foi viabilizado por aquisições estratégicas de mais de 20 empresas nos últimos anos, incluindo marcas reconhecidas como Netshoes, KaBuM! Época Cosméticos, AiQFome, Estante Virtual e Zattini.

Essas aquisições fortaleceram a presença em novos mercados e sustentaram a criação de quatro grandes plataformas de serviços, que hoje atendem todas as empresas do grupo e os sellers do marketplace:

1. Magalog: A logística do Magalu

Dentro da estratégia de consolidação do nosso ecossistema, a Magalog representa um marco na evolução da logística do Magalu. Consolidada em uma plataforma única a partir da unificação de cinco empresas, a Magalog se posiciona como um dos maiores operadores logísticos do Brasil, atendendo tanto as empresas quanto os sellers do nosso ecossistema. Com uma rede de 21 centros de distribuição estrategicamente localizados e uma malha logística integrada, viabiliza entregas ultrarrápidas, muitas vezes no mesmo dia, além de oferecer soluções completas, como coleta, armazenamento e transporte. Esse modelo é especialmente vantajoso para pequenos e médios sellers, democratizando o acesso a uma logística eficiente e criando condições para que esses empreendedores escalem seus negócios com confiança.

Dentro desse contexto, o Fulfillment Magalu Multicanal se destaca como uma solução inovadora que integra operações online e offline, ampliando ainda mais as possibilidades para nossos sellers. Já com nove centros de distribuição habilitados para essa modalidade, representando aproximadamente 30% dos produtos vendidos no marketplace, a solução garante entregas mais rápidas e custos reduzidos. O mesmo veículo que abastece as lojas realiza entregas para clientes 1P e 3P, otimizando a operação. Além disso, os custos do fulfillment 3P são absorvidos pelos atuais CDs, gerando uma estrutura eficiente e com menores custos de entrega. Com esses ganhos, a solução tem o potencial de dobrar a conversão de vendas no 3P e proporciona uma experiência superior ao cliente, refletida em um NPS 10 pontos percentuais maior em comparação com entregas normais do marketplace.

A implementação do modelo multicanal fortalece ainda mais o ecossistema Magalu, oferecendo aos vendedores flexibilidade, alcance e eficiência, enquanto assegura altos níveis de serviço, custos competitivos e uma experiência de compra superior. Além de atender ao Magalu e suas empresas, a Magalog também disponibiliza sua infraestrutura logística para clientes externos, mantendo a excelência operacional em ambos os casos.

2. MagaluBank: serviços financeiros para clientes e sellers

O MagaluBank é um dos pilares essenciais do nosso ecossistema, desempenhando um papel chave na promoção da inclusão financeira, acessibilidade e eficiência em todos os processos financeiros do Magalu. Sua criação visa a enfrentar dois grandes desafios do mercado brasileiro: o acesso restrito ao crédito e a complexidade das transações financeiras. Com isso, o MagaluBank oferece soluções inovadoras que atendem de forma eficaz às necessidades de consumidores e parceiros do marketplace, tornando as operações financeiras mais acessíveis e ágeis para todos. Além de ampliar o acesso a serviços financeiros, também fortalece a monetização do ecossistema:

- **Luizacred:** Uma joint venture com o Itaú, que oferece cartões de crédito com benefícios exclusivos para os clientes Magalu. Essa solução financeira foi criada para proporcionar acesso facilitado ao crédito para milhões de brasileiros, ampliando o poder de compra e promovendo a inclusão financeira. Hoje, temos dois cartões: o Cartão Luiza, voltado para o cliente da loja física, e o Cartão Magalu, focado em aprimorar a experiência de consumo online. Ambos os cartões podem ser utilizados em qualquer estabelecimento, dentro e fora do ecossistema Magalu, oferecendo vantagens como parcelamentos acessíveis, descontos especiais e promoções exclusivas. Essa combinação de conveniência e benefícios exclusivos fortalece ainda mais o vínculo com nossos clientes, incentivando a fidelidade e ampliando as oportunidades de compras e promoções no Magalu.

- **Magalu Pagamentos:** é o hub financeiro do nosso ecossistema, oferecendo uma solução completa, segura e integrada para consumidores e vendedores do marketplace. Com funcionalidades como split de pagamentos, processamento de PIX e conta digital, a plataforma otimiza transações, garantindo mais agilidade e controle financeiro para os clientes e sellers. Além disso, a antecipação de recebíveis permite que os sellers acessem seus recursos de forma rápida, fortalecendo a saúde financeira dos negócios e impulsionando seu crescimento. Mais do que um facilitador de pagamentos, o Magalu Pagamentos é um pilar estratégico na monetização do ecossistema, ampliando a eficiência financeira e criando novas oportunidades de receita.
- **Consórcio Magalu:** Uma alternativa acessível para a aquisição de bens, oferecendo parcelas flexíveis e sem juros. O consórcio permite que os clientes do Magalu realizem sonhos de forma planejada, sem a cobrança de juros elevados. Essa modalidade é ideal para quem busca adquirir produtos de grande valor, como veículos, imóveis e eletrodomésticos, com a vantagem de poder pagar em parcelas acessíveis.
- **Crediário:** Uma solução que oferece flexibilidade de pagamento ao consumidor. Disponível nas lojas físicas e agora no e-commerce do Magalu, o sistema Buy Now, Pay Later — ou carnê — permite que o cliente parcele suas compras sem a necessidade de um cartão de crédito, tornando mais fácil e acessível para muitas famílias realizarem compras no Magalu.
- **Seguros Magalu:** O MagaluBank também oferece uma gama de seguros para nossos clientes. Entre as opções estão a garantia estendida, que permite ao cliente prolongar a cobertura de produtos adquiridos, seguro de vida, proteção contra danos acidentais e seguro de perda de emprego. Além de garantir mais segurança e tranquilidade para os usuários, esses serviços também desempenham um papel estratégico na monetização do ecossistema do Magalu, fortalecendo a geração de receita e ampliando o valor agregado para clientes e parceiros.

3. Magalu Cloud: Tecnologia para escalar negócios

O Magalu As a Service é uma plataforma robusta que oferece soluções tecnológicas inovadoras para empresas de diferentes portes, permitindo que escalem seus negócios de forma ágil e eficiente. Integrando diversas ferramentas e serviços que conectam e transformam o ecossistema digital, sua proposta é democratizar o acesso a tecnologias de ponta, antes exclusivas para grandes empresas, tornando-as acessíveis e viáveis para pequenas e médias empresas. Com isso, buscamos oferecer valor agregado a custos mais competitivos, permitindo que negócios de diversos setores adotem as melhores práticas de mercado e otimizem suas operações, com a confiança e expertise de uma das maiores empresas do Brasil.

Dentro da plataforma, destaca-se o Magalu Cloud, a única solução de nuvem 100% nacional, desenvolvida para oferecer infraestrutura robusta, acessível e com cobrança em reais, garantindo previsibilidade financeira sem impacto de variações cambiais.

Como diferenciais do Magalu Cloud, citamos:

- **Custo acessível e cobrança previsível:** Alternativa competitiva às clouds estrangeiras, com preços mais vantajosos e faturamento em reais.
- **Infraestrutura escalável, segura e de baixa latência:** Atende às demandas variáveis do mercado sem comprometer a performance, garantindo respostas rápidas e proteção avançada para dados sensíveis e transações financeiras.

- Atendimento humanizado e direto: Suporte técnico em português, sem intermediários automatizados, garantindo rapidez e eficiência na resolução de demandas.

4. MagaluAds: Monetizando a audiência do Magalu

O MagaluAds é um dos pilares estratégicos do nosso ecossistema, aproveitando a vasta audiência do ecossistema do Magalu, como o próprio Magalu, Netshoes, Época Cosméticos, Canaltech, Jovem Nerd, e outros ativos de conteúdo relevantes. Com quase 500 milhões de visualizações mensais e 36 milhões de usuários mensais nos nossos aplicativos, o MagaluAds transforma nossa audiência em um dos maiores ativos de mídia do país, criando uma plataforma de anúncios poderosa e altamente segmentada.

Com nossa plataforma de anúncios, os anunciantes podem criar campanhas mais eficientes, utilizando um modelo de CPC robusto e ferramentas de segmentação, incluindo campanhas com palavras-chave, o que proporciona ainda mais controle e personalização para campanhas de marketing digital. Hoje, já contamos com 3 mil anunciantes ativos, e o MagaluAds é uma das fontes de receita mais estratégica da empresa, contribuindo significativamente para o aumento da nossa receita de serviços.

Além disso, a nossa influenciadora Lu, com 20 milhões de seguidores nas redes sociais, tem sido um grande ativo para gerar ainda mais monetização. Já contratada para campanhas como a do Burger King e em negociações com outras grandes marcas, a Lu exemplifica o potencial de monetização das audiências que geramos e da nossa capacidade de gerar conteúdo valioso para os anunciantes.

Destaques Financeiros

Acreditamos que o nosso modelo de plataforma multicanal nos permite apresentar elevado crescimento, com alto nível de serviço, alto retorno sobre o capital investido e forte geração de caixa. Nossa receita bruta passou de R\$45,6 bilhões em 2023 para R\$47,3 bilhões em 2024, representando um crescimento de 3,7%. Nossa receita líquida passou de R\$36,8 bilhões em 2023 para R\$38,0 bilhões em 2024, representando um aumento de 3,5%.

O quadro abaixo apresenta nossas informações financeiras e operacionais selecionadas para os exercícios sociais encerrados em 31 de dezembro de 2024 e 2023:

	Exercício social encerrado em 31 de dezembro de	
Informações Financeiras e Operacionais Selecionadas	2024	2023
(em R\$ milhões, exceto %)		
Receita líquida	38.038,1	36.768,1
Receita bruta do E-commerce	27.472,5	27.575,4
Crescimento da receita bruta do E-commerce(1)	-0,4%	-1,3%
Receita bruta	47.277,0	45.591,0
Participação do E-commerce na receita bruta varejo	58,1%	60,5%
Crescimento Mesmas Lojas Físicas	11,7%	4,7%
Quantidade Total de Lojas	1.245	1.286
Área Total de Vendas (m2)	686.976	716.298
Área Média por Loja (m2)	552	557

	Exercício social encerrado em 31 de dezembro de	
(em milhões de R\$, exceto %)	2024	2023
Receita bruta (1)	47.277,0	45.591,0
Crescimento da receita bruta(2)	3,7%	0,9%
Receita líquida de vendas	38.038,1	36.768,1
Crescimento da receita líquida(3)	3,5%	-1,4%
Lucro bruto	11.627,3	10.163,9
Margem bruta(4)	30,6%	27,6%
Lucro líquido (Prejuízo)	448,7	(979,1)
Margem líquida(5)	1,2%	-2,7%
EBITDA(6)	2.895,7	870,5
Margem EBITDA(7)	7,6%	2,4%
Lucro líquido operacional – NOPLAT(8)	818,6	(601,6)
Dívida Bruta (9)	(4.582,2)	(7.354,9)
Caixa e equivalentes de caixa e títulos e valores mobiliários e outros ativos financeiros (circulante e não circulante)	2.165,1	3.372,4
Caixa (Dívida) Líquido (10)	(2.417,1)	(3.982,4)
Recebíveis de cartão de crédito (terceiros e partes relacionadas)	5.717,8	5.722,1
Caixa (Dívida) Líquido Ajustado (11)	3.300,8	1.739,6
Capital de Giro (12)	2.245,6	2.395,0
Capital Fixo (13)	11.659,0	11.198,0
Capital Investido Total (14)	13.736,3	13.593,0
Patrimônio Líquido	11.319,3	9.610,5
ROE (15)	4,1%	-9,9%
ROIC (15)	5,8%	-4,2%

(1) Calculamos o crescimento da receita bruta do *E-commerce* como a diferença percentual entre a receita bruta do *E-commerce* para o exercício social (e/ou período) e a receita bruta do *E-commerce* para o exercício social anterior (e/ou período).

(2) Calculamos o crescimento da receita bruta como a diferença percentual entre a receita bruta para o exercício social e/ou período e a receita bruta para o exercício correspondente no ano e/ou período anterior.

(3) Calculamos o crescimento da receita líquida como a diferença percentual entre a receita líquida para o exercício social e/ou período e a receita líquida para o exercício correspondente no ano e/ou período anterior.

(4) A margem bruta é calculada pelo lucro bruto dividido pela receita líquida de vendas.

(5) A margem líquida é calculada pelo lucro líquido dividido pela receita líquida de vendas.

(6) O EBITDA consiste no lucro líquido (prejuízo) da Companhia, acrescido do resultado financeiro líquido, do imposto de renda e da contribuição social, e dos custos e despesas com depreciação e amortização. O EBITDA não é uma medida contábil reconhecida pelas práticas contábeis adotadas no Brasil ou pelas Normas Internacionais de Relatórios Financeiros ("IFRS"). Para a reconciliação do EBITDA para o lucro líquido (prejuízo), vide seção "3.2 – Medições não contábeis".

(7) A margem EBITDA é calculada pelo EBITDA dividido pela receita líquida de vendas.

(8) O lucro líquido operacional – NOPLAT (*Net Operating Profits Less Adjusted Taxes*) é o lucro líquido (prejuízo) antes do resultado financeiro, exceto os encargos sobre antecipação de cartão de crédito, líquidos do efeito calculado de imposto de renda e contribuição social. O lucro líquido operacional não é uma medida contábil reconhecida pelas práticas contábeis adotadas no Brasil ou pelas Normas Internacionais de Relatórios Financeiros ("IFRS"). Para a reconciliação de

lucro líquido operacional – NOPLAT para o lucro líquido (prejuízo), vide seção “3.2 – Medições não contábeis”.

(9) A dívida bruta corresponde ao saldo de empréstimos, financiamentos e outros passivos financeiros. A dívida bruta não é uma medida contábil reconhecida pelas práticas contábeis adotadas no Brasil ou pelas Normas Internacionais de Relatórios Financeiros (“IFRS”). Para a reconciliação da dívida bruta, vide seção “3.2 – Medições não contábeis”.

(10) A dívida líquida refere-se ao saldo de empréstimos, financiamentos e outros passivos financeiros (dívida bruta) subtraída do caixa e equivalentes de caixa e títulos e valores mobiliários e outros ativos financeiros. A dívida líquida não é uma medida contábil reconhecida pelas práticas contábeis adotadas no Brasil nem pelas Normas Internacionais de Relatório Financeiro – *International Financial Reporting Standards* (IFRS), emitidas pelo *International Accounting Standard Board* (IASB). Para a reconciliação da dívida líquida com a dívida bruta, vide a seção “3.2 – Medições não contábeis”.

(11) A caixa (dívida) líquida ajustada refere-se ao saldo de empréstimos, financiamentos e outros passivos financeiros (circulante e não circulante) (Dívida Bruta), subtraída do caixa e equivalentes de caixa, títulos e valores mobiliários (circulantes e não circulantes) e do contas a receber de cartões de crédito (terceiros e de partes relacionadas). A caixa (dívida) líquida ajustada não é uma medida contábil reconhecida pelas práticas contábeis adotadas no Brasil nem pelas Normas Internacionais de Relatório Financeiro – *International Financial Reporting Standards* (IFRS). Para a reconciliação da caixa (dívida) líquida ajustada com a dívida bruta, vide a seção “3.2 – Medições não contábeis”.

(12) O capital de giro refere-se ao ativo circulante menos o saldo de: (i) caixa e equivalentes de caixa; e (ii) títulos e valores mobiliários e outros ativos financeiros (circulante), subtraído dos saldos do passivo circulante menos o saldo de: (a) empréstimos, financiamentos e outros passivos financeiros (circulante), e (b) dividendos a pagar. O capital de giro não é uma medida contábil reconhecida pelas práticas contábeis adotadas no Brasil nem pelas Normas Internacionais de Relatório Financeiro – *International Financial Reporting Standards* (IFRS). Para a reconciliação do capital de giro, vide a seção “3.2 – Medições não contábeis”.

(13) O capital fixo é o total do ativo não circulante desconsiderando o saldo de títulos e valores mobiliários e outros ativos financeiros (não circulante), subtraído do total do passivo não circulante desconsiderando o saldo de empréstimos, financiamentos e outros passivos financeiros (não circulante). O capital fixo não é uma medida contábil reconhecida pelas práticas contábeis adotadas no Brasil nem pelas Normas Internacionais de Relatório Financeiro – *International Financial Reporting Standards* (IFRS). Para a reconciliação do capital fixo, vide a seção “3.2 – Medições não contábeis”.

(14) O capital investido total refere-se à soma do capital de giro e do capital fixo. O capital investido total não é uma medida contábil reconhecida pelas práticas contábeis adotadas no Brasil nem pelas Normas Internacionais de Relatório Financeiro – *International Financial Reporting Standards* (IFRS). Para a reconciliação do capital investido total, vide a seção “3.2 – Medições não contábeis”.

(15) O ROE (*Return on Equity*) é o lucro líquido dividido pelo patrimônio líquido. O ROIC (*Return on Invested Capital*) refere-se ao lucro líquido operacional (NOPLAT) dividido pelo capital investido total da Companhia, sendo o capital investido total calculado pela soma do capital de giro e o capital fixo. O ROE e o ROIC não são medidas contábeis reconhecidas pelas práticas contábeis adotadas no Brasil nem pelas Normas Internacionais de Relatório Financeiro – *International Financial Reporting Standards* (IFRS). Para a reconciliação do ROE e do ROIC, vide a seção “3.2 – Medições não contábeis”.

Mercado de atuação

O mercado brasileiro de e-commerce continua a representar uma oportunidade significativa e ainda subpenetrada, impulsionando altas taxas de crescimento. Segundo a Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm), o setor faturou R\$ 204,3 bilhões em 2024, com crescimento de 10,5% em relação a 2023. Em 2024, foram registrados 414,9 milhões de pedidos, com um ticket médio de R\$ 492,40 e um total de 91,3 milhões de compradores online. Apesar dessa evolução, a penetração do e-commerce no Brasil segue inferior à de mercados mais maduros, como China e Estados Unidos, o que reforça o potencial de expansão do setor.

Acreditamos que o Brasil continuará como um dos *e-commerce* de maior crescimento do mundo devido aos sólidos fundamentos subjacentes, incluindo (i) população numerosa e jovem; (ii) o fato de ter um dos maiores públicos online do mundo; (iii) baixa penetração no *e-commerce*; (iv) aumento no acesso a dispositivos móveis; e (v) engajamento da população brasileira na internet e nas mídias sociais.

Pontos Fortes

Descrevemos a seguir os pontos fortes que compõe o nosso modelo de negócio:

Estamos estrategicamente posicionados para capturar o esperado crescimento do e-commerce no Brasil.

Estamos estrategicamente posicionados para capturar o contínuo crescimento do e-commerce no Brasil. Acreditamos firmemente na expansão da penetração do comércio eletrônico nos próximos anos. Como uma plataforma digital, multicanal e integrada no mercado varejista brasileiro, oferecemos aos nossos clientes uma experiência de compra diferenciada e entregas mais rápidas, fatores decisivos na dinâmica competitiva atual.

Nosso modelo de negócios combina 1.245 lojas físicas, distribuídas em 20 estados brasileiros, com operações de e-commerce tradicionais (estoque próprio) e um marketplace robusto. Em 2024, o e-commerce representou 70,6% das vendas totais, com R\$46,1 bilhões em vendas no ano, sendo R\$18,6 bilhões provenientes do marketplace.

Estamos continuamente expandindo as categorias e o sortimento de produtos oferecidos, principalmente por meio do marketplace, visando atender a todas as necessidades e desejos de nossos clientes. Destacamos que, nas localidades onde temos presença física, o e-commerce apresenta participação de mercado e rentabilidade significativamente maiores. Isso se deve, entre outros fatores, à oferta de uma experiência de compra multicanal, incluindo:

- Retira Loja: possibilidade de retirada de produtos comprados online nas lojas físicas.
- Troca Multicanal: opção de troca de produtos adquiridos no e-commerce diretamente nas lojas físicas.
- Ship From Store: entrega de produtos comprados online a partir do estoque da loja mais próxima.
- Entregas rápidas: incluindo pedidos entregues em até 1 hora.
- Agências de Drop-off: lojas físicas como pontos de coleta para vendedores do marketplace.

Essas iniciativas resultaram em um aumento na taxa de conversão das vendas do marketplace e uma evolução significativa no Net Promoter Score (NPS). Quanto mais lojas, mais rápido o produto chega à casa do cliente e melhor é a experiência de compra. Essa é a lógica. Em 2024, mais de 80% de todos os produtos vendidos e entregues pelo sistema Magalu chegaram ao destino final em até 48 horas.

Crescimento exponencial com alta rentabilidade e geração de caixa.

Acreditamos que somos uma companhia financeiramente sólida e muito eficiente. Mantemos um rigoroso controle das despesas operacionais, que inclui a elaboração de nossos orçamentos anuais de acordo com a metodologia do Orçamento Base Zero (OBZ) e a Gestão Matricial de Despesas (GMD), por meio da qual avaliamos todas as principais despesas, buscando sempre questionar e entender os desvios em relação ao orçamento, estabelecer *benchmarks* e disseminar as melhores práticas. A redução de nossas despesas e, consequentemente, o aumento de nossa lucratividade, são potencializados pelo nosso modelo multicanal.

Nos últimos trimestres, com o objetivo de melhorar o nosso nível de serviço, investimos na qualidade do atendimento, na disponibilidade de produtos, na aprovação de crédito mais rápida, na redução dos prazos de entrega e montagem e no processo de troca mais fácil. Reinvestimos sinergias e parte dos nossos ganhos atuais pensando no nosso cliente e no seu valor a longo prazo. Dessa forma, acreditamos que temos um modelo único, com o melhor nível de serviços, elevado crescimento nas vendas, alto retorno sobre o capital investido e forte geração de caixa.

Possuímos uma forte cultura corporativa e estamos preparados para nos adaptar e inovar.

Acreditamos que temos uma forte cultura corporativa e a consideramos como um dos nossos maiores diferenciais competitivos. Nossa cultura é similar à de uma empresa *start up* e reforçamos sempre que o que não muda no Magalu, é que a gente sempre muda. Entendemos que nossa cultura é ideal para atrair e reter os melhores talentos e desenvolvedores, pois valoriza o empreendedorismo, a velocidade e a autonomia com responsabilidade. Além disso, temos uma robusta cultura *data-driven*, voltada para dados. No Magalu, todas as pessoas são contratadas, avaliadas, promovidas e recompensadas com base nos valores da Companhia, que são: Cliente em Primeiro Lugar, Atitude de Dono, Mão na Massa, Gente que Gosta de Gente, Simplicidade e Inovação. Além disso, temos mecanismos que reforçam os valores e a nossa cultura junto aos colaboradores, como o rito de comunhão, as reuniões matinais, encontros com líderes, TV Luiza e a Rádio Luiza. Estamos entre as 10 melhores empresas para se trabalhar segundo o Instituto Great Place to Work desde 2014.

Acreditamos ter a melhor equipe de desenvolvimento de tecnologia dentro de casa, o Luizalabs, o que nos permite ser mais ágeis e velozes.

O Luizalabs, divisão de tecnologia e inovação do Magalu, foi criado em 2012 com o objetivo de impulsionar a transformação digital da empresa e reimaginar o varejo brasileiro. Mais do que um setor de TI, o Luizalabs desenvolve soluções que conectam todos os elos da cadeia de valor, oferecendo uma plataforma digital integrada que otimiza a experiência do cliente e a eficiência operacional.

Com mais de 2.500 profissionais, incluindo engenheiros de software, cientistas de dados e especialistas em experiência do usuário, o Luizalabs adota uma estrutura ágil baseada em squads, times pequenos e multidisciplinares com autonomia para criar e implementar soluções inovadoras. Entre suas iniciativas mais importantes estão a integração de processos físicos e digitais, a automação da cadeia logística e a criação de ferramentas que capacitam pequenos varejistas a se digitalizarem, impulsionando a plataforma Magalu.

Em 2018, o Luizalabs cresceu com a aquisição da Softbox, uma empresa de tecnologia especializada em soluções digitais para o varejo. Essa aquisição fortaleceu a capacidade do Magalu de oferecer ferramentas inovadoras para empresas que buscam digitalizar suas operações, ampliando ainda mais a atuação do Luizalabs como fornecedor de soluções tecnológicas.

Em 2024, o Magalu deu outro grande passo com o lançamento do Magalu Cloud, uma infraestrutura de tecnologia na nuvem desenvolvida para atender às necessidades do Magalu e de nossos parceiros. O Magalu Cloud oferece uma plataforma robusta e escalável, capaz de suportar o crescimento exponencial da empresa e proporcionar mais agilidade, segurança e eficiência para as operações. Além de melhorar a infraestrutura interna, o Magalu Cloud permite que outras empresas aproveitem uma solução de nuvem de alta performance para digitalizar seus negócios.

O Luizalabs é o centro de inovação e desenvolvimento do Magalu, reunindo uma comunidade de talentos dedicada a resolver desafios complexos e criar soluções transformadoras para o varejo digital.

Administração consistente e experiente, combinando o conhecimento do varejo tradicional com inovações do mundo digital.

Nossa administração reúne pessoas com profundo conhecimento do setor varejista, combinando experiência do varejo tradicional *offline* com as inovações do varejo digital. Acreditamos que a nossa experiência, somada à nossa forte cultura corporativa, contribuem para um processo ágil na tomada de decisão e nos permite redirecionar e nos adaptar sempre que necessário. A maioria dos diretores executivos está na Companhia há, em média, 15 anos, o que demonstra consistência e forte comprometimento da administração com o futuro da Companhia. Nosso modelo de gestão prevê que as lideranças tenham um painel de metas corporativas e individuais,

estando os incentivos de curto e longo prazo atrelados às principais metas corporativas, como satisfação do cliente, clima organizacional, crescimento de vendas, lucro líquido e geração de caixa. Acreditamos que a nossa equipe de administradores tem contribuído para o crescimento de nossas receitas, lucratividade e para a expansão bem-sucedida de nossos negócios.

Estratégias

Acreditamos estar construindo o ecossistema que irá digitalizar o varejo brasileiro. E faremos isso radicalizando nosso propósito. Desde nossa fundação, trabalhamos para levar ao acesso de muitos o que é privilégio de poucos. Foi assim com os aparelhos de TV, depois com as lavadoras de roupas e mais recentemente com os smartphones. Será assim com um grande número de empresas brasileiras, em que uma parcela significativa ainda atua apenas em meio analógico, sem acesso às novas tecnologias e oportunidades.

Novas categorias

Um dos pilares centrais da estratégia do Magalu — traduzido pelo mote #TemNoMagalu — é oferecer tudo o que o cliente precisa ou deseja, em um só lugar. A ampliação do sortimento e a entrada em novas categorias são fundamentais para aumentar a frequência de compra e aprofundar o relacionamento com o consumidor. Nesse contexto, o marketplace é peça-chave: em 31 de dezembro de 2024, nossos mais de 350 mil sellers disponibilizavam cerca de 160 milhões de itens na plataforma, cobrindo um leque diversificado que vai de moda e cuidados pessoais até alimentos e produtos para pets.

A integração da Netshoes consolidou o Magalu como uma das maiores plataformas de e-commerce em roupas, calçados e artigos esportivos — categorias de alta recorrência e grande potencial de crescimento online. Completamente integrada ao ecossistema Magalu, a Netshoes registrou R\$115,7 milhões de lucro em 2024, com um GMV de R\$3,9 bilhões, sendo quase metade originado pelo marketplace.

Na categoria de beleza e cuidados pessoais, a Época Cosméticos se destaca como um dos maiores players online do Brasil, com liderança em vendas de perfumes, shampoos e maquiagens. Reconhecida como a segunda marca mais lembrada do setor pela pesquisa Top of Mind, a Época alcançou quase R\$800 milhões em GMV em 2024. Em linha com a estratégia de expansão e fortalecimento da categoria, lançamos o **marketplace da Época Cosméticos**, que já vem se mostrando um sucesso. A novidade amplia significativamente o sortimento de produtos e marcas disponíveis na plataforma, reforçando ainda mais a posição da Época como referência em beleza e impulsionando o crescimento da vertical dentro do ecossistema Magalu.

A Estante Virtual é um dos principais marketplaces de livros do Brasil, reunindo mais de 9 mil sellers e oferecendo um acervo amplo que vai de livros usados e raros a lançamentos recentes — sendo que os livros novos já representam cerca de 40% das vendas. Fundada em 2005 e adquirida pelo Magalu, a plataforma reforça a categoria de livros do ecossistema, integrando tecnologia, logística e capilaridade para ampliar o acesso à leitura em todo o país. Com curadoria plural e foco em democratizar a cultura, a Estante Virtual conecta leitores a livreiros e sebos, mantendo sua missão original enquanto se adapta às tendências do mercado editorial.

O Mercado Magalu tem se consolidado como um importante pilar da companhia, com foco na venda de produtos de consumo recorrente, como itens de higiene, limpeza, alimentos não perecíveis, bebidas e cuidados com o bebê. Esse avanço foi impulsionado pela integração da VipCommerce, plataforma white-label especializada em e-commerce alimentar, que conecta supermercados regionais ao ecossistema Magalu e amplia o sortimento da categoria, incluindo também produtos perecíveis.

A tecnologia da VipCommerce permite que supermercados operem suas próprias lojas online com identidade própria, integrando todo o ciclo do pedido — da compra à entrega — e conectando-se diretamente aos principais sistemas de gestão do setor. Com APIs robustas e sincronização em

tempo real de estoque e preços, a plataforma garante eficiência operacional e uma experiência de compra fluida. Como parte do Magalu, fortalece a digitalização do varejo alimentar, democratizando o e-commerce no setor.

No setor de food delivery, com a AiQFome, o Magalu conquistou a segunda posição em volume de pedidos no Brasil, operando de forma lucrativa. Ao lado das marcas ToNoLucro (Tocantins) e Plus Delivery (Espírito Santo), o grupo gerou um GMV de R\$1,3 bilhão no ano passado, atendendo aproximadamente 1,5 milhão de clientes ativos, que realizam mais de três pedidos por mês em média.

A aquisição da Kabum!, concluída em julho de 2021, fortaleceu o sortimento tecnológico do Magalu, principalmente no nicho de produtos gamer e eletrônicos de alto desempenho. Em 2024, a Kabum! alcançou R\$4,6 bilhões de GMV e um lucro de R\$76,4 milhões, consolidando sua posição no segmento. Recentemente, demos mais um passo na integração entre os mundos físico e digital com a inauguração da primeira loja física da Kabum!, localizada em São Paulo. O espaço oferece uma experiência imersiva para o público gamer e de tecnologia, reforçando a presença da marca no varejo omnichannel e aproximando ainda mais a Kabum! dos seus consumidores.

Com essas iniciativas, seguimos ampliando o sortimento e consolidando nossa posição como o destino mais completo do varejo digital brasileiro.

Entrega mais rápida por meio da expansão da nossa plataforma logística.

Temos trabalhado intensamente para oferecer a entrega mais rápida, seja na casa do cliente ou na modalidade Retira Loja. A Magalog marca um passo significativo na evolução da logística do Magalu, consolidando-se como uma plataforma única que integra cinco empresas. Agora, como um dos maiores operadores logísticos do Brasil, a Magalog atende tanto as empresas internas quanto os sellers do nosso ecossistema. Com 21 centros de distribuição estrategicamente posicionados e uma rede logística integrada, a empresa proporciona entregas ultrarrápidas, muitas vezes no mesmo dia, além de oferecer serviços completos de coleta, armazenamento e transporte. Esse modelo é especialmente vantajoso para pequenos e médios sellers, garantindo acesso a uma logística eficiente e criando as condições ideais para que esses empreendedores possam expandir seus negócios com segurança.

Dentro desse ecossistema, o Fulfillment Magalu Multicanal se destaca como uma solução inovadora, integrando operações online e offline e oferecendo novas possibilidades aos nossos sellers. Com nove centros de distribuição habilitados para essa modalidade, responsáveis por cerca de 30% dos produtos vendidos no marketplace, a solução garante entregas mais rápidas e custos mais baixos. Os mesmos veículos que abastecem as lojas também realizam entregas para clientes 1P e 3P, otimizando a operação e absorvendo os custos do fulfillment 3P nos centros de distribuição existentes. Esse modelo gera uma estrutura mais eficiente, com menores custos de entrega, e tem o potencial de dobrar a conversão de vendas no 3P. Além disso, a experiência do cliente é significativamente melhorada, com um aumento de 10 pontos percentuais no NPS em relação às entregas tradicionais do marketplace.

A implementação do modelo multicanal reforça ainda mais o ecossistema Magalu, proporcionando aos vendedores flexibilidade, maior alcance e eficiência, enquanto garante altos níveis de serviço, custos competitivos e uma experiência de compra superior. Além de atender o Magalu e suas empresas, a Magalog também disponibiliza sua infraestrutura logística para clientes externos, mantendo a excelência operacional em ambos os casos.

Magalu as a Service (MaaS)

O Magalu As a Service é uma plataforma tecnológica de última geração, criada para impulsionar a transformação digital de empresas de todos os tamanhos. Com um portfólio completo de soluções integradas, a iniciativa tem como missão democratizar o acesso a tecnologias sofisticadas — antes restritas às grandes corporações — e torná-las acessíveis e práticas para pequenos e médios

negócios. O objetivo é claro: entregar valor agregado com eficiência operacional e custo competitivo, permitindo que empreendedores adotem as melhores práticas do mercado, otimizem suas operações e cresçam com o respaldo de uma das maiores varejistas do país.

No centro dessa proposta está o Magalu Cloud, a primeira nuvem 100% nacional, desenvolvida para oferecer uma infraestrutura de alto desempenho com preços em reais — o que garante previsibilidade de custos e imunidade às variações cambiais. É uma solução criada sob medida para a realidade brasileira, que alia robustez, flexibilidade e facilidade de uso.

Projetada para suportar grandes volumes de dados e transações com alta velocidade e baixa latência, a Magalu Cloud entrega armazenamento seguro, processamento em nuvem de alto nível e integração fluida com outros sistemas. Sua infraestrutura é preparada para acompanhar o crescimento dos clientes, independentemente do porte ou segmento.

Diferenciais da Magalu Cloud:

- Custo-benefício e cobrança em moeda local: Competitiva frente às clouds internacionais, a cobrança em reais facilita o planejamento financeiro e reduz a exposição ao câmbio.
- Alta escalabilidade, segurança e baixa latência: A plataforma responde com agilidade às oscilações de demanda, mantendo desempenho consistente e proteção avançada para dados críticos e transações.
- Atendimento técnico direto e humanizado: Suporte especializado em português, sem bots ou filas automatizadas, garantindo agilidade e proximidade na resolução de problemas.

Combinando tecnologia de ponta, escalabilidade, segurança e um atendimento próximo e eficiente, o Magalu Cloud se consolida como a escolha ideal para empresas que buscam expandir suas operações com confiança no ambiente digital.

Fintech

O MagaluBank é um dos pilares fundamentais do nosso ecossistema, sendo essencial para promover a inclusão financeira, acessibilidade e eficiência em todos os processos financeiros do Magalu. Sua criação tem como objetivo enfrentar dois dos maiores desafios do mercado brasileiro: o acesso limitado ao crédito e a complexidade das transações financeiras. Nesse contexto, o MagaluBank oferece soluções inovadoras que atendem de forma eficaz tanto os consumidores quanto os parceiros do marketplace, tornando as operações financeiras mais ágeis e acessíveis para todos. Além de ampliar o acesso a serviços financeiros, ele também fortalece a monetização do ecossistema.

Luizacred: Uma joint venture com o Itaú, a Luizacred oferece cartões de crédito com benefícios exclusivos para os clientes do Magalu. Esta solução financeira foi desenvolvida para facilitar o acesso ao crédito para milhões de brasileiros, ampliando o poder de compra e promovendo a inclusão financeira. A oferta conta com dois cartões: o Cartão Luiza, destinado aos clientes das lojas físicas, e o Cartão Magalu, que visa melhorar a experiência de compras online. Ambos os cartões podem ser utilizados em qualquer estabelecimento, dentro e fora do ecossistema Magalu, oferecendo vantagens como parcelamentos acessíveis, descontos especiais e promoções exclusivas. Essa combinação de conveniência e benefícios fortalece o relacionamento com nossos clientes, estimulando a fidelidade e ampliando as oportunidades de compra.

Magalu Pagamentos: Como o hub financeiro do nosso ecossistema, o Magalu Pagamentos oferece uma plataforma completa, segura e integrada para consumidores e vendedores no marketplace. Com funcionalidades como split de pagamentos, processamento de PIX e conta digital, ele otimiza as transações financeiras, garantindo mais agilidade e controle para clientes e sellers. A antecipação de recebíveis também é uma funcionalidade importante, permitindo que os sellers acessem seus recursos rapidamente, fortalecendo sua saúde financeira e impulsionando o crescimento dos negócios. Mais do que uma ferramenta de pagamento, o Magalu Pagamentos é

um pilar estratégico para a monetização do ecossistema, ampliando a eficiência financeira e criando novas fontes de receita.

Consórcio Magalu: O Consórcio Magalu oferece uma alternativa acessível para a aquisição de bens, com parcelas flexíveis e sem juros. Essa modalidade permite que os clientes adquiram produtos de alto valor, como veículos, imóveis e eletrodomésticos, de forma planejada e sem a cobrança de juros elevados. O consórcio se destaca como uma solução ideal para quem busca realizar sonhos de consumo de maneira organizada e acessível.

Crediário: O sistema de Crediário, disponível tanto nas lojas físicas quanto no e-commerce do Magalu, oferece flexibilidade de pagamento por meio do modelo Buy Now, Pay Later (BNPL) — ou carnê. Esse sistema permite que o cliente parcele suas compras sem a necessidade de um cartão de crédito, tornando as aquisições mais acessíveis para muitas famílias e facilitando a realização de compras no Magalu.

Seguros Magalu: O MagaluBank também disponibiliza uma gama de seguros para os seus clientes, como a garantia estendida (para prolongar a cobertura de produtos adquiridos), seguro de vida, proteção contra danos acidentais e seguro de perda de emprego. Esses serviços não só oferecem mais segurança e tranquilidade para os usuários, mas também desempenham um papel estratégico na monetização do ecossistema Magalu, contribuindo para o aumento da receita e agregando valor para clientes e parceiros.

Essas soluções financeiras são fundamentais para fortalecer o ecossistema Magalu, tornando-o mais inclusivo, eficiente e sustentável.

MagaluAds

O MagaluAds é um componente estratégico fundamental dentro do ecossistema Magalu, transformando nossa ampla audiência em um poderoso ativo de mídia digital. Com presença em marcas de alto tráfego como Magalu, Netshoes, Época Cosméticos, Canaltech, Jovem Nerd e outras plataformas de conteúdo, atingimos quase 500 milhões de visualizações mensais e impactamos 36 milhões de usuários ativos por mês em nossos aplicativos. Esse alcance massivo nos posiciona entre os maiores veículos de mídia digital do país, oferecendo aos anunciantes uma plataforma robusta, eficiente e altamente segmentada.

Nossa solução publicitária permite que marcas desenvolvam campanhas com alto grau de precisão, aproveitando um modelo de custo por clique (CPC) avançado e ferramentas inteligentes de segmentação — como campanhas com palavras-chave — que garantem personalização e maior controle sobre os investimentos em mídia. Atualmente, mais de 3 mil anunciantes já utilizam o MagaluAds, o que reforça sua relevância como uma das fontes de receita mais estratégicas do grupo, com contribuição crescente na monetização dos nossos serviços.

Outro diferencial relevante é a influenciadora virtual Lu, que soma 20 milhões de seguidores nas redes sociais. Além de estrelar campanhas internas, a Lu vem ganhando espaço no mercado publicitário externo — como nas ações com o Burger King — e já está em negociação com outras grandes marcas. Sua presença amplia o potencial de monetização das nossas audiências e fortalece ainda mais nossa proposta de valor para anunciantes, combinando alcance, engajamento e produção de conteúdo relevante em escala.

Para suportar a evolução dessa estratégia, temos também dois pilares de sustentação:

Melhor experiência de varejo

Acreditamos que temos um dos melhores níveis de serviço do varejo brasileiro, oferecendo aos nossos clientes uma experiência única e totalmente multicanal. Ter o cliente em primeiro lugar é um dos nossos principais valores. Desde 2018, incorporamos uma série de indicadores com metas altas para medir a evolução de nosso serviço ao cliente e sua satisfação, tais como NPS (*Net Promoter Score*), a quantidade de ligações para a nossa central de atendimento resolvidas

no primeiro contato, o tempo médio de espera para atendimento, processo de troca e devolução, prazo para logística reversa e número de reclamações formais. O nosso NPS passou a ser uma meta corporativa, aumentando o engajamento de todos os colaboradores na missão de encantar o cliente. Adicionalmente, temos o Selo RA1000 de excelência em atendimento tanto nas lojas físicas quanto no *e-commerce*, destacando que essa avaliação reflete o nosso *e-commerce* total: vendas com estoque próprio e o *marketplace*. Vale ressaltar que é uma premissa da nossa plataforma oferecer ao cliente do *marketplace* a mesma experiência de compra que ele tem ao comprar produtos vendidos pelo Magalu. Diversos fatores contribuem para que essa premissa seja uma realidade, entre eles ter um processo de aprovação de novos *sellers* seletivo e a obrigatoriedade da emissão de nota fiscal para todos os produtos vendidos através da nossa plataforma.

Acreditamos que oferecer a nossa estrutura logística própria para os *sellers* do nosso *marketplace* também terá um papel fundamental na melhor experiência de compra para o cliente final também nos pedidos 3P. Continuaremos trabalhando para elevar cada vez mais a qualidade do nosso atendimento e o encantamento do nosso cliente. Destacamos que temos o selo RA1000 não apenas no Magalu, mas também nas marcas Kabum, Netshoes, Zattini e Luizacred.

Investimento em Sustentabilidade

A agenda de sustentabilidade vem avançando para potencializar a estratégia de negócio da companhia. O compromisso com a geração de impacto socioambiental positivo é, para nós, vetor de competitividade e de longevidade empresarial. No Magazine Luiza, as práticas de sustentabilidade estão estreitamente conectadas às raízes de nossa cultura corporativa, expressa nos "Inegociáveis" -- cinco comportamentos que guiam nossa maneira de fazer negócios, e que abarcam temas como tolerância zero à discriminação de qualquer natureza. Isso se estende aos esforços que temos empenhado nos últimos anos em termos de diversidade e inclusão, apoio a pequenos empreendedores, logística reversa de resíduos eletroeletrônicos, energia limpa e embalagens de menor impacto ambiental.

Nossa atuação nos manteve, pelo quarto ano consecutivo, na carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da B3, que reúne empresas reconhecidas por seu comprometimento com a sustentabilidade corporativa.

Na frente de circularidade, nosso programa de logística reversa de eletroeletrônicos, em parceria com a Associação Brasileira de Reciclagem de Eletroeletrônicos e Eletrodomésticos (ABREE), foi ampliado: 30 novos coletores foram instalados em lojas do Magalu no Nordeste e no Sudeste. Assim, totalizamos 525 lojas habilitadas a receber esse tipo de resíduo em todo o país – e 31 toneladas foram coletadas em 2024. Além desse volume, outras 39 toneladas de lixo eletrônico foram recolhidas no ano passado por meio do Mutirão do Lixo Eletrônico Magalu, ação de mobilização comunitária que uniu colaboradores voluntários da companhia, alunos e professores de 64 escolas do município de Franca, interior de São Paulo. Com isso, em 2024, coletamos e destinamos à reciclagem quase 70 toneladas, volume 300% maior que o registrado em 2023.

Em linha com nosso compromisso de reduzir o impacto climático de nossas atividades, mantivemos nosso score B na categoria de Mudanças Climáticas do CDP, o Carbon Disclosure Project, referência global no reporte de dados ambientais pelas empresas. Também mantivemos 100% de nossas unidades operacionais (lojas, escritórios e centros de distribuição) abastecidas com energia limpa. Nossa rede de geração distribuída de energia ganhou 6 novas usinas no último ano – alcançando um total de 22 usinas fotovoltaicas e uma pequena central hidrelétrica. Para as unidades que não estão tecnicamente aptas a participar do modelo de geração distribuída, o Magalu contrata energia de fonte eólica no ambiente de contratação livre, adquirindo certificados I-REC (International Renewable Energy Certificate).

Ainda na frente climática, Magalog, operador logístico do ecossistema Magalu, adotou modalidades de entrega que geram redução no consumo de combustível e, consequentemente,

de emissões, a exemplo da cabotagem no abastecimento de armazéns e nas transferências de estoque entre centros de distribuição distantes entre si. Cada viagem feita por modal marítimo substitui, em média, seis caminhões em rodagem nas estradas, contribuindo para uma redução de 30% no consumo de combustíveis e de 70% nas emissões de carbono.

Também investimos em melhorias nas embalagens ao consumidor: o preenchimento plástico das caixas de pedidos (bolsas de ar e plástico-bolha) foi substituído por papel na operação de Época Cosméticos. Em paralelo, conseguimos garantir que todos os insumos de papel e papelão que utilizamos sejam certificados pelo Forest Stewardship Council (FSC), selo que atesta práticas de manejo responsável na extração de matéria-prima florestal (celulose). Reduzimos, ainda, o uso de plástico no armazenamento de produtos em nossos Centros de Distribuição, de modo a privilegiar materiais reciclados e/ou reutilizáveis, e evitar o consumo de plástico virgem de uso único.

Na frente social, a seção dedicada à venda de produtos com impacto socioambiental positivo em nosso marketplace, o Mundo Social, reuniu 86 sellers e quase 5 mil SKUs em 2024. Esse público – composto por mulheres, pessoas negras, ONGs e negócios de impacto – conta com taxa reduzida para vender em nossa plataforma, e com todos os serviços do ecossistema da empresa — entre os quais estão ferramentas e serviços financeiros, de logística e marketing. Esses empreendedores também têm acesso a mentorias de gestão, além de apoio com a divulgação de seus produtos nas redes sociais. Juntos, em 2024 eles venderam aproximadamente R\$791.500,00 em itens de beleza, artesanato, produtos veganos, entre outras categorias.

Internamente, em linha com nossa Política de Diversidade e Inclusão, fortalecemos os Grupos de Afinidade, conduzidos por colaboradores em quatro temáticas: Diversifica (LGBT+), Quilombo (Raça), Para Todos (PcD) e Vozes (Gênero). Ao longo do ano, os grupos reuniram mais de 600 pessoas em agendas semanais. Também promovemos 68 treinamentos de sensibilização para colaboradores do ecossistema Magalu, conectando temas de diversidade e inclusão ao dia a dia dos negócios. Na esfera de carreiras, lançamos o Programa Move +, dedicado a desenvolver mulheres e pessoas negras para futuras posições de liderança. Das 48 pessoas que finalizaram o programa em 2024 – composto por capacitações, mentorias e trilhas específicas de desenvolvimento – mais da metade obteve mérito ou promoção. Em linha com nossas metas, fechamos o ano com 42,2% de mulheres e 41% de pessoas negras em posições de liderança, em um universo de cerca de 40 mil colaboradores.

No último ano, o Magalu também fortaleceu suas iniciativas de combate à violência contra a mulher, bandeira histórica da companhia. Com o objetivo de fortalecer o terceiro setor no enfrentamento à violência de gênero, criamos a Rede Magalu pelas Mulheres, que reuniu 38 organizações beneficiárias do Fundo Magalu de Combate à Violência Contra a Mulher, criado pela companhia em 2020 para apoiar iniciativas de acolhimento psicológico, orientação jurídica e geração de renda para vítimas de violência doméstica. Estabelecemos um espaço de colaboração entre as ONGs para troca de experiências, desenvolvimento de estratégias conjuntas e fortalecimento de ações. De lá para cá, já destinamos R\$4,7 milhões a projetos de todo o Brasil.

O fundo é um desdobramento externo de uma robusta estrutura interna de atendimento à mulher em situação de violência doméstica e familiar. Em 2017, o Magalu criou o Canal da Mulher, um canal de denúncias associado a um serviço multidisciplinar de atendimento às funcionárias da companhia que estejam em risco. Por meio do canal, qualquer colaboradora pode pedir ajuda, e qualquer colaborador pode notificar uma situação de risco envolvendo uma colaboradora. O Magalu também incorporou ao seu aplicativo de vendas um botão com informações úteis e vias diretas de denúncia de violência contra a mulher. O dispositivo permite acesso direto ao Ligue 180, serviço federal de atendimento a mulheres em situação de violência, que recebe as denúncias por telefone e de maneira online. Nos últimos anos, fizemos uma série de investimentos para potencializar iniciativas de impacto gigantesco em nossas operações,

fortalecendo fundamentos para mais um grande ciclo de crescimento sustentável e de impacto positivo para colaboradores, parceiros, fornecedores e, acima de tudo, para as comunidades próximas das quais operamos.

(a) produtos e serviços comercializados

Nossa principal atividade é a comercialização de uma ampla e crescente variedade de produtos, tanto em nossas lojas físicas quanto no e-commerce. Tradicionalmente fortes em categorias como Telefonia, Eletrodomésticos (pesado e portátil), Imagem, Móveis e Informática, ampliamos significativamente nosso sortimento ao longo dos últimos anos, especialmente após o lançamento do nosso marketplace em 2016.

Desde então, passamos a oferecer produtos de milhares de parceiros comerciais, incorporando novas categorias que antes não faziam parte do nosso portfólio, como Casa e Decoração, Moda, Beleza e Perfumaria, Livros, Acessórios Automotivos, Alimentos e Bebidas, Esporte, Lazer, entre outros. Essa ampliação tem transformado o Magalu em um verdadeiro destino de compras online, onde o cliente encontra tudo o que precisa — conceito que norteia o sucesso da campanha “Tem no Magalu”.

Hoje, mais de 50% das nossas vendas online já vêm dessas novas categorias além das tradicionais, refletindo não só a força do nosso ecossistema digital, como também a relevância da nossa plataforma para sellers e consumidores. A combinação entre a força da marca Magalu, a capilaridade da nossa operação e a experiência de compra diferenciada tem nos permitido aumentar nossa gama de produtos e a frequência de compra dos nossos clientes.

Através das nossas lojas físicas, também oferecemos serviços digitais aos nossos clientes, os quais destacamos: (i) Magalu Conecta: nosso serviço de configuração de aparelhos eletrônicos, tais como smartphone e smart TV, instalação de aplicativos e antivírus, além do serviço de atendimento por telefone 24 horas, (ii) Wi-fi: acesso gratuito à internet sem fio aos clientes em todas as lojas, (iii) Cartão de Conteúdo: venda de conteúdo tais como Netflix, Google Play Store e Games, (iv) Plano Pós-pago: implementação do sistema próprio de vendas de planos pós-pago de operadora em todas as lojas, com foco em oferecer conexão à internet a um preço acessível aos nossos clientes, (v) Maga Mais: é a operadora de telefonia do Magazine Luiza que oferece aos clientes um plano pré pago que inclui dados (internet móvel), ligações e SMS e (vi) Smart Troca: Programa de recompra de celulares usados como forma de crédito para a aquisição de um novo aparelho.

Como forma de viabilização de vendas e complementação de nosso negócio, disponibilizamos aos nossos clientes, através de nossa coligada Luizacred e também de nossa controlada Consórcio Luiza, serviços e produtos financeiros como cartões de crédito, crédito direto ao consumidor (CDC), empréstimos pessoais, garantia estendida, seguro prestamista, consórcio de veículos, consórcio de imóveis, etc.

Possuímos com produtos de marcas de fornecedores reconhecidas, que acreditamos agregar valor ao nosso negócio, como as marcas Samsung, Motorola, Whirlpool, LG, Electrolux, Apple, Dell, Esmaltec, Mondial e Panasonic. Também através da nossa plataforma de *Marketplace*, contamos com parceiros como Madeira Madeira, Dell, E-fácil, Mega Mamute, Samsung, Rihappy, Connect Parts, Acer, Lenovo, Mondial, entre outros. Acreditamos que a diversidade do nosso mix de produtos nos proporciona atender às necessidades do cliente, o que é um diferencial em relação aos nossos concorrentes.

Realizamos nossas vendas por meio de uma plataforma multicanal diversificada e integrada, composta por (i) aplicativo e website de comércio eletrônico (<http://www.magazineluiza.com.br>), que oferece conteúdo, serviços e promoções diferenciados e produtos exclusivos; (ii) 1.015 lojas físicas convencionais em 31 de dezembro de 2024, que contam com amplo mix de produtos e estoque próprio e que oferecerem suporte logístico à distribuição dos produtos vendidos por meio do e-commerce, (iii) 230 lojas virtuais em 31 de dezembro de 2024, nas quais os produtos são vendidos por meio de terminais de pontos de vendas com o auxílio de vendedores e sistema multimídia com catálogo digital de produtos, sem a necessidade de estoque físico de

mercadorias, (iv) Parceiro Magalu Pessoa Física, um canal de vendas diretas na internet, que permite a qualquer pessoa divulgar nossos produtos por meio de redes sociais e receber comissão pelas vendas originadas, (v) televendas e (vi) vendas corporativas.

Com a Época Cosméticos, vendemos produtos de saúde e beleza, como perfumes, maquiagem e shampoos. A Época Cosméticos comercializa seus produtos através do endereço eletrônico www.epocacosmeticos.com.br, seu aplicativo próprio e também no endereço eletrônico e aplicativo do Magazine Luiza.

Com a Netshoes, comercializamos as marcas Neshoes, Zattini e Shoestock e milhões de itens das categorias de artigos esportivos, calçados e vestuário por mais de 12.000 *sellers* na plataforma de *marketplace* da Netshoes, incluindo produtos de estoque próprio. Uma parte significativa do sortimento da Netshoes e Zattini já está disponível no endereço eletrônico e aplicativo do Magazine Luiza.

Finalmente, com o Kabum, comercializamos um sortimento completo de computadores, hardwares (placas de vídeo, memória, processadores, placas de som, telas), periféricos (teclados, mouse, câmeras, cabos, adaptadores), produtos para o universo *gamer* (video games, jogos, cadeiras, mesas, consoles) e para a casa inteligente (câmeras, lâmpadas, assistentes virtuais, automação, entre outros).

(b) receita proveniente do segmento e sua participação na receita líquida da Companhia

Como forma de gerenciar seus negócios, tanto no âmbito financeiro como no operacional, a Companhia classificou seus negócios em Varejo, Operações Financeiras, Operações de Seguros e Outros Serviços. Essas divisões são consideradas os segmentos primários para divulgação de informações. As principais características para cada uma das divisões são:

- Varejo - substancialmente revenda de mercadorias e prestações de serviços nas lojas da Companhia e comércio eletrônico (*e-commerce tradicional e marketplace*);
- Operações financeiras - por meio da controlada em conjunto Luizacred, que tem como objeto principal fornecer crédito aos clientes da Companhia para aquisição de produtos;
- Operações de seguros - por meio da controlada em conjunto Luizaseg, que tinha como objeto principal a oferta de garantias estendidas aos produtos adquiridos pelos clientes da Companhia. Vale ressaltar que, em 31 de outubro de 2023, foi concluída a operação de alienação da totalidade da participação acionária do Magazine Luiza na Luizaseg Seguros S.A., após cumpridas as condições precedentes do contrato de compra e venda celebrado com a NCVP Participações Societárias S.A., sociedade controlada pela Cardif; e
- Outros Serviços - soma da prestação de serviços de administração de consórcios por meio da controlada Luiza Administradora de Consórcios (LAC), que tem como objeto principal a administração de consórcios aos clientes da Companhia, para aquisição de produtos; serviços de gerenciamento de entregas de produtos - por meio da controlada Magalog e serviços de desenvolvimento de softwares por meio das controladas do Grupo Softbox.

As vendas da Companhia são integralmente realizadas em território nacional e, considerando as operações no varejo, não existe concentração de clientes, assim como de produtos e serviços oferecidos.

Demonstramos na tabela abaixo a receita líquida de vendas por segmento de negócios da Companhia para os exercícios sociais encerrados em 31 de dezembro de 2024 e 2023, bem como sua representatividade em relação a receita líquida de vendas.

Receita Líquida de Venda por Segmento				
Exercício social encerrado em 31 de dezembro de				
(em R\$ milhões, exceto %)	2024	AV ²	2023	AV ²
Varejo	37.818,8	99,4%	36.554,7	96,1%
Operações Financeiras	2.215,2	5,8%	2.231,8	5,9%
Operações de Seguros ¹	-	0,0%	239,1	0,6%
Outros Serviços	2.245,1	5,9%	2.221,9	5,8%
Eliminações ²	(4.241,0)	-11,1%	(4.479,5)	-11,8%
Receita líquida de vendas	38.038,1	100,0%	36.768,1	100,0%

¹ Em 31 de outubro de 2023, foi concluída a operação de alienação da totalidade da participação acionária do Magazine Luiza na Luizaseg Seguros S.A., após cumpridas as condições precedentes do contrato de compra e venda celebrado com a NCVP Participações Societárias S.A., sociedade controlada pela Cardif. Os valores a receber (ativo circulante) e receitas da Luizaseg são decorrentes de comissões dos serviços prestados mensalmente pela Companhia referentes às vendas de garantias estendidas.

² As eliminações são representadas principalmente pelos efeitos dos segmentos operações financeiras e operações de seguro, que são apresentados de forma proporcional, porém são incluídos apenas em uma linha de equivalência patrimonial nas demonstrações financeiras consolidadas da Companhia.

(c) lucro ou prejuízo resultante do segmento e sua participação no lucro líquido da Companhia

O quadro abaixo mostra a distribuição do lucro líquido entre os segmentos de atuação da Companhia para os exercícios sociais encerrados em 31 de dezembro de 2024 e 2023:

Lucro líquido (prejuízo) por Segmento				
Exercício social encerrado em 31 de dezembro de				
(em R\$ milhões, exceto %)	2024	AV ²	2023	AV ²
Varejo	448,7	100,0%	(979,1)	100,0%
Operações Financeiras	147,5	32,9%	(48,9)	5,0%
Operações de Seguros	-	0,0%	36,9	-3,8%
Outros Serviços	15,1	3,4%	(97,2)	9,9%
Eliminações ¹	(162,7)	-36,3%	109,2	-11,1%
Lucro líquido	448,7	100,0%	(979,1)	100,0%

⁽¹⁾ As eliminações são representadas principalmente pelos efeitos dos segmentos operações financeiras e operações de seguro, que são apresentados de forma proporcional acima, porém são incluídos apenas em uma linha de equivalência patrimonial nas demonstrações financeiras consolidadas da Companhia.

(a) características do processo de produção

Não possuímos processo de produção.

(b) características do processo de distribuição

Entendemos por processo de distribuição todas as atividades relacionadas à aquisição de produtos para revenda, a administração dos estoques e a disponibilização destes produtos para nossos clientes em todos os canais de venda em que operamos. No *marketplace*, através do serviço de *cross-docking* no Magalu Entregas, nosso sistema de entregas, coletamos o produto comprado através da nossa plataforma no local onde o *seller* armazena seu estoque, e entregamos ao cliente final. Nosso objetivo nesse processo é sempre de disponibilizar os produtos que nossos clientes desejam, seja através da retirada em loja ou entregue na casa do cliente.

- **Canais de Venda**

Possuímos diversos canais de venda que operam de forma independente, porém complementar. Acreditamos no conceito de multicanalidade como uma vantagem competitiva no setor.

Possuíamos, em 31 de dezembro de 2024, 686.976 m² em área total de vendas, distribuída nos seguintes formatos de lojas:

Lojas Convencionais

Compreende a maior parte de nossas lojas, 82%. São lojas de rua ou em shoppings, com área média de vendas de 700 m², que possuem sortimento de produtos adequado à sua localização e público. Essas lojas possuem mostruário físico e estoque próprio e estão localizadas em cidades compatíveis com o porte de investimento necessário.

Lojas Virtuais

Lojas físicas que estão localizadas em cidades menores ou em determinados bairros, com área de vendas de cerca de 150 m² e o mesmo mix de produtos de uma loja convencional. Em 31 de dezembro de 2024, possuíamos 230 lojas virtuais. Possuem a particularidade de operarem sem estoques físicos ou mostruários na loja (exceto por alguns aparelhos eletrônicos e celulares). Toda demonstração de produtos aos clientes é feita por vendedores através de recursos de multimídia, computadores e smartphones, com o uso da internet.

E-commerce

Consiste no endereço eletrônico www.magazineluiza.com.br através do qual nossos clientes têm acesso a um sortimento muito maior de produtos em comparação com as lojas físicas. Dentro do conceito de multicanalidade, clientes que se utilizarem de nosso canal *e-commerce* podem ter seu relacionamento pós-venda com lojas físicas para operações, como retirada e troca de produtos.

Em 22 de agosto de 2011, a Companhia comunicou o lançamento do Parceiro Magalu Pessoa Física (antes chamado de Magazine Você), uma loja personalizada, na qual o usuário da rede monta uma vitrine e pode vender qualquer produto do Magazine Luiza e escrever dicas que ajudem seus amigos a comprar certo. A vitrine de cada perfil pode ser montada com produtos exclusivos de uma linha, como esportes, tecnologia ou decoração, por exemplo. A inovação permite aos usuários receber conselhos de pessoas de confiança, encontrar produtos e comprá-los em um só lugar.

Além disso, o e-commerce da Companhia também contempla os *websites* (i) da **Época Cosméticos**, desde 2013, com foco no comércio eletrônico de perfumes e cosméticos; (ii) da **Netshoes**, desde 2019, com foco no varejo online de roupas, calçados e artigos esportivos; e (iii) do **KaBuM!**, desde 2021, plataforma de e-commerce de tecnologia e *games* do Brasil. Para

mais informações a respeito dessas operações, consultar itens 1.1 a 1.3 deste Formulário de Referência.

Além do amplo sortimento, um dos nossos diferenciais é a “Lu”, a influenciadora virtual do Magalu, que comenta os produtos e ajuda os consumidores durante o processo de compra. O canal conta também com novas parcerias B2B e *marketplace*, que possibilitam a venda de produtos de terceiros, como a categoria de mercado, viagens, livros, suplementos alimentares, artigos esportivos, moda, entre outros.

Marketplace

No final de 2016 lançamos nossa operação de *Marketplace* e passamos a vender também produtos de parceiros, expandindo nossa capacidade de oferta de produtos. Introduzimos assim diversas novas categorias e multiplicamos o sortimento de produtos oferecidos aos nossos clientes.

Em 15 de janeiro de 2020, o Magazine Luiza concluiu a aquisição da **Estante Virtual**, um dos maiores *marketplaces* de livros do Brasil. A aquisição reforça a estratégia do Magalu de crescimento em novas categorias e aumento da frequência de compra. Fundada em 2005, começou como uma plataforma para vendas de livros usados e, nos últimos anos, evoluiu também para a comercialização de livros novos, que já representam cerca de 1/3 de todos os livros vendidos. Historicamente rentável, a Estante Virtual recebe uma comissão sobre a venda de livros muito acima da média de outras categorias no *e-commerce*.

Em 3 de setembro de 2020, o Magazine Luiza concluiu a aquisição da AiQFome LTDA (“**AiQFome**”), uma das maiores plataformas de *food delivery* do Brasil. Com uma estratégia de expansão inovadora, a AiQFome cresceu com foco em cidades pequenas e médias no interior do país, licenciando sua marca e tecnologia para empreendedores locais. Dessa forma, com o comprometimento de centenas de licenciados e uma operação hiperlocal, a AiQFome desenvolveu um modelo de negócio ágil, escalável e com elevado nível de serviço para os clientes e restaurantes. Com um aplicativo fácil e intuitivo, ela já conquistou milhões de usuários em um setor que apresenta forte potencial de crescimento nos próximos anos. A operação de entrega de comida do Magalu foi complementada com a Tonolucro e com a Plus Delivery, ambas adquiridas em 2021.

Televendas

Oferece basicamente o mesmo mix de produtos da internet e é utilizado por clientes com dúvidas com relação a produtos ou que buscam negociações adicionais nas condições de venda.

- **Abertura e Fechamento de Lojas**

Nosso crescimento orgânico é suportado por um processo de identificação e seleção de novos pontos de venda que visam a aderência do novo ponto de venda à estratégia de crescimento da empresa e aos objetivos de resultados. A tabela a seguir apresenta um resumo da abertura e fechamento de lojas convencionais e virtuais para os exercícios sociais encerrados em 2024 e 2023:

Exercício social encerrado em 31 de dezembro de			
	2024	2023	Total
Lojas convencionais novas	-	1	1
Lojas Virtuais novas	-	-	-
Quiosques novos	-	-	-
Abertura	-	1	1
Lojas convencionais fechadas	34	-	34
Lojas Virtuais fechadas	7	-	7
Quiosques fechados	-	54	54
Fechamentos	41	54	95
Crescimento Total	(41)	(53)	(94)

- **Compras e Fornecedores**

Nossa política de compras tem como objetivo o estabelecimento de parcerias comerciais de forma a garantir o suprimento adequado, tanto em termos de quantidades como de prazos de entrega, de produtos a preços competitivos e com condições de pagamento que nos permitam atingir níveis de margens compatíveis com a estrutura da empresa e com nossas metas de rentabilidade.

Operamos essencialmente com fornecedores locais através de contratos e/ou cartas de parcerias, os quais são negociados anualmente visando definir quantidades-objetivo para o ano, iniciativas comerciais conjuntas, regras para a utilização de verbas de propaganda cooperada bem como para outros eventos ao longo do ano. Esta prática contribui para a profissionalização e melhoria dos procedimentos, reduzindo riscos de planejamento. Dessa maneira, conseguimos garantir a disponibilidade de produtos necessária para a previsão de vendas do ano, bem como de condições comerciais bastante atrativas e regras operacionais claras para pautar as negociações comerciais.

Possuíamos, em 31 de dezembro de 2024, cerca de 285 fornecedores ativos. A seleção dos nossos fornecedores visa atender as nossas exigências de qualidade e preço. Buscamos criar parcerias estratégicas duradouras com os nossos fornecedores com o objetivo de aprimorar a gestão da cadeia de suprimentos. Nossas compras são relativamente pulverizadas. No ano de 2024, nosso maior fornecedor representou 27,13% das nossas compras e nossos dez maiores representaram cerca de 73,24% do valor das nossas compras.

Através de nosso sistema de operação de lojas, definimos níveis de margem mínima para os produtos que comercializamos. Acompanhamos as margens comercializadas em base diária e solicitações de flexibilização para as margens definidas são encaminhadas, analisadas e decididas pela área de compras. Dessa maneira, fazemos um acompanhamento em tempo real de nossa estratégia de preço comparada com a de nossos concorrentes, o que constitui uma importante ferramenta para negociações futuras junto a nossos fornecedores.

Despendemos particular atenção com nosso processo de planejamento de compra de produtos. Diariamente acompanhamos o desempenho de vendas dos SKUs (Unidades de manutenção de Estoque), que designa os diferentes itens do estoque por meio de um código identificador, e ajustamos nossos indicadores de análise buscando garantir a adequação do volume de compras frente à previsão de vendas, ao nível de capital de giro em cada setor e ao fluxo de caixa da empresa. Nossos sistemas de tecnologia controlam a liberação dos volumes de produtos definidos de acordo com as condições estabelecidas entre as áreas Comercial e Financeira com

base nos indicadores analisados e os pedidos de compras são transmitidos eletronicamente aos fornecedores.

Atualmente, mais de 160 milhões de itens são comercializados em nosso *e-commerce*, tanto por meio do nosso estoque próprio quanto da ampla oferta de produtos vendidos por milhares de parceiros em nosso *Marketplace*. Muitos dos SKUs comercializados pelo canal online são produtos pertencentes ao chamado *long-tail*, que necessitam de uma política de compras e frequência de reposição diferenciadas. Para atender a essa particularidade, temos uma equipe de compradores especialmente direcionada para negociar a compra destes produtos. Para os demais produtos comercializados em ambos os canais, buscamos melhores condições comerciais agrupando os pedidos de todos os canais de venda e obtendo ganhos de escala.

- **Gestão de Estoques**

Usamos a nossa experiência, modelos estatísticos e a assessoria de consultores especializados para aprimorar nossa gestão de estoque. Buscamos o aperfeiçoamento da equação composta pelas variáveis custo, capital de giro empregado, disponibilidade de produtos para venda e despesas logísticas.

Nossa gestão de estoques combina o processo automático de reposição baseado em modelos estatísticos com o conhecimento e experiência de gestores de linhas de produtos. A responsabilidade pela administração do nível de estoques é atribuída a cada gestor de produtos. Incentivamos esse monitoramento incluindo e ponderando de forma significativa o indicador de controle de nível de estoques na remuneração variável dos colaboradores da área de Compras e Planejamento Comercial. Além do processo automático de reposição baseado em modelos estatísticos, como forma de alavancar resultados, nossos compradores e gerentes de lojas têm autonomia para apresentar estratégias para produtos em lojas ou regiões específicas que podem resultar em volumes diferenciados de reposição.

Através da análise de diversas variáveis referentes às lojas e seus respectivos clientes, conseguimos agrupá-las de acordo com suas características comuns e, assim, identificar e ofertar um mix de produtos com maior propensão de vendas em cada grupo. Dessa forma, otimizamos o capital de giro empregado na empresa e reduzimos potencialmente o volume de estoques não-sadios.

Nossa área de Planejamento Comercial monitora diariamente nosso nível de ruptura (nível de produtos indisponíveis para a venda) em lojas e/ou Centros de Distribuição. Essas informações são compartilhadas com os gestores de produtos de forma a ajustar o volume de compra e projeções dos níveis de estoques.

- **Logística**

No final de 31 de dezembro de 2024, operávamos com 21 centros de distribuição, 175 *cross-dockings* e 1.245 lojas, cuja área total de armazenamento é de aproximadamente 1.106.000 m².

Cada centro de distribuição é responsável por abastecer lojas e fazer entregas em domicílio para as suas respectivas regiões de abrangência. A distribuição de produtos, principalmente para entrega em domicílio, também é suportada por plataformas de passagem rápida de produtos, que são equivalentes a *cross dockings*, onde acontece um processo de distribuição em que a mercadoria recebida é redirecionada sem necessariamente acontecer uma armazenagem no local. Ter centros de distribuição localizados em vários Estados nos permite oferecer um nível de serviço elevado por manter o estoque próximo ao consumidor final e também minimiza os custos da operação de entrega ao cliente final (*last mile*).

O sistema de gestão dos centros de distribuição é desenhado para garantir eficiência em cada fase do processo logístico. Os nossos sistemas acompanham todas as movimentações de estoque em tempo real e adotam controles rígidos para o recebimento das mercadorias em

nossos centros de distribuição. Nesse sentido, adotamos os seguintes procedimentos como práticas de gestão: (i) recebimento de mercadorias apenas em data e hora agendada com nossos fornecedores; (ii) conferência da mercadoria com a nota fiscal; (iii) conferência para garantir que os produtos apresentam plena condição de comercialização; (iv) máxima eficiência na ocupação dos espaços dentro do centro de distribuição.

Os centros de distribuição estão divididos por setores, organizados por tipos de produtos e giro dos estoques. O sistema organiza a separação de maneira a garantir alta produtividade. Todos os produtos são identificados com etiquetas que contêm as lojas para as quais eles se destinam ou com todas as informações dos clientes para quem o produto será entregue.

Possuímos cerca de 13.000 micro-transportadoras terceirizadas que distribuem nossos produtos nas localidades em que temos lojas físicas, a qual denominamos de Malha Luiza. As transportadoras são cuidadosamente selecionadas e monitoradas por nossa equipe logística. Acreditamos que nosso sistema logístico, multicanal e integrado é uma grande vantagem competitiva na medida em que nos proporciona prazos e custos de entrega menores do que a média do mercado. As transportadoras atuam com grande escala regional, atendendo numa mesma localidade, os clientes de todos os canais. A Malha Luiza é responsável pela distribuição de mercadorias dos centros de distribuição para as lojas físicas (abastecimento) e pelas entregas para o cliente final, seja das compras realizadas nas lojas físicas ou no *e-commerce*.

Em maio de 2018, adquirimos a startup de tecnologia Logbee (atual Magalog) que é uma plataforma que gerencia em tempo real entregas expressas de produtos leves, realizadas diariamente por diversos parceiros, empreendedores e donos de seus próprios veículos. Por meio de um aplicativo fácil e intuitivo, a Magalog distribui os pedidos e indica o melhor roteiro a ser seguido pelos parceiros, maximizando a quantidade de entregas no mesmo dia. Com esta aquisição, complementamos e fortalecemos a Malha Luiza, que aumentará de forma significativa a participação na entrega de produtos leves, com a mesma eficiência e qualidade das entregas que já realiza. A Magalog utiliza as nossas lojas como mini centros de distribuição, sempre com o objetivo de aumentar a velocidade e reduzir o custo total da entrega. Quando adquirimos a Logbee (atual Magalog), ela atuava apenas em São Paulo e, na data deste Formulário de Referência, já apresenta uma abrangência nacional.

Além disso, nosso sistema logístico possibilita a implementação da modalidade Retira Loja (sistema que permite que clientes que comprem por meio das plataformas digitais retirem os produtos adquiridos em qualquer uma de nossas lojas físicas), com custos adicionais mínimos, na medida em que as mesmas transportadoras que realizam o abastecimento das lojas físicas também levam para as lojas mercadorias compradas pelos clientes do *e-commerce*.

Em outubro de 2020, adquirimos a GFL Logística LTDA (“GFL”) que é uma das principais plataformas de logística para o *e-commerce* com grande presença no interior de São Paulo e sul de Minas Gerais, reforçando a estratégia de entregar cada vez mais rápido e expande de forma significativa serviços como a coleta e *last mile* para os *sellers*, reduzindo drasticamente os custos e prazos de entrega no *marketplace*. A GFL foi fundada com o objetivo de atender com excelência o segmento de transportes para o *e-commerce* por meio de uma plataforma “*asset-light*”.

O Magalu adquiriu a SincLog, uma plataforma de tecnologia que é utilizada pela GFL e por mais de 30 transportadoras. A SincLog é uma solução para empresas de logística, que possibilita gestão de cargas, emissão de documentos fiscais e averbações, controle das tabelas de frete e da remuneração dos motoristas, além de fornecer informações de qualidade e em tempo real e que possibilita ao Magalu gerenciar de forma ainda mais eficiente as entregas de *last mile* da sua plataforma.

Além dessas aquisições, o Magalu também adquiriu a Sode em 2021, uma plataforma de logística de entregas ultra-rápidas. A Sode possui tecnologia proprietária especializada na gestão, roteirização e rastreamento de entregas ultra-rápidas realizadas por parceiros, donos de suas

próprias motos. Seu algoritmo permite que os pedidos sejam alocados para o parceiro mais próximo, garantindo a entrega mais rápida para o cliente, e a melhor experiência para os lojistas e entregadores.

Lançamos em junho de 2022 o serviço de *fulfillment*. Essa operação acontece nos mesmos centros de distribuição já utilizados para nossa operação de 1P e cerca de 3.500 *sellers* do nosso *marketplace* já utilizam o nosso *fulfillment* e se beneficiam da escala da maior operação de 1P do Brasil, com a entrega mais rápida e custos baixos. Hoje, temos 9 centros de distribuição operando a nossa logística 3P e a operação irá expandir de forma significativa para diferentes regiões do país ao longo dos próximos anos.

(c) características dos mercados de atuação

- **Nossa indústria**

Agora mais do que nunca, entendemos que o *e-commerce* está moldando o mercado varejista brasileiro.

À medida que a penetração do acesso à internet cresce globalmente, o *e-commerce* passa a representar uma parcela significativa do crescimento do mercado varejista, sendo impulsionado, principalmente, pelo contínuo aumento de operações *business to customer* (B2C) e também por operações *business to business* (B2B).

Essa tendência global está conduzindo varejistas brasileiros a adaptarem continuamente seus canais de venda a uma realidade cada vez mais conectada, desenvolvendo plataformas on-line robustas e de fácil utilização, adaptando-se também às necessidades dos consumidores e parceiros e ao crescente intercâmbio de bens e serviços on-line. Mais especificamente, companhias têm focado estrategicamente no desenvolvimento de plataformas *marketplace* (3P) que, diferentemente de operações de venda direta (1P), permitem a oferta de uma gama maior de produtos, acesso instantâneo e direto a uma audiência maior de *sellers*, maior crescimento de vendas e rentabilidade operacional, entre outros benefícios para todas as partes do processo de compra e venda.

- **Visão geral do e-commerce**

No Brasil, 125,6 milhões de consumidores realizaram ao menos uma compra on-line em 2024, de acordo com dados da E-bit Nielsen - Webshoppers. Acreditamos que o Brasil continuará sendo um dos mercados de e-commerce de maior crescimento do mundo, impulsionado pelos seus sólidos fundamentos, incluindo:

1. Crescimento da penetração do acesso à internet: A penetração da internet no Brasil alcançou 84% da população em 2024, de acordo com dados da We Are Social. Enquanto mercados maduros, como Estados Unidos (92%) e Reino Unido (98%), permanecem estáveis, o Brasil segue expandindo seu acesso, indicando espaço adicional para aumento da base de consumidores on-line.
2. População numerosa e jovem com vocação para o e-commerce: A idade mediana da população brasileira é de 35 anos, conforme o Censo 2022 divulgado pelo IBGE. O perfil jovem e conectado da população, aliado ao crescimento do acesso à internet e à alta penetração de smartphones — que atingiram 249 milhões de unidades ativas em 2024, segundo a FGV/EAESP — sustenta uma perspectiva positiva para o crescimento contínuo do e-commerce.
3. Resultados positivos no mercado de e-commerce brasileiro: De acordo com o Webshoppers 51, as vendas online (GMV) cresceram 19,1% em 2024, atingindo R\$ 351,4 bilhões. O número de consumidores ativos também cresceu 15,9% no período, reforçando a consolidação do canal digital no comportamento de compra da população.

4. Aumento no acesso a dispositivos móveis e crescimento de sua participação nas compras on-line: A presença de smartphones no Brasil ultrapassou a marca de 1,2 aparelho por habitante em 2024. O e-commerce continua ganhando relevância: a participação dos dispositivos móveis nas compras online avançou de 53,7% em 2022 para 56,3% em 2023, tendência que se manteve em 2024. A expansão das redes 4,5G e 5G, que alcançam 99,9% e 55,9% dos municípios brasileiros, respectivamente, também contribui para essa evolução.
5. Engajamento da população brasileira na internet e nas mídias sociais: O Brasil permanece entre os países com maior tempo médio diário conectado à internet, com 9 horas e 32 minutos, e com 3 horas e 46 minutos dedicados às mídias sociais, segundo a We Are Social. Esse comportamento favorece a exposição e o engajamento dos consumidores com plataformas de e-commerce.
6. Hábitos do consumidor brasileiro e interação on-line/off-line: Acreditamos que, por meio da nossa plataforma integrada de lojas físicas e canais digitais, o Magalu está estrategicamente posicionado para atender tanto consumidores que utilizam a jornada ROPO (Research Online, Purchase Offline) quanto aqueles que utilizam o modelo inverso (Purchase Online, Research Offline).
7. Avanço da Internet das Coisas: O crescimento da adoção de dispositivos inteligentes (como Smart TVs e assistentes virtuais) tende a aumentar a demanda por eletrodomésticos e eletrônicos, categorias nas quais o Magalu possui forte presença. A geração contínua de dados proporcionará novas oportunidades para a utilização de ferramentas de Big Data, como o nosso sistema proprietário BOB, otimizando campanhas de marketing, gestão de estoques e logística.
8. Desenvolvimento de plataformas de marketplace: O avanço dos marketplaces no Brasil amplia o sortimento disponível para o consumidor e gera incremento nos volumes de venda. Acreditamos que o Magalu, com seu ecossistema robusto e plataforma de sellers consolidada, encontra-se bem posicionado para capturar esse crescimento.
9. Alto mercado endereçável de comerciantes: Segundo dados do Serasa, existem aproximadamente 5,4 milhões de comerciantes no Brasil classificados no CNAE de varejo. Esses comerciantes representam uma oportunidade relevante para expansão da nossa base de parceiros no marketplace.

Assim, com a consolidação do e-commerce brasileiro e o fortalecimento de tendências estruturais favoráveis, acreditamos que o Magalu está estrategicamente preparado para capturar as oportunidades de crescimento, reforçando sua posição como um dos principais players de comércio eletrônico e multicanal do Brasil.

- **Visão geral do e-commerce em alguns de nossos segmentos de atuação**

Visão geral do e-commerce em alguns de nossos segmentos de atuação
O mercado online para categorias como eletrodomésticos e eletrônicos já está em níveis semelhantes ao de países maduros. Entretanto, categorias como de vestuário, higiene e cuidados pessoais, mercado (alimentos e bebidas) e pet, por exemplo, ainda estão em patamares inferiores ao observado em outros países como China e Estados Unidos.

Eletrônicos e eletrodomésticos são as categorias que representam o maior segmento de vendas online. Segundo dados da NIQ (Webshoppers 51), o segmento de eletrônicos apresentou crescimento de 16,2% em GMV no e-commerce em 2024, enquanto eletrodomésticos cresceram 7,5%. Estas categorias continuam sendo pilares do comércio eletrônico brasileiro, mantendo níveis de penetração online semelhantes aos de países maduros.

O e-commerce de roupas, calçados e artigos esportivos é um mercado com alto potencial de crescimento. Segundo dados da NIQ (Webshoppers 51), a categoria de Moda e Acessórios apresentou um crescimento de 28,1% em GMV no comércio eletrônico em 2024, enquanto Esporte e Lazer cresceu 28,0%, reforçando o espaço ainda existente para expansão da penetração online.

Segundo dados da NIQ (Webshoppers 51), as categorias de Perfumaria e Cosméticos e de Saúde registraram crescimentos de 30,9% e 35,8%, respectivamente, no e-commerce em 2024. Estes resultados indicam a forte evolução da presença digital dos segmentos de beleza, perfumaria e cuidados pessoais, embora ainda com espaço para convergir aos níveis observados em mercados mais maduros.

O setor alimentício é o maior em termos de representatividade em vendas no varejo total, entretanto, no canal online, ainda apresenta baixa penetração relativa. Segundo dados da NIQ (Webshoppers 51), a categoria de Alimentos e Bebidas registrou crescimento de 14,0% em GMV no e-commerce em 2024, evidenciando o movimento de ampliação, mas ainda distante da maturidade observada em outros mercados internacionais.

- **Visão geral do mercado de móveis, eletrodomésticos e bens duráveis**

O mercado de móveis, eletrodomésticos e bens duráveis é altamente sensível ao desempenho econômico, sendo impactado principalmente pela renda das famílias e pela disponibilidade de crédito. Após um ciclo de forte expansão até 2014, o setor sofreu com a recessão de 2015-2016, quando o desemprego ultrapassou 12%, a inflação bateu 10,7% e a Selic atingiu 14,3% ao ano. Nesse período, o segmento de móveis e eletrodomésticos recuou 11,8% em 2015 e 7,5% em 2016, segundo o IBGE.

Entre 2017 e 2019, a economia ensaiou uma recuperação lenta, sustentada por juros e inflação em queda. Em 2019, o setor cresceu 6,7%, com a Selic no menor patamar histórico (4,5% ao ano). Durante a pandemia, em 2020, o segmento se beneficiou da mudança no comportamento de consumo e avançou 10,6%. No entanto, a partir de 2021, com o aperto monetário e a inflação elevada, o setor voltou a encolher: queda de 7,0% em 2021 e 6,7% em 2022.

Em 2023, o comércio varejista retomou o crescimento, com aumento de 1,0% no volume de vendas. A inflação desacelerou para 4,62% no ano, enquanto a Selic iniciou um ciclo de cortes, encerrando 2023 em 11,75% ao ano.

Em 2024, a tendência de recuperação se fortaleceu: a Selic foi reduzida para 10,50% em abril, e as projeções indicam uma inflação de 3,8% no ano. O volume de vendas de móveis e eletrodomésticos cresceu 2,5% no primeiro trimestre, impulsionado pela melhora da confiança do consumidor e pelo avanço do crédito com taxas mais acessíveis.

Apesar dos sinais positivos, o setor ainda enfrenta desafios estruturais, como a elevada informalidade. A ampliação do uso de sistemas eletrônicos de fiscalização e o fortalecimento da substituição tributária do ICMS têm contribuído para reduzir a evasão fiscal. Com isso, players mais estruturados, com forte governança, gestão de capital e compliance, tendem a ganhar participação em um ambiente de maior formalização e consolidação do mercado.

- **Dinâmica competitiva**

A crise econômica dos últimos anos impôs novos desafios ao varejo, forçando a maioria das empresas a adotar políticas de preço mais racionais para preservar a rentabilidade. Esse cenário nos tornou ainda mais competitivos, pois sempre priorizamos um crescimento sustentável e baseado em geração de lucro. Enquanto pequenos e médios players seguem enfrentando dificuldades de abastecimento e financiamento para seus clientes, o Magalu consolidou sua posição de liderança, ampliando sua participação de mercado de forma consistente. Nosso modelo de negócios, baseado em multicanalidade, eficiência operacional e gestão de capital disciplinada, provou ser capaz de gerar lucro líquido mesmo em ambientes de juros elevados —

uma vantagem competitiva que reforça nossa resiliência e capacidade de atravessar ciclos econômicos adversos. Os principais competidores da Companhia são: Mercado Livre, Amazon, Americanas, Casas Bahia, Carrefour, Shopee, entre outros.

(d) eventual sazonalidade

As vendas do Magalu apresentam certa sazonalidade, com impacto positivo mais relevante nos meses de novembro, dezembro e janeiro. Em novembro, observa-se um pico de vendas impulsionado pela Black Friday, uma das principais datas do varejo nacional. Em dezembro, o desempenho comercial é positivamente influenciado pelas compras de fim de ano e pelo Natal. Já em janeiro, ocorre a tradicional "Liquidação Fantástica", que também contribui para um volume significativo de vendas no início do ano.

Além disso, datas comemorativas ao longo do ano, como o Dia do Consumidor (março), o Dia das Mães (maio) e o Dia dos Pais (agosto), também geram picos sazonais adicionais, impulsionados por campanhas promocionais específicas.

(e) principais insumos e matérias primas, informando: (i) descrição das relações mantidas com fornecedores, inclusive se estão sujeitas a controle ou regulamentação governamental, com indicação dos órgãos e da respectiva legislação aplicável; (ii) eventual dependência de poucos fornecedores; (iii) eventual volatilidade em seus preços.

Não possuímos processo de produção e, portanto, não trabalhamos com insumos e matérias primas.

(a) montante total de receitas provenientes do cliente

Não aplicável, tendo em vista que a Companhia não possuía clientes que individualmente fossem responsáveis por mais de 10% da sua receita líquida total no último exercício social.

(b) segmentos operacionais afetados pelas receitas provenientes do cliente

Não aplicável, tendo em vista que a Companhia não possuía clientes que individualmente fossem responsáveis por mais de 10% da sua receita líquida total no último exercício social.

(a) necessidade de autorizações governamentais para o exercício das atividades e histórico de relação com a administração pública para obtenção de tais autorizações

Nossas atividades de varejo não contam com um regulador específico, ou seja, não dependem de autorizações específicas para condução de seu regular exercício. A despeito de não haver necessidade de autorizações e/ou licenças de reguladores, e/ou de qualquer outro tipo de poder concedente, para algumas situações há necessidade de alvarás e licenças da vigilância sanitária e, também, a obrigação de registro em alguns cadastros públicos, exigidos a níveis federal, estadual e/ou municipal. Ademais, no que se refere ao funcionamento de nossas lojas e novas instalações é obrigatório a obtenção de alvarás e de algumas outras licenças municipais.

Em algumas situações específicas, a não obtenção ou não renovação dessas licenças ou alvarás pode acarretar um efeito adverso relevante para as condições operacionais da instalação afetada pela não renovação, bem como para as condições financeiras da Companhia como um todo, caso o problema não seja pontual. A incapacidade de cumprir com os regulamentos aplicáveis ou que venham a ser aplicáveis no futuro às atividades da Companhia poderá sujeitá-la à imposição de penalidades, desde advertências, imposição de multa simples e/ou diária, revogação de licenças ou alvarás já concedidos, suspensão de atividades, embargos de instalações entre outros.

(i) Regulamentação para o Funcionamento da Luizacred

Nos termos do art. 2º, da Resolução CMN nº 4.970, de 25 de novembro de 2021, o funcionamento de uma Sociedade de Crédito, Financiamento e Investimento (“SCFI”) no Brasil depende: (i) capacidade econômico-financeira dos controladores, de forma isolada ou em conjunto, compatível com o capital necessário à estruturação e à operação da instituição, bem como às contingências decorrentes da dinâmica do mercado; (ii) origem lícita dos recursos utilizados na integralização do capital social, na aquisição de controle e de participação qualificada; (iii) viabilidade econômico-financeira do empreendimento; (iv) compatibilidade da infraestrutura de tecnologia da informação com a complexidade e os riscos do negócio; (v) compatibilidade da estrutura de governança corporativa com a complexidade e os riscos do negócio; (vi) reputação ilibada dos ocupantes de cargos em órgãos estatutários ou contratuais, dos controladores e dos detentores de participação qualificada, no caso de pessoas naturais; (vii) conhecimento, pela administração, do ramo do negócio, do segmento em que a instituição pretende operar, da dinâmica de mercado, das fontes de recursos operacionais, do gerenciamento das atividades e dos riscos a elas associados; (viii) capacitação técnica dos administradores, compatível com as funções a serem exercidas no curso do mandato; e (ix) atendimento aos requerimentos mínimos de capital e de patrimônio previstos na regulamentação em vigor.

Nos termos do inc. III, do art. 1º da Resolução do CMN nº 2607/1999, uma SCFI deverá observar, de forma permanente, o limite mínimo de capital integralizado e de patrimônio líquido de R\$ R\$7.000.000,00 (sete milhões de reais). Ainda, nos termos do inc. V, art. 3º, da Resolução CMN nº 4.970, de 25 de novembro de 2021, a posse e o exercício de cargos em órgãos estatutários ou contratuais de uma SCFI são privativos de pessoas cuja eleição ou nomeação tenha sido aprovada pelo BACEN, a quem compete realizar as análises pertinentes e tomar as decisões que considerar convenientes ao interesse público.

A eleição ou a nomeação de membros de órgãos estatutários ou contratuais deve ser submetida à aprovação do BACEN, no prazo máximo de 15 (quinze) dias de sua ocorrência, devidamente instruída com a documentação definida pelo BACEN, observados os demais requisitos previstos na Instrução Normativa BCB nº 299/2022.

A Luizacred obteve sua licença para funcionamento em 2001 e, desde então, registra um bom histórico de relacionamento com o BACEN.

(ii) Regulamentação Estatal para o Funcionamento do Consórcio Magalu

O Banco Central é o órgão responsável pela normatização, coordenação, supervisão, fiscalização e controle das atividades do sistema de consórcios, conforme poderes que lhe foram conferidos pelo art. 6º, da Lei nº 11.795/08.

O grupo de consórcio é a reunião de pessoas naturais e/ou jurídicas em grupo, com prazo de duração e número de cotas previamente determinados, promovida por administradora de consórcio, com a finalidade de propiciar a seus integrantes, de forma isonômica, a aquisição de bens ou serviços, por meio de autofinanciamento. O contrato de participação em grupo de consórcio, por adesão, poderá ter como referência bem móvel, imóvel ou serviço de qualquer natureza. Todos os grupos da administradora são independentes e os recursos de um grupo não podem ser transferidos para outro, nem se confundem com o patrimônio da administradora.

Também compete ao Banco Central conceder autorização para constituição e funcionamento de uma administradora de consórcios, além de fiscalizar as administradoras e as operações de consórcio, bem como os atos de seus administradores.

As administradoras de consórcio devem remeter periodicamente ao Banco Central informações contábeis e não-contábeis sobre as operações e gestão dos grupos de consórcio.

De autoria do Poder Legislativo, em 8 de outubro de 2008, foi promulgada a Lei nº 11.795, que “dispõe sobre o Sistema de Consórcio”, a qual entrou em vigor em 6 de fevereiro de 2009, constituindo assim, um marco e conquista do sistema de consórcio. Ela define, dentre outros assuntos, que: (i) os interesses do grupo prevalecem sobre o interesse individual do consorciado; (ii) o grupo de consórcio é autônomo em relação aos demais e possui patrimônio próprio, que não se confunde com o de outro grupo, nem como o da própria administradora; (iii) os recursos dos grupos serão contabilizados separadamente; (iv) estabelece regras para a responsabilização e punição dos gestores das administradoras de consórcio; (v) as garantias que serão exigidas dos consorciados contemplados; (vi) a devolução ao consorciado excluído; (vii) define as penalidades a serem impostas aos administradores em caso de cometimento de infrações.

A constituição e o funcionamento de grupos de consórcio é regulado pela Resolução BCB nº 285/2023-, do Banco Central do Brasil, que dispõe, dentre outros, sobre (i) os requisitos mínimos que deverão constar na proposta de participação em grupo de consórcio; (ii) as garantias que serão exigidas dos contemplados, observando-se o segmento; (iii) a aplicação dos recursos do grupo; (iv) as normas de constituição do grupo, quantidade de participantes e limite de cotas por participante; (v) as formas de contemplação e utilização do crédito; (vi) dissolução do grupo; (vii) realização de assembleias.

Já os processos de concessão de autorização para constituição e funcionamento, transferência de controle, prática de outros atos societários e exercício de cargos em órgãos estatutários ou contratuais em administradoras de consórcio, são regulados pela Resolução BCB nº 233/2022, do Banco Central do Brasil.

O Consórcio Magalu obteve sua licença para funcionamento em 1992 e, desde então, registra um bom histórico de relacionamento com o BACEN.

(iii) Regulamentação para MagaluPay Instituição de Pagamento

Em outubro de 2013, foi promulgada a Lei nº 12.865 que dispõe, dentre outros, sobre os arranjos de pagamento e as instituições de pagamento integrantes do Sistema de Pagamentos Brasileiros. A Lei instituiu o Banco Central do Brasil como órgão regulador do mercado de meios de pagamento no país e estabeleceu uma série de novos conceitos, como: (i) arranjo de pagamento, (ii) instituidor de arranjo de pagamento, (iii) instituição de pagamento, (iv) conta de pagamento, (v) instrumento de pagamento e (vi) moeda eletrônica.

Cabe pontuar que as instituições de pagamento não são instituições financeiras e, portanto, não podem realizar atividades privativas destas instituições, como empréstimos e financiamentos. Ainda assim, conforme supra informado, estão sujeitas à supervisão do Banco Central, que também é o órgão responsável pela normatização, coordenação, fiscalização e controle das atividades das instituições de pagamento, de acordo com o disposto no art. 9º, da Lei nº 12.865/2013.

Em março de 2021, o Bacen publicou a Resolução Bacen nº 80/2021 que determina, dentre outros, os requisitos e procedimentos para o funcionamento das instituições de pagamento e a prestação de serviços de pagamento por outras instituições autorizadas a funcionar pelo Banco Central do Brasil.

Nos termos do art. 10, da Resolução Bacen nº 80/2021, uma vez atingida a volumetria definida na legislação, a instituição de pagamento estará sujeita aos requisitos e procedimentos de autorização para funcionamento, devendo submeter um pedido de autorização ao Bacen.

A Companhia constituiu uma instituição de pagamentos denominada Magalu Pagamentos, que começou o exercício das suas atividades em novembro de 2019, e em abril de 2020, atingiu a volumetria definida no inc. I, do artigo supracitado. Assim, o pleito para obtenção de autorização foi submetido ao Bacen em maio de 2020.

Posteriormente, em junho de 2021, a Magalu Pagamentos adquiriu o controle da Hub Prepaid Participações S.A., que, por sua vez, detinha a totalidade das ações da Hub Instituição de Pagamento S.A., que já era uma Instituição de Pagamento autorizada pelo Banco Central do Brasil.

Nesse sentido, considerando a maior expressividade da Hub no mercado de meios de pagamentos, o Grupo Magazine Luiza, integrado pela Magalu Pagamentos, optou por concentrar seus esforços apenas naquela instituição, de modo a transferir suas operações neste segmento à Hub Instituição de Pagamento (“Combinação de Negócios”)

Assim, em 31 de maio de 2023, foi finalizado o processo de incorporação reversa da Magalu Pagamentos pela Hub Instituição de Pagamento S/A, por sua vez, possui autorização do Banco Central para operar nas seguintes modalidades:

- i. Emissor de moeda eletrônica;
- ii. Credenciador;
- iii. Emissor de instrumento de pagamento pós-pago; e
- iv. Iniciador de transação de pagamento.

Adicionalmente, em janeiro de 2025, o Banco Central do Brasil autorizou a alteração da denominação social da Hub Instituição de Pagamento S.A. para Magalupay Instituição de Pagamento S.A.

As instituições reguladas pelo Banco Central do Brasil (Bacen) enfrentam grandes desafios relacionados ao risco regulatório. O Bacen estabelece um extenso conjunto de regulamentações que abrangem desde a governança corporativa até a gestão de riscos, adequação de capital, conformidade com normas contábeis, reporte de informações, monitoramento das operações, dentre outros. O não cumprimento dessas regulamentações pode resultar em multas substanciais, sanções administrativas, e até mesmo na revogação da licença de operação, além de danos significativos à sua reputação no mercado, destacando a importância crítica da conformidade regulatória para todas essas instituições.

Além disso, essas instituições também enfrentam dificuldades em relação à constante evolução do ambiente regulatório. Mudanças nas leis e regulamentos exigem uma adaptação ágil por parte das instituições, o que pode representar um ônus significativo em termos de recursos e esforços.

Dessa forma, a gestão eficaz do risco regulatório não é apenas uma obrigação legal, mas também uma necessidade operacional para garantir a sustentabilidade e o sucesso a longo prazo das instituições no mercado.

(iv) Regulação das Operações de Tratamento de Dados Pessoais

A Lei Federal nº 13.709/2018, Lei Geral de Proteção de Dados - LGPD, dispõe sobre as formas adequadas de tratamento de dados pessoais, e visa proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural.

Por intermédio da Emenda Constitucional nº 115/2022, promulgada na data de 10 de fevereiro de 2022, o direito à proteção dos dados pessoais foi erigido à condição de direito fundamental em nossa Constituição Federal Brasileira (CFB/88), na forma do art. 5º, inc. LXXIX, sendo certo, ainda, que, com base nos arts. 21 e 22 da CRB/88, compete, exclusivamente, à União legislar sobre o tema.

Registre-se que, com o advento da LGPD um novo conjunto de regras foi estabelecido em relação ao tratamento de dados pessoais, sendo mais completo e de aplicação transversal, afetando todos os setores da economia e incluindo as empresas que tratam um maior volume de dados pessoais. A referida lei, além de proteger os direitos fundamentais de liberdade, privacidade e livre desenvolvimento das pessoas naturais, cria um ambiente de maior controle dos indivíduos sobre os seus dados e de maiores responsabilidades para as organizações que tratam tais dados, trazendo novas obrigações a serem observadas.

Cabe ressaltar que a Autoridade Nacional de Proteção de Dados, ou ANPD, Autarquia de natureza especial, possui poderes e responsabilidades análogas às autoridades europeias de proteção de dados, exercendo um triplo papel de (i) investigação, compreendendo o poder de emitir normas e procedimentos, deliberar sobre a interpretação da LGPD e solicitar informações de controladores e processadores; (ii) execução, nos casos de descumprimento da lei, por meio de processo administrativo; e (iii) educação, com a responsabilidade de disseminar informações e fomentar o conhecimento da LGPD e medidas de segurança, promovendo padrões de serviços e produtos que facilitem o controle de dados e elaborando estudos sobre práticas nacionais e internacionais para a proteção de dados pessoais e privacidade, entre outros. A ANPD tem assegurada independência técnica, embora esteja subordinada à Presidência da República.

Ademais, sob a égide da LGPD, caso nossas operações de tratamento de dados estejam em desconformidade com as disposições previstas em referida lei, estaremos sujeitos às seguintes sanções administrativas previstas na LGPD: (a) advertência, com indicação de prazo para adoção de medidas corretivas; (b) multa de até 2% do faturamento da empresa ou do grupo, observado o limite de R\$ 50 milhões por infração; (c) - multa diária, observado o limite total de R\$ 50 milhões por infração; (d) publicização da infração após devidamente apurada e confirmada a sua ocorrência; (e) bloqueio dos dados pessoais a que se refere a infração até a sua regularização; (f) eliminação dos dados pessoais a que se refere a infração; (g) suspensão parcial do funcionamento do banco de dados a que se refere a infração pelo período máximo de 6 (seis) meses, prorrogável por igual período, até a regularização da atividade de tratamento pelo controlador; (h) suspensão do exercício da atividade de tratamento dos dados pessoais a que se refere a infração pelo período máximo de 6 (seis) meses, prorrogável por igual período; (i) proibição parcial ou total do exercício de atividades relacionadas a tratamento de dados.

Assim, desde a entrada em vigor da LGPD, demos início à implantação do Programa de Privacidade em nossas operações e desenvolvemos o aprimoramento do modelo de negócios, de forma a atender aos limites e obrigações estabelecidos na referida lei, incluindo a revisão periódica dos nossos processos internos, políticas e práticas comerciais para aderência à LGPD, além do mapeamento de dados pessoais, avaliação de risco à privacidade de terceiros, análises de contratos, dentre outros

Cabe ressaltar que, em sua estrutura de governança, o Magazine Luiza implantou um canal destinado ao atendimento aos direitos dos titulares, com profissionais dedicados e devidamente treinados a realizarem o atendimento direto dos titulares e também a prestarem o necessário suporte ao Luiza Resolve - Serviço de Atendimento ao Consumidor do Magalu - no atendimento de requisições de titulares relacionados à dados pessoais.

Adicionalmente, vale enfatizar, que o Magazine Luiza reforça o compromisso com a proteção dos dados pessoais de seus clientes e constantemente promove treinamentos específicos em todos os níveis e departamentos da empresa.

(v) Regulamentação Anatel para MVNO

Com o intuito de viabilizar a oferta dos serviços denominados Maga+, a Companhia celebrou o Contrato de Representação para Prestação do Serviço Móvel Pessoal por Meio de Rede Virtual Credenciada com a EuTV Consultoria e Intermediação de Negócios S.A. - atualmente sob a denominação Surf Telecom S.A. Destarte, desde 2018, atuamos como uma Mobile Virtual Network Operator ("MVNO") na modalidade credenciada ("MVNO Credenciada"), nos sujeitando a regulamentação da Agência Nacional das Telecomunicações ("Anatel") aplicável a esse tipo de operação.

MVNO é uma sigla para Mobile Virtual Network Operator, em português traduzida como Operadora de Rede Virtual Móvel, e se trata de uma operadora de serviços móveis que não possui rede ou radiofrequência própria, portanto, utiliza a estrutura de prestadoras de serviços de telecomunicações já atuantes no setor.

É aplicável a esse tipo de operação a Resolução nº 550 de 22 de novembro de 2010, que aprovou o Regulamento sobre Exploração de Serviço Móvel Pessoal por meio de Rede Virtual ("Regulamento MVNO"). O Regulamento de MVNO determinou a possibilidade de prestação do serviço em duas modalidades: (i) MVNO Credenciada; e (ii) MVNO autorizada.

Como a Companhia atua como MVNO Credenciada, a sua atuação no setor se limita a uma representante da Surf Telecom, revendendo os serviços de telecomunicações de acordo com o seu modelo de negócio, conforme Contrato de Representação para Prestação do Serviço Móvel Pessoal por Meio de Rede Virtual Credenciada e seus aditivos. A atuação da Companhia como MVNO Credenciada não se confunde com a efetiva prestação de serviços de telecomunicações, que somente pode ser prestado mediante autorização da Anatel.

Como consequência do modelo, a MVNO Credenciada está sujeita a uma interação residual com a Anatel, se responsabilizando apenas pelo cumprimento das obrigações previstas no próprio Regulamento MVNO, e outras de natureza consumerista por ter responsabilidade solidária com a Surf Telecom nos limites previstos na matriz de responsabilidade do Contrato de Representação para Prestação do Serviço Móvel Pessoal por Meio de Rede Virtual Credenciada.

(vi) Prevenção à lavagem de dinheiro e ao financiamento do terrorismo

A lei brasileira de prevenção à lavagem de dinheiro (Lei nº 9.613/1998, modificada pela Lei nº 12.683/2012), que dispõe sobre os crimes de "lavagem" ou ocultação de bens, direitos e valores e a Lei nº 13.810/2019 estabelece um rol de pessoas obrigadas a auxiliar o poder público na prevenção e combate às atividades de lavagem de dinheiro e de financiamento ao terrorismo. As pessoas jurídicas obrigadas a manter controles e monitoramento destinados à prevenção à lavagem de dinheiro são todas aquelas que exercem atividades em algum setor de risco, que foram elencados no art. 9º da citada lei.

A Companhia atua em alguns desses setores, incluindo: (i) Subadquirência; (ii) Arranjo de Pagamento; (iii) Consórcio; (iv) Instituição de Pagamento; (v) Comércio Eletrônico; e (vi) Produtos de alto valor e fácil comercialização. Para garantir conformidade e segurança, instituiu e mantém: (i) procedimento de identificação do seu cliente e manutenção das informações cadastrais;

(ii) registros das operações envolvendo moeda nacional ou estrangeira, títulos e valores mobiliários, títulos de crédito, metais ou qualquer outro ativo passível de conversão em dinheiro; (iii) controles internos e registros consolidados, que permitem verificar a identidade do cliente, sua capacidade financeira e eventual compatibilidade com a movimentação de recursos e a atividade econômica desenvolvida; (iv) procedimentos de acompanhamento e monitoramento das operações ou propostas realizadas pelos clientes, com vistas a detectar situações que, por suas características (forma de realização, partes envolvidas, valores, frequência, instrumentos utilizados ou falta de fundamento econômico ou legal) possam indicar a existência de indícios de lavagem de dinheiro ou tentativas de violar os mecanismos de controle existentes; e, (v) procedimento de comunicação às autoridades competentes (sem o conhecimento do cliente) dos indícios de irregularidades detectados e de operações realizadas em espécie, acima do valor definido pelo regulador específico de cada atividade.

Em janeiro de 2020, o Banco Central do Brasil editou a Circular nº. 3.978/20, que entrou em vigor em 1º de outubro de 2020. O regramento atualizou os requisitos dos programas de prevenção à lavagem de dinheiro que eram adotados pelas administradoras de consórcio e pelas Instituições de Pagamento. Dentre as inovações trazidas pela referida Circular, destacam-se: (i) ampliação do grupo de pessoas caracterizadas como expostas politicamente dos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, o Ministério Público e nas esferas federal, estadual e municipal; (ii) detalhamento de programa de monitoramento de riscos, que exige uma estrutura robusta para fins de análise e reporte de operações suspeitas; e (iii) atualização das regras de comunicação de operações suspeitas ao Conselho de Controle de Atividades Financeiras - COAF.

Destarte, a Companhia realizou as adequações necessárias em suas políticas e procedimentos de prevenção à lavagem de dinheiro e ao financiamento do terrorismo a fim de garantir a conformidade com os novos requisitos instituídos pela referida Circular.

(vii) Regulação Ambiental

Licenciamento Ambiental

De acordo com a Lei Federal nº 6.938/1981 (“**Política Nacional do Meio Ambiente**”), a construção, instalação, ampliação e operação de estabelecimentos ou atividades que utilizem recursos naturais ou que possam ser consideradas efetiva ou potencialmente poluidoras ou, ainda, passíveis de causar degradação ambiental, estão sujeitas ao licenciamento ambiental, que pode vir a ocorrer em âmbito federal, estadual ou municipal. As diretrizes gerais destinadas ao órgão ambiental competente para estabelecer as regras aplicáveis ao licenciamento estão disciplinadas na Lei Federal nº 6.938/1981, Lei Complementar nº 140/2011, Resoluções do CONAMA, além de outras legislações esparsas sobre o tema.

O processo de licenciamento ambiental engloba, em regra, três etapas cada uma correspondendo a uma fase particular do empreendimento, a saber: Licença Prévia, Licença de Instalação e Licença de Operação. Estão sujeitos a estas exigências todas as atividades ou empreendimentos potencialmente poluidores ou geradores de impacto ambiental. Em algumas localidades, o licenciamento ambiental estabelece medidas condicionantes a serem cumpridas para mitigar, controlar e monitorar e, por vezes, compensar o impacto gerado pelo empreendimento.

Considerando a atuação no varejo, e outras atividades incorporadas aos negócios da Companhia, como importação de produtos, podem estar sujeitas ao licenciamento ambiental no âmbito municipal e ao cumprimento de obrigações perante o IBAMA. A Companhia possui licenças vigentes e certificados de dispensa de licenciamento para suas unidades comerciais e centros de distribuição. Além disso, mantém a regularidade do seu Cadastro Técnico Federal no IBAMA.

As licenças e cadastros ambientais devem ser periodicamente renovados. A irregularidade de tais obrigações pode impactar na continuidade das operações e sujeitar a Companhia a penalidades nas esferas administrativa e criminal, bem como na responsabilidade civil pela reparação dos danos ambientais.

Uso de recursos hídricos

A Lei Federal nº 9.433/1997 instituiu a Política Nacional de Recursos Hídricos (“**PNRH**”). Esta legislação estabelece que os usos de recursos hídricos superficiais ou subterrâneos, inclusive pelas empresas, estão sujeitos à outorga de direito de uso por parte do Poder Público por prazo determinado.

A água utilizada pela Companhia em suas atividades é proveniente do sistema público de captação e/ou de soluções alternativas, como poços artesianos. A Companhia possui outorgas válidas para as unidades que realizam atividades de captação de água.

A intervenção em recursos hídricos sem as devidas autorizações e outorgas pode caracterizar infração administrativa e crime ambiental, sem prejuízo da obrigação de indenizar eventuais danos causados ao meio ambiente.

Gerenciamento de Resíduos Sólidos

A Lei nº 12.305/2010 - Política Nacional de Resíduos Sólidos (“**PNRS**”) - contém instrumentos importantes para permitir o enfrentamento dos principais problemas ambientais, sociais e econômicos decorrentes do manejo inadequado dos resíduos sólidos. A referida lei dispõe acerca da (i) prevenção e redução na geração de resíduos, com um conjunto de instrumentos para propiciar o aumento da reciclagem e da reutilização dos resíduos sólidos e a destinação ambientalmente adequada dos rejeitos; (ii) instituição de instrumentos de planejamento; e (iii) imposição que os particulares elaborem seus Planos de Gerenciamento de Resíduos Sólidos (“**PGRS**”).

O PGRS é um documento que pode ser integrante ou independente do processo de licenciamento ambiental, baseado nos princípios da não geração de resíduos e na minimização da geração de resíduos, que aponta e descreve as ações relativas ao seu manejo, contemplando os aspectos referentes à geração, segregação, acondicionamento, coleta, armazenamento, transporte, reciclagem, tratamento e disposição final, bem como a proteção à saúde pública e ao meio ambiente.

A PNRS dispõe que estão sujeitos à elaboração de PGRS os geradores de resíduos industriais, gerados nos processos produtivos e instalações industriais. Nesse caso, considerando a atividade desenvolvida pela Companhia, a elaboração de um PGRS é obrigatória.

Ainda, a comercialização de produtos em embalagens plásticas, metálicas ou de vidro e demais materiais e embalagens, além de importar pneus automotivos, sujeita a Companhia à obrigatoriedade de implementação de sistemas de logística reversa, nos termos da PNRS. O descumprimento de obrigação prevista no sistema de logística reversa sujeita o infrator a multas de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 50.000.000,00 (cinquenta milhões de reais), nos termos do art. 61 e art. 62, XII, do Decreto Federal nº 6.514/2008. A Companhia está em conformidade com suas obrigações relativas à implementação de logística reversa.

(viii) Regulação sanitária

A Lei nº 6.360/1976 regula a comercialização de produtos sujeitos ao controle e fiscalização da vigilância sanitária, de modo que para atuar no armazenamento, transporte e comércio de produtos em categorias como higiene pessoal, perfumaria, limpeza doméstica, alimentos e bebidas é necessário cumprir as normas da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (“**ANVISA**”) e órgãos competentes nos âmbitos estadual e municipal.

As atividades desenvolvidas pela Companhia estão sujeitas ao licenciamento junto aos órgãos sanitários municipais, compreendendo o armazenamento, o transporte e o comércio varejista de produtos vendidos pela Companhia. As normas de alguns municípios podem considerar tais atividades de baixo risco sanitário, sendo tais situações específicas validadas pelo órgão mediante a emissão do Termo de Declaração de Dispensa Sanitária. A Licença Sanitária deve ser renovada periodicamente conforme a vigência definida pelo órgão emissor ou, então, atualizada em decorrência de alteração de suas atividades.

O procedimento do licenciamento requer, em sua maioria, a realização de vistoria por parte das autoridades sanitárias nas instalações de cada loja e unidade logística da Companhia, compondo também, parte desse processo, a análise da documentação submetida ao órgão abrangendo o projeto arquitetônico, designação de profissional especialista como responsável técnico e comprovação das boas práticas (tais como: dedetização, limpeza do ar condicionado e reservatório de água). A concessão e renovação periódica do licenciamento sanitário pode ter a tramitação eletrônica ou protocolo físico a depender da estrutura do órgão municipal. Além disso, pode ser também integrado às demais autorizações aplicáveis, como Alvará de Funcionamento e Corpo de Bombeiros. A Companhia possui as Licenças Sanitárias válidas para as unidades que realizam atividades de armazenamento, transporte e comércio de produtos de controle sanitário.

Além disso, as unidades logísticas da Companhia estão abarcadas pela Autorização de Funcionamento de Empresa ("AFE") aprovada pela ANVISA, para permitir o regular funcionamento das operações de armazenamento e transporte de produtos de controle sanitário vendidos pela Companhia. A Companhia possui também o registro no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento ("MAPA") para a operação logística de produtos veterinários.

O descumprimento de qualquer das determinações das autoridades sanitárias e de eventual legislação sanitária aplicável, seja em âmbito federal, estadual ou municipal, poderá desencadear processo sancionatório em face da Companhia, de acordo com a Lei Federal nº 6.437/1977, e a imposição das seguintes penalidades, sem prejuízo das responsabilidades civil, administrativa e penal cabíveis: (i) advertência; (ii) multa (R\$2.000,00 a R\$ 1.500.000,00 - aplicadas em dobro nos casos de reincidência); (iii) apreensão, inutilização e/ou interdição de produto; (iv) suspensão de vendas e/ou fabricação de produto; (v) cancelamento do alvará sanitário e/ou da autorização de funcionamento de empresa; (vi) interdição total ou parcial do estabelecimento; e (vii) proibição e/ou suspensão de propaganda e publicidade, de acordo com a gravidade da infração. A aplicação das penalidades levará em conta as condições específicas do infrator (como faturamento, gravidade da infração, etc.), e somente poderá ser aplicada mediante a instauração de processo administrativo, garantidos o contraditório e a ampla defesa.

(b) principais aspectos relacionados ao cumprimento das obrigações legais e regulatórias ligadas a questões ambientais e sociais pelo emissor

A Companhia busca desenvolver políticas e práticas relacionadas aos temas sociais e ambientais. Para maiores informações a respeito da política socioambiental da Companhia e das práticas ambientais e sociais adotadas, vide item 1.9 deste Formulário de Referência

(c) dependência de patentes, marcas, licenças, concessões, franquias, contratos de royalties relevantes para o desenvolvimento das atividades

Marcas:

No Brasil, a titularidade de uma marca adquire-se pelo registro validamente expedido pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial ("INPI"), autarquia federal responsável pelo registro de marcas, patentes e outros direitos de propriedade intelectual.

Em regra, a proteção das marcas recai sobre os produtos e serviços correspondentes à atividade do requerente, incluídos na classe na qual a marca foi registrada, limitando-se ao território do país onde foi concedida. Assim, após o registro, o titular passa a deter o direito exclusivo de uso no Brasil na respectiva classe registrada, por um período de 10 (dez) anos, podendo ser sucessivamente prorrogado por períodos iguais, mediante o pagamento das taxas administrativas aplicáveis.

Durante o processo de registro, o depositante possui uma expectativa de direito de propriedade das marcas depositadas, aplicadas para a identificação de seus produtos ou serviços, podendo vendê-las ou licenciá-las a terceiros, bem como zelar por sua integridade e reputação no mercado. Essa expectativa pode vir a não se concretizar em direito nas hipóteses de: (i) falta de pagamento das taxas retribuições cabíveis dentro dos prazos legais; (ii) indeferimento definitivo do pedido de registro pelo INPI; e (iii) não contestação ou não cumprimento de exigência formulada pelo INPI.

Além disso, é relevante destacar que o registro de determinada marca se extingue pela (i) expiração do prazo de vigência, quando da não renovação no prazo adequado; (ii) renúncia (abandono voluntário do titular); (iii) caducidade (falta de uso da marca); (iv) declaração de nulidade administrativa ou judicial; ou (v) inobservância do disposto no artigo 217 da Lei de Propriedade Industrial (referente à necessidade de a pessoa domiciliada no exterior manter procurador no Brasil), sendo, portanto, um requisito de manutenção do registro de marca a continuidade de seu uso, nos termos da solicitação de registro depositada junto ao INPI.

Nomes de Domínio:

Um nome de domínio é uma identificação de autonomia, autoridade ou controle dentro da internet. Os nomes de domínio seguem as regras e procedimentos do Domain Name System ("DNS"), de modo que qualquer nome registrado no DNS é um nome de domínio.

No Brasil, o responsável pelo registro de nomes de domínio, bem como pela administração e publicação do DNS para o domínio ".br", a distribuição de endereços de sites e serviços de manutenção é o Registro.br.

Atualmente, somos titulares e depositantes de pedidos de registros de diversas marcas nominativas, mistas e figurativas junto ao INPI, seja em nome próprio, seja em nome de nossas subsidiárias, em diferentes classes de serviços e produtos condizentes com nossas atividades. Dentre elas, incluem-se: "Magazine Luiza", "Magalu", "Luiza", "Magalu Pay", "Magalu Entregas", "MagaLog", "Lu Vendedora Virtual", "Consórcio Nacional Luiza", "Consórcioluiza", "Cartão Luiza", "Quero de casamento", "Luizaseg", "Luizacred", "Parceiro Magalu", "MagaluAds", "Dinheiro de volta Magalu", "Magalu Conecta", "Unimagalu", "Lu";), "Magalu Bank", "Magalu Cloud", "Magalu Seguros", "Divulgador Magalu", "Fintech Magalu", "Época Cosméticos", "Época", "Black das Blacks Magalu", "Payday Magalu", "Magalu Legacy", "Influenciador Magalu", "Liquida Pix Magalu", "Vista Magalu" e "Luizalabs". Ainda somos titulares de diversos nomes de domínios, entre eles "www.magazineluiza.com.br" e "www.epocacosmeticos.com.br". Ademais, também buscamos o registro autoral da campanha "#PISCOU, CHEGOU! TEM NO MAGALU".

Com a aquisição da Netshoes, passamos a ser titulares de diversas outras marcas, bem como depositantes de pedidos de registros de marcas. Dentre as principais, incluem-se: "Netshoes",

“Zattini”, “Zattini Moda Match”, “ETC Estilo Totalmente Casual”, “Parceiro Torcedor”, “Zeep!”, “Gonew”, “Burn”, “Treebo”, “dressup” e “Shoestock”. Também passamos a ser titulares de alguns nomes de domínio vinculados ao negócio da Netshoes, tais como “www.netshoes.com.br”, “www.netshoes.com”, “www.shoestock.com.br” e “www.zattini.com.br”.

Também cumpre ressaltar que com a aquisição da Kabum, passamos a ser titulares de relevantes pedidos e registros no Brasil, merecendo destacar os seguintes: “Kabum”, “KBM! Esports”, “Husky Simulation”, “Kup” e “HSK”.

Também cumpre ressaltar que com a aquisição da Jovem Nerd, passamos a ser titulares de relevantes pedidos e registros no Brasil, merecendo destacar os seguintes: “Jovem Nerd”, “Ruff Ghanor”, “Masked Streamer”, “Nerdcast”, “Ozob from Jovem Nerd”.

Especialmente nossas marcas “Magazine Luiza”, “Magalu”, “Netshoes”, “Shoestock”, “Zattini”, “Jovem Nerd”, “Época Cosméticos” e “Kabum” são nacionalmente reconhecidas. Na hipótese de perda ou de falha na proteção de tais marcas, nossas atividades seriam significativamente prejudicadas, razão pela qual mantemos constante vigilância com relação aos terceiros que oportunamente tentam se aproveitar de forma parasitária de nossas marcas.

(d) contribuições financeiras, com indicação dos respectivos valores, efetuadas diretamente ou por meio de terceiros: (i) em favor de ocupantes ou candidatos a cargos políticos; (ii) em favor de partidos políticos; (iii) para custear o exercício de atividade de influência em decisões de políticas públicas, notadamente no conteúdo de atos normativos

Não houve pagamento de contribuição financeira para (i) ocupantes ou candidatos a cargos políticos, (ii) partidos políticos e (iii) custeio do exercício de atividade de influência em decisões de políticas públicas.

(a) receita proveniente dos clientes atribuídos ao país sede do emissor e sua participação na receita líquida total do emissor

Não aplicável, tendo em vista que a Companhia não possui operações em outros países e, portanto, não auferir receitas no exterior.

(b) receita proveniente dos clientes atribuídos a cada país estrangeiro e sua participação na receita líquida total do emissor

Não aplicável, tendo em vista que a Companhia não possui operações em outros países e, portanto, não auferir receitas no exterior.

Não aplicável, tendo em vista que a Companhia não possui operações em outros países.

Relato Integrado – Relatório Anual e de Sustentabilidade

Nosso relatório é construído com base em parâmetros internacionais de divulgação de desempenho, a saber: as normas da *Global Reporting Initiative* (GRI), do *Sustainability Accounting Standards Board* (SASB), e de Relato Integrado (IIRC).

O documento também conecta nossas ações aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS), estabelecidos pela Organização das Nações Unidas (ONU). A publicação presta contas a nossos colaboradores, parceiros comerciais, fornecedores, investidores, clientes e demais públicos de relacionamento.

(a) se o emissor divulga informações sociais e ambientais

Todas as informações sobre práticas sociais e ambientais conduzidas ou apoiadas pela Companhia foram divulgadas em nosso Relato Integrado (Relatório Anual e de Sustentabilidade).

(b) a metodologia seguida na elaboração dessas informações

A elaboração do Relato Integrado segue os princípios do *International Integrated Reporting Council* (IIRC), além de ser elaborado com base nos princípios da *Global Reporting Initiative* (GRI), principal referência global no relato da sustentabilidade.

(c) se essas informações são auditadas ou revisadas por entidade independente

Até o exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2023, as informações relatadas pela companhia passaram por um rigoroso processo interno de auditoria até a publicação, sem contar ainda com revisão externa. A partir do exercício de 2024, a ser publicado em 2025, essas informações serão também verificadas por auditoria externa independente, reforçando nosso compromisso com a transparência.

(d) a página na rede mundial de computadores onde podem ser encontradas essas informações

Todos os Relatórios podem ser acessados no site de Relações com Investidores, por meio do link de acesso a seguir: <https://ri.magazineluiza.com.br/ShowCanal/Relatorio-Anual-e-Sustentabilidade?=BbuKf7H6X12vxuD6Hytzyw==&linguagem=pt>

(e) se o relatório considera a divulgação de uma matriz de materialidade e indicadores-chave de desempenho ASG

O relatório anual e de sustentabilidade do Magalu apresenta a matriz de materialidade da Companhia e indicadores-chave de desempenho ASG, uma vez que o documento segue os padrões acima descritos. A análise de materialidade, conduzida em 2021, levantou 24 temas abrangentes potenciais e, desse universo, 11 deles foram selecionados como de maior relevância para endereçar os impactos da organização sobre seus stakeholders:

1. Ética e transparência
2. Diversidade e inclusão
3. Segurança e privacidade de dados
4. Direitos humanos na cadeia de valor
5. Inclusão digital e empreendedorismo
6. Embalagens e resíduos
7. Satisfação dos clientes
8. Gestão e desenvolvimento de colaboradores
9. Mudanças climáticas

10. Uso de recursos naturais

11. Consumo e produtos responsáveis

Para fins de reporte conforme as normas da GRI, Relato Integrado e SASB, o Magalu atualmente responde aos seguintes indicadores (exercício 2024):

Conteúdos Gerais		
A organização e suas práticas de relato		
2-1	Detalhes da organização	Indicador obrigatório
2-2	Entidades incluídas nos relatórios de sustentabilidade da organização	Indicador obrigatório
2-3	Período de relato, frequência e ponto de contato	Indicador obrigatório
2-4	Reformulações de informações	Indicador obrigatório
2-5	Verificação externa	Indicador obrigatório
Atividades e empregados		
2-6 a	Descrição da cadeia de valor e atividades (upstream e downstream)	Indicador obrigatório
2-6 b	Cadeia de fornecedores da organização (revenda)	Indicador obrigatório
2-6 b	Cadeia de fornecedores da organização (corporativo))	Indicador obrigatório
2-7	Empregados	Indicador obrigatório
2-8	Trabalhadores que não são empregados	Indicador obrigatório
Governança		
2-9	Estrutura de governança e composição	Indicador obrigatório
2-10	Nomeação e seleção do mais alto órgão de governança	Indicador obrigatório
2-11	Presidente do mais alto órgão de governança	Indicador obrigatório
2-12	Papel do mais alto órgão de governança na supervisão da gestão dos impactos	Indicador obrigatório
2-13	Delegação de responsabilidade pela gestão de impactos	Indicador obrigatório
2-14	Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança no relato de sustentabilidade	Indicador obrigatório
2-15	Conflitos de interesse	Indicador obrigatório
2-16	Comunicação de preocupações críticas	Indicador obrigatório
2-17	Conhecimento coletivo do mais alto órgão de governança	Indicador obrigatório
2-18	Avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança	Indicador obrigatório
2-19	Políticas de remuneração	Indicador obrigatório
2-20	Processo para determinação da remuneração	Indicador obrigatório
2-21	Proporção da remuneração total anual	Indicador obrigatório
Estratégia, políticas e práticas		
2-22	Declaração sobre a estratégia de desenvolvimento sustentável	Indicador obrigatório
2-23	Políticas de compromissos	Indicador obrigatório
2-24	Incorporando as políticas de compromissos	Indicador obrigatório
2-25	Processos para remediar impactos negativos	Indicador obrigatório
2-26	Mecanismos para buscar orientação e expor preocupações	Indicador obrigatório
2-27	Conformidade com leis e regulamentos	Indicador obrigatório
2-28	Participação em associações	Indicador obrigatório

Engajamento de Stakeholders		
2-29	Abordagem para o engajamento de stakeholders	Indicador obrigatório
2-30	Acordos de negociação coletiva	Indicador obrigatório
Tópicos materiais		
3-1	Processo para determinar os tópicos materiais	Indicador obrigatório
3-2	Lista de tópicos materiais	Indicador obrigatório
3-3	Gestão de tópicos materiais	Indicador obrigatório
Normas Específicas		
Conteúdos Econômicos		
Desempenho Econômico		
201-1	Valor econômico direto gerado e distribuído	Ética e Transparência
Presença no Mercado		
202-1	Proporção entre o salário mais baixo e o salário mínimo local, com discriminação por gênero	Diversidade e Inclusão
202-2	Proporção de membros da diretoria contratados na comunidade local	Diversidade e Inclusão
Impactos Econômicos Indiretos		
203-1	Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços	Inclusão Digital e Empreendedorismo
203-2	Impactos econômicos indiretos significativos	Inclusão Digital e Empreendedorismo
Combate à Corrupção		
205-1	Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	Ética e Transparência
205-2	Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção	Ética e Transparência
205-3	Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	Ética e Transparência
Conteúdos Ambientais		
Materiais		
301-1	Materiais utilizados, discriminados por peso ou volume	Embalagens e Resíduos
301-2	Matérias-primas ou materiais reciclados utilizados	Embalagens e Resíduos
301-3	Produtos e suas embalagens reaproveitados	Embalagens e Resíduos
Energia		
302-1	Consumo de energia dentro da organização	Uso dos Recursos Naturais
302-2	Consumo de energia fora da organização	Uso dos Recursos Naturais
302-3	Intensidade energética	Uso dos Recursos Naturais
302-4	Redução do consumo de energia	Uso dos Recursos Naturais
Água e Efluentes		
303-1	Interações com a água como um recurso compartilhado	Uso dos Recursos Naturais
303-5	Consumo de água	Uso dos Recursos Naturais
Emissões		
305-1	Emissões diretas (Escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE)	Mudanças Climáticas
305-2	Emissões indiretas (Escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia	Mudanças Climáticas

305-3	Outras emissões indiretas (Escopo 3) de gases de efeito estufa (GEE)	Mudanças Climáticas
305-4	Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	Mudanças Climáticas
305-5	Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	Mudanças Climáticas
Resíduos		
306-1	Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos	Embalagens e Resíduos
306-3	Resíduos gerados	Embalagens e Resíduos
306-4	Resíduos não destinados para disposição final	Embalagens e Resíduos
306-5	Resíduos destinados para disposição final	Embalagens e Resíduos
Conteúdos Sociais		
Emprego		
401-3	Licença maternidade/paternidade	Diversidade e Inclusão
Capacitação e Educação		
404-1	Média de horas de capacitação por ano, por empregado	Gestão e Desenvolvimento de Colaboradores
404-2	Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e de assistência para transição de carreira	Gestão e Desenvolvimento de Colaboradores
404-3	Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira	Gestão e Desenvolvimento de Colaboradores
Diversidade e Igualdade de Oportunidades		
405-1	Diversidade em órgãos de governança e empregados	Diversidade e Inclusão
405-2	Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens	Diversidade e Inclusão
Não Discriminação		
406-1	Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas	Direitos Humanos na Cadeia de Valor
Trabalho Infantil		
408-1	Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil	Direitos Humanos na Cadeia de Valor
Trabalho Forçado ou Análogo ao Escravo		
409-1	Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo	Direitos Humanos na Cadeia de Valor
Práticas de Segurança		
410-1	Pessoal de segurança capacitado em políticas ou procedimentos de direitos humanos	Direitos Humanos na Cadeia de Valor
Comunidades Locais		
413-1	Operações com engajamento, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento voltados à comunidade local	Inclusão Digital e Empreendedorismo
413-2	Operações com impactos negativos significativos – reais e potenciais – nas comunidades locais	Inclusão Digital e Empreendedorismo
Avaliação Social de Fornecedores		
414-1	Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais	Consumo e Produtos Responsáveis

414-2	Impactos sociais negativos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas	Consumo e Produtos Responsáveis
Privacidade do Cliente		
418-1	Queixas comprovadas relativas a violação da privacidade e perda de dados de clientes	Segurança e Privacidade de Dados e Satisfação dos Clientes

(f) se o relatório leva em conta ou não os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU

O documento, bem como os padrões de relato que o embasam, conectam as informações reportadas aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS), estabelecidos pela Organização das Nações Unidas (ONU). Entre eles, os considerados materiais para os negócios da Companhia são: (i) trabalho decente e crescimento econômico; (ii) igualdade de gênero; (iii) paz, justiça e instituições eficazes; (iv) erradicação da pobreza; (v) fome zero e agricultura sustentável; (vi) saúde e bem-estar; (vii) energia limpa e acessível; (viii) redução das desigualdades; (ix) cidades e comunidades sustentáveis; (x) ação contra a mudança global do clima; (xi) parcerias e meios de implementação; e (xii) consumo e produção sustentáveis.

(g) se o relatório ou documento considera as recomendações da Força-Tarefa para Divulgações Financeiras Relacionadas às Mudanças Climáticas (TCFD)

Sim, desde 2021 o relatório da Companhia considera as recomendações da Força-Tarefa para Divulgações Financeiras Relacionadas às Mudanças Climáticas (TCFD).

(h) se o emissor realiza inventários de emissão de gases do efeito estufa, indicando, se for o caso, o escopo das emissões inventariadas e a página na rede mundial de computadores onde informações adicionais podem ser encontradas

Sim, a Companhia realiza inventários de emissão de gases de efeito estufa desde 2020. Em 2019, aderiu ao Programa Brasileiro GHG Protocol, do Centro de Estudos em Sustentabilidade da Fundação Getúlio Vargas (FGVces), e desde então, suas emissões de gases de efeito estufa — nos três escopos — estão públicas e podem ser acessadas no link a seguir:

<https://registropublicodeemissoes.fgv.br/estatistica/estatistica-participantes/3190>.

Em 2025, pelo quarto ano consecutivo, o Magalu realizou a verificação do inventário de GEE por uma terceira parte independente. A etapa de verificação coloca o inventário da companhia no nível mais alto de transparência do programa.

(i) explicação do emissor sobre a não realização de auditoria ou revisão sobre as informações ASG divulgadas

A auditoria por parte independente das informações do relatório da Companhia está em curso em 2025, para reporte do exercício 2024.

(a) interesse público que justificou sua criação

Não aplicável, tendo em vista que a Companhia não é sociedade de economia mista.

(b) atuação do emissor em atendimento às políticas públicas, incluindo metas de universalização

Não aplicável, tendo em vista que a Companhia não é sociedade de economia mista.

(c) processo de formação de preços e regras aplicáveis à fixação de tarifas

Não aplicável, tendo em vista que a Companhia não é sociedade de economia mista.

No último exercício social encerrado, não foram feitas aquisições ou alienações de ativo relevantes.

Aumento de Capital Privado

Em 26 de janeiro de 2024, o Conselho de Administração da Companhia aprovou o aumento do capital social da Companhia, dentro do limite do capital autorizado previsto no estatuto social, mediante a emissão, pela Companhia, para subscrição privada de até 641.025.641 ações ordinárias, escriturais e sem valor nominal pela Companhia, ao preço de emissão por ação de R\$ 1,95, no valor total de emissão de até R\$ 1.249.999.999,95 ("**Aumento de Capital Privado**"). Os acionistas da Companhia tiveram o período de 30 dias para exercer o seu direito de preferência na subscrição das ações emitidas, nos termos do artigo 171 da Lei das Sociedades por Ações. Em 21 de março de 2024, o Conselho de Administração da Companhia aprovou a homologação do Aumento de Capital Privado. A totalidade do Aumento de Capital foi destinado à conta de capital social da Companhia.

O Aumento de Capital teve por finalidades (i) a aceleração dos investimentos em tecnologia, incluindo a expansão do Luizalabs e a evolução da plataforma de marketplace, experiência do usuário (UX) e dos serviços de Advertising, Fintech, Fulfillment e Magalu Cloud, e (ii) a otimização da estrutura de capital da Companhia.

Para maiores informações sobre o Aumento de Capital Privado, os acionistas podem consultar o Fato Relevante e o Aviso aos Acionistas datados de 28 de janeiro de 2024, bem como o Aviso aos Acionistas datado de 6 de março de 2024 e o Fato Relevante datado de 22 de março de 2024.

Aumento de Capital por Bonificação

Em 22 de dezembro de 2025, o Conselho de Administração da Companhia aprovou o aumento do capital social da Companhia, dentro do limite do capital autorizado previsto no estatuto social, no valor de R\$ 400.000.000,00, mediante a emissão de 36.949.762 novas ações ordinárias, todas nominativas, escriturais e sem valor nominal, a serem atribuídas aos acionistas a título de bonificação, na proporção de 1 nova ação para cada 20 ações ordinárias possuídas ("**Aumento de Capital**"). O referido aumento foi realizado mediante a capitalização de parte do saldo contábil da Reserva de Incentivos Fiscais da Companhia, conforme registrado no balanço patrimonial em 30 de setembro de 2025. Tiveram direito à bonificação os acionistas titulares de ações na data de corte de 29 de dezembro de 2025, sendo que as ações passaram a ser negociadas "ex-bonificação" a partir de 30 de dezembro de 2025. O custo unitário atribuído às ações bonificadas, conforme o disposto no artigo 10 da Lei nº 9.249, de 26 de dezembro de 1995, conforme alterada, e no §1º do artigo 47 da Instrução Normativa RFB nº 1.585, de 31 de agosto de 2015, foi de R\$ 10,82550951208.

O Aumento de Capital teve por finalidade a capitalização de reservas de incentivos fiscais da Companhia, em conformidade com o artigo 169 da Lei das Sociedades por Ações, permitindo a distribuição gratuita de novas ações aos acionistas e o fortalecimento da estrutura de capital.

Para maiores informações sobre o Aumento de Capital por Bonificação, os acionistas podem consultar o Fato Relevante e o Aviso aos Acionistas datados de 22 de dezembro de 2025.

No exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2024, não houve celebração, extinção ou modificação de acordos de acionistas da Companhia. Não obstante, a Companhia apresenta, a seguir, informações a respeito do acordo de acionistas do qual os acionistas controladores do Magalu são parte;

(a) partes

Wagner Garcia Participações S.A., Luiza Participações S.A., Pelegrino José Donato (já falecido), Luiza Trajano Donato (já falecida), Luiza Helena Trajano Inácio Rodrigues, Onofre de Paula Trajano, Fabrício Bittar Garcia, Flávia Bittar Garcia Faleiros e Franco Bittar Garcia. Na qualidade de Intervenientes Anuentes Therezinha Borges Trajano e LTD Administração e Participações S.A. e MTG Administração, Assessoria e Participações S.A.

(b) data de celebração

O acordo de acionistas foi celebrado pelas partes em 1º de abril de 2011.

(c) prazo de vigência

O acordo de acionistas vigorará pelo prazo de vinte anos, facultada a prorrogação por decisão unânime dos signatários

(d) descrição das cláusulas relativas ao exercício do direito de voto e do poder de controle

Todas as disposições sobre direito de voto no acordo de acionistas indicam que as deliberações serão tomadas pela maioria de votos dos membros do conselho de administração da Companhia ou da assembleia geral da LTD Participações S.A.

(e) descrição das cláusulas relativas à indicação de administradores, membros de comitês estatutários ou de pessoas que assumam posições gerenciais

O acordo de acionistas contém disposição sobre a profissionalização da administração das empresas pertencentes ao Grupo Luiza (incluindo-se a Companhia), nos seguintes termos:

- (i) os administradores serão obrigatoriamente eleitos pela controladora LTD Participações S.A.;
- (ii) a escolha dos administradores recairá, como regra geral, em profissionais não pertencentes e nem ligados às famílias integrantes do Grupo Luiza;
- (iii) como exceção, poderão ser admitidos como administradores os profissionais das famílias integrantes do Grupo Luiza, herdeiros dos acionistas controladores, desde que:
 - (a) apresentem folhas de serviços prestados a empresas integrantes do Grupo Luiza ou outras empresas; e
 - (b) a decisão favorável à contratação seja tomada pela maioria dos membros do Conselho de Administração ou da Assembleia Geral da LTD Participações S.A.

(f) descrição das cláusulas relativas à transferência de ações e à preferência para adquiri-las

O acordo de acionistas prevê regras para a venda de ações das empresas pertencentes ao Grupo Luiza (incluindo-se a Companhia), nos seguintes termos:

- (i) como regra geral, serão realizadas entre os próprios signatários, seus herdeiros e empresas por eles controladas, observado que: (a) serão realizadas proporcionalmente às respectivas participações no capital social; e (b) serão antecedidas de notificação escrita feita pelo acionista que deseja vender suas ações para que os demais acionistas se manifestem no prazo de 90 dias sobre eventual interesse na aquisição das ações;

(ii) excepcionalmente será admitida a venda de ações a terceiros após esgotadas, comprovadamente, as negociações entre os próprios signatários e desde que aprovado pela maioria dos signatários; e

(iii) comprovada a impossibilidade de negociação das ações entre os signatários, por respostas às notificações regularmente feitas ou pelo silêncio diante de tais notificações, o acionista que deseja alienar suas ações notificará os demais signatários de que colocará suas ações à venda, cientificando-os quanto às condições da negociação, tais como quantidade a ser negociada, preços, condições de pagamento e outras inerentes ao negócio, que somente será concretizado com a aprovação pela maioria dos Acionistas.

(g) Descrição das cláusulas que restrinjam ou vinculem o direito de voto dos membros de conselho de administração ou de outros órgãos de fiscalização e controle

Não há cláusulas que restrinjam ou vinculem o direito de voto de membros do conselho de administração ou de outros órgãos de fiscalização e controle da Companhia.

No último exercício social, não houve alterações significativas na forma de condução dos negócios da Companhia.

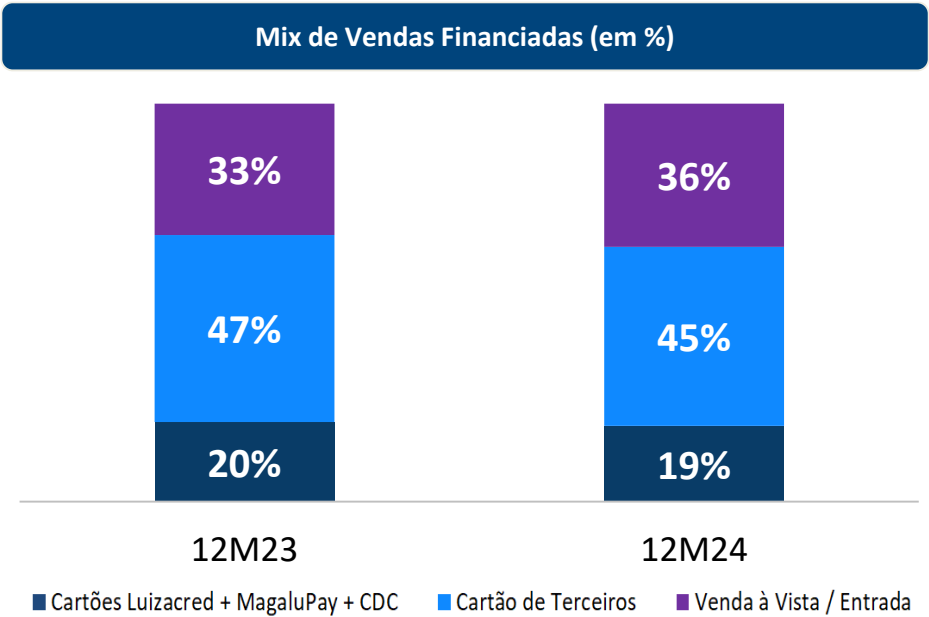
No último exercício social, não foram celebrados contratos relevantes pela Companhia ou pelas suas controladas que não estivessem diretamente relacionados com suas atividades operacionais.

Seguros

A contratação de seguros é compatível com a natureza de nossas atividades e com os riscos envolvidos em nossas operações e com os padrões do setor econômico em que atuamos. Nossos seguros refletem as condições usuais de mercado e abrangem coberturas em escopo e montantes considerados suficientemente adequados por nossa Administração. Contratamos apólices (i) de seguro de Responsabilidade Civil Geral (RCG), (ii) de seguro de Riscos Diversos – Estoques, (iii) de seguro de Veículos/Frota, (iv) de seguro Compreensivo Empresarial, (v) de seguro de Riscos Operacionais e (vi) de D&O. A Companhia mantém contratos de seguros com cobertura determinada por orientação de especialistas levando em conta a natureza e o grau de risco por montantes considerados suficientes para cobrir eventuais perdas sobre seus ativos e/ou responsabilidades.

Formas de Pagamento

Nossos clientes têm à sua disposição uma grande variedade de formas de pagamentos, como cartões de crédito, cartões de débito, cheque, dinheiro e crédito direto ao consumidor. A participação de cada meio de pagamento em nossa receita total bruta é ilustrada abaixo:



Uma das formas de pagamentos para compras dos nossos produtos é o Cartão Luiza, MagaluPay (Conta Digital) e o CDC (Crédito Direto ao Consumidor), que, em 2024, representaram conjuntamente 19% das nossas vendas totais.

Em 2024, a participação das vendas à vista aumentou de 33% para 36% em relação ao mesmo período de 2023. Esse forte aumento está associado ao crescimento da utilização do PIX, com destaque no KaBuM! e no Magalu, contribuindo para a redução das despesas financeiras.

Em comparação, na mesma data, as vendas em cartões de terceiros representaram 45% do valor total das nossas vendas.

Operações Financeiras

Em 2001, a Luizacred foi criada, em parceria com o Itaú Unibanco, para deter a exclusividade dos direitos de comercialização de produtos e serviços financeiros para a nossa base de clientes. Como detemos 50% da participação da Luizacred, beneficiamo-nos de 50% dos lucros e perdas associados a suas operações, e beneficiamo-nos do conhecimento e experiência do Itaú

Unibanco em matéria de aprovação de crédito. Em 2009, celebramos a renovação do contrato da Luizacred, por meio do qual, a Luizacred detém direitos exclusivos de distribuição e venda de produtos e serviços financeiros para a nossa base de clientes por 20 anos, até 31 de dezembro de 2029.

Na Luizacred, o principal papel do Magazine Luiza é a gestão dos colaboradores e o atendimento dos clientes, ao passo que o Itaú Unibanco é responsável pelo funding da Luizacred, elaboração das políticas de crédito e cobrança e atividades de suporte como contabilidade e tesouraria.

Operações de Seguros

Em 2005, foi criada a Luizaseg em parceria com a Cardif, como forma de ampliar o leque de produtos e serviços oferecidos aos nossos clientes. Além de Garantia Estendida para móveis e eletrodomésticos, oferecemos aos nossos clientes o Troca Certa (onde garantimos a troca do produto com defeito até o limite do valor segurado) além de outros seguros individuais tais como Seguro Prestamista (garante o pagamento de prestações de financiamento), seguro de vida, hospitalar, assistência médica, entre outros. Em 2015, a parceria foi estendida por um prazo adicional de 10 anos, com data de término em 2025. Em 11 de maio de 2023 a Companhia celebrou novo acordo operacional e de distribuição (“Novo Acordo Operacional”) com a Luizaseg Seguros S.A. (“Luizaseg”), BNP Paribas Cardif, Cardif do Brasil Vida e Previdência S.A. e Cardif do Brasil Seguros e Garantias S.A. (em conjunto, “Cardif”), visando ao lançamento de novos produtos, especialmente nos canais digitais, e à extensão da parceria para a oferta de seguros para os clientes do Magalu, até dezembro de 2033.

Adicionalmente, o Magalu e a NCVP Participações Societárias S.A., sociedade controlada pela Cardif (“NCVP”) celebraram contrato de compra e venda para a alienação da totalidade da participação detida pelo Magalu na Luizaseg para a NCVP, pelo montante de R\$160.000.000,00 (cento e sessenta milhões de reais) (“Venda da Luizaseg”). Em 31 de outubro de 2023, houve a conclusão da venda da participação acima citada, a qual estava sujeita ao cumprimento de determinadas condições precedentes, incluindo a aprovação pelo Conselho Administrativo de Defesa Econômica – CADE e pela Superintendência de Seguros Privados – SUSEP. A alienação da totalidade da participação detida pela Companhia na Luizaseg Seguros S.A. foi concluída de forma definitiva em 1º de novembro de 2023.

Administração de Consórcios

O Consórcio Luiza está em operação desde 1992, com o objetivo de financiar nossos clientes na aquisição de eletrodomésticos. Atualmente operamos em diversos segmentos de produtos, desde veículos (como automóveis, motos, etc.), eletrodomésticos, serviços (viagens, material de construção, pós-graduação) e imóveis.

Oferecemos consórcios em todas as nossas lojas e operamos com funcionários próprios e através de representantes comerciais. Além disso, a venda de produtos de consórcios pode ser realizada por qualquer funcionário do Magazine Luiza, bastando para isso solicitar acesso ao sistema de vendas.

Práticas sociais

Contamos com um comitê liderado pela presidente do conselho de administração do Magazine Luiza, além de representantes de áreas-chave da companhia, para operacionalizar doações em diversas frentes. Essa instância, que se reúne mensalmente, analisa e aprova os pedidos de doação que chegam à companhia, bem como doações proativas a projetos dedicados a causas caras ao negócio, como o combate à violência contra a mulher. As doações consideram, inclusive, situações de calamidade pública no país, a exemplo das tragédias climáticas enfrentadas pela região sul em 2024.

Os comentários abaixo traduzem a visão e a percepção dos Diretores da Companhia sobre nossos negócios, atividades e desempenho, e levam em consideração nossas demonstrações financeiras consolidadas relativas ao exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2024.

As demonstrações financeiras individuais e consolidadas da Companhia foram elaboradas tomando como base as práticas contábeis adotadas no Brasil, que compreendem as disposições da legislação societária, previstas na Lei nº 6.404/76 e alterações posteriores e as normas internacionais de contabilidade ("IFRS") emitidos pelo *International Accounting Standards Board* ("IASB") e interpretações emitidas pelo *International Financial Reporting Interpretations Committee* ("IFRIC"), implantados no Brasil por meio do Comitê de Pronunciamentos Contábeis ("CPC") e suas interpretações técnicas ("ICPC") e orientações ("OCPC"), aprovados pela Comissão de Valores Mobiliários ("CVM").

Os termos "AH" e "AV" constantes das colunas de determinadas tabelas em geral significam "Análise Horizontal" e "Análise Vertical", respectivamente.

(a) Condições financeiras e patrimoniais gerais

Os diretores entendem que a Companhia apresenta condições financeiras e patrimoniais suficientes para implementar seu plano de negócios e cobrir as necessidades de caixa relacionadas ao financiamento de suas atividades, bem como garantir as suas obrigações dos passivos de curto e de longo prazo. Tais necessidades são suportadas pela capacidade de geração de caixa operacional da Companhia e através de recursos de terceiros.

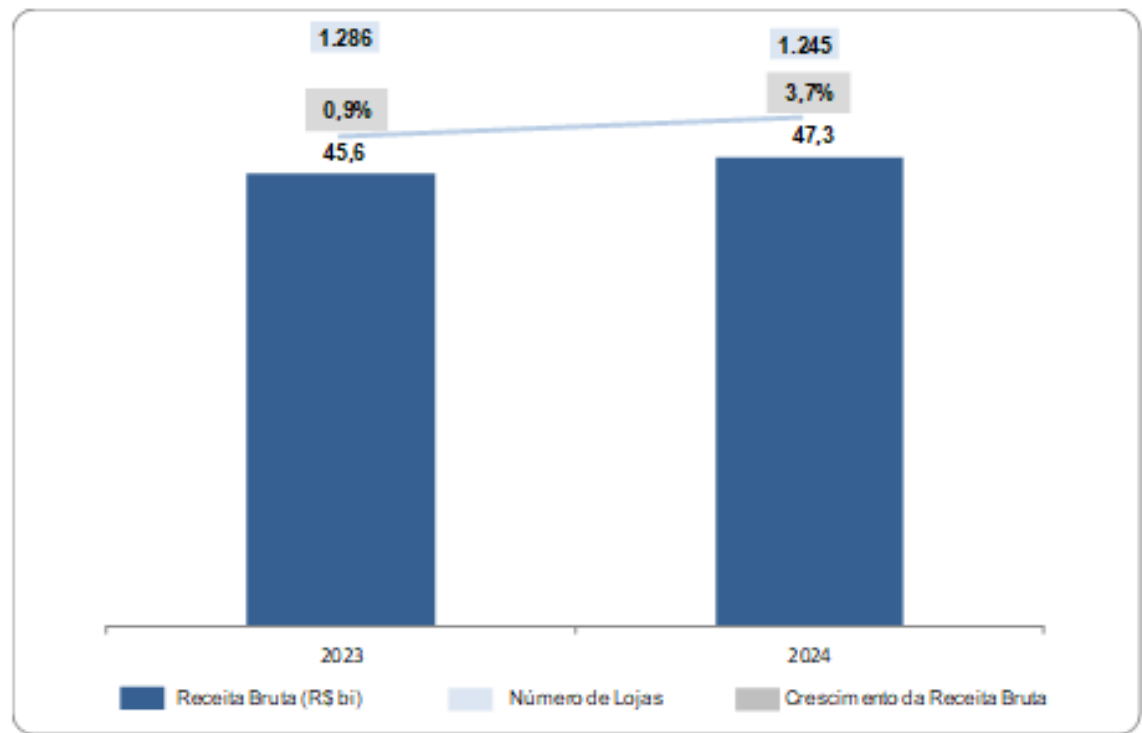
Em 31 de dezembro de 2024, a Dívida Bruta totalizava R\$ 4.582,2 milhões, e o saldo de caixa, equivalentes de caixa, títulos e valores mobiliários e outros ativos financeiros (circulante e não circulante) totalizava R\$ 2.165,1 milhões, perfazendo um Caixa (Dívida) Líquido de (R\$ 2.417,1) milhões, equivalente a -0,8 vezes o EBITDA ajustado de 2024. No mesmo período, o Caixa (Dívida) Líquido Ajustado, considerando recebíveis de cartões de crédito como caixa, totalizou R\$ 3.300,8 milhões, equivalente a 1,1 vezes o EBITDA ajustado de 2024.

Para fins comparativos, em 31 de dezembro de 2023, a Dívida Bruta totalizava R\$ 7.354,9 milhões, e o saldo de caixa e equivalentes de caixa e títulos e valores mobiliários e outros ativos financeiros (circulante e não circulante) totalizava R\$ 3.372,4 milhões, perfazendo um Caixa (Dívida) Líquido de (R\$ 3.982,4) milhões, equivalente a -4,6 vezes o EBITDA LTM. No mesmo período, o Caixa (Dívida) Líquido Ajustado, considerando recebíveis de cartões de crédito como caixa, totalizou R\$ 1.739,6 milhões, equivalente a 2,0 vezes o EBITDA LTM.

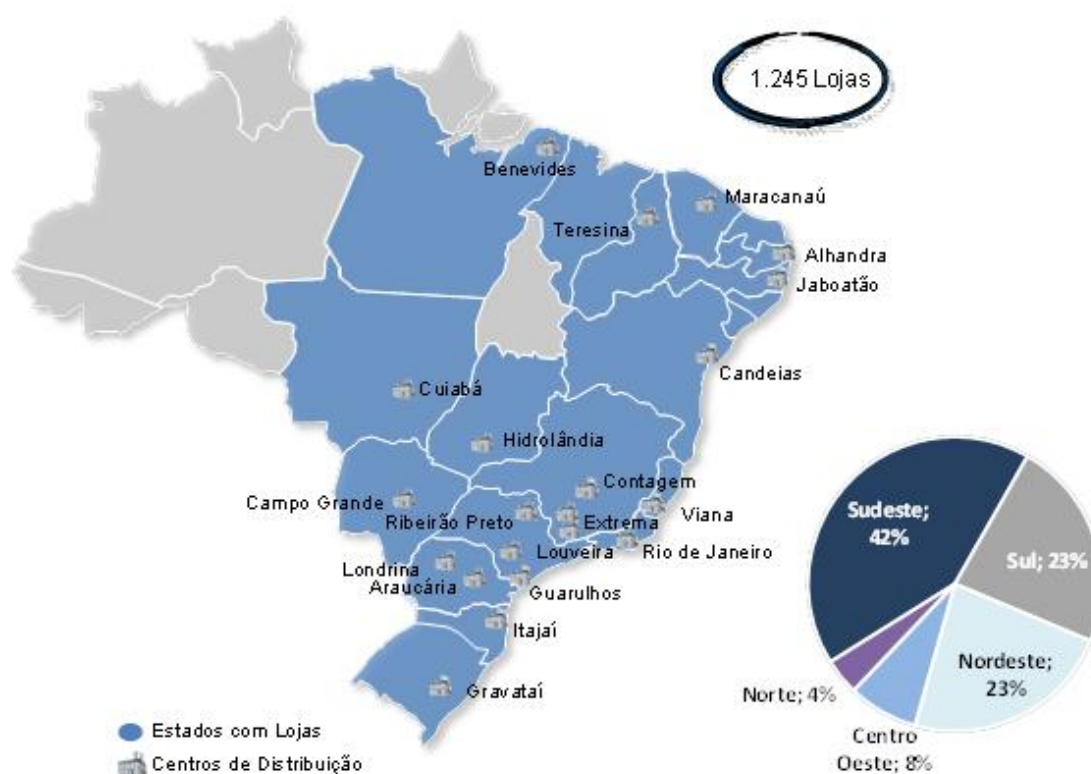
Assim, nosso Caixa (Dívida) Líquido Ajustado passou de R\$ 1.739,6 milhões em 31 de dezembro de 2023 para R\$ 3.300,8 milhões em 31 de dezembro de 2024, um aumento de R\$ 1.561,1 milhões no período. A variação de Caixa (Dívida) Líquido Ajustado foi reflexo de (i) redução de R\$ 2.772,7 milhões no saldo de empréstimos, financiamentos e outros passivos financeiros (circulante e não circulante), que passou de R\$ 7.354,9 milhões em 31 de dezembro de 2023 para R\$ 4.582,2 milhões em 31 de dezembro de 2024, e (ii) redução de R\$1.266,1 milhões no saldo de caixa e equivalentes de caixa e títulos e valores mobiliários e contas a receber de cartões de crédito de terceiros e partes relacionadas, que passou de R\$ 9.094,5 milhões em 31 de dezembro de 2023 para R\$ 7.882,9 milhões em 31 de dezembro de 2024.

Em 31 de dezembro de 2024, o capital de giro ajustado foi negativo em R\$ 3.187,8 milhões, R\$ 369,1 milhões menor que em 31 de dezembro de 2023. A administração atribui essa melhora principalmente ao aumento de R\$ 959,0 milhões no saldo de Fornecedores, apesar do crescimento de R\$ 318,4 milhões no Contas a Receber (excluindo cartões de crédito) e do acréscimo de R\$ 176,0 milhões nos tributos a recuperar de curto prazo ao longo do ano (que, nesse caso, trata-se de uma transferência de saldos do ativo não circulante para o ativo circulante).

(R\$ milhões, exceto %)	Exercício social encerrado em 31 de dezembro de	
	2024	2023
Receita Líquida de Vendas (a)	38.038,1	36.768,1
Impostos e Cancelamentos (b)	9.239,0	8.822,8
Receita Bruta (a) + (b)	47.277,0	45.591,0
Crescimento da Receita Bruta	3,7%	0,9%



O Magazine Luiza é um dos maiores varejistas brasileiros e oferece uma ampla gama de produtos e serviços para brasileiros de todas as classes através do seu ecossistema digital multicanal (dispositivos móveis, site e lojas físicas). No exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2024, a Companhia operava 1.245 lojas, 21 centros de distribuição e 175 unidades de *cross-dockings* estrategicamente localizados em 20 estados brasileiros, contando com uma base de mais de 35 milhões de clientes ativos.



Informações Financeiras e Operacionais Seleccionadas

(R\$ milhões, exceto %)	Exercício social encerrado em 31 de dezembro de	
	2024	2023
Receita bruta	47.277,0	45.591,0
Receita líquida	38.038,1	36.768,1
Lucro bruto	11.627,3	10.163,9
Margem bruta ⁽¹⁾	30,6%	27,6%
Lucro líquido	448,7	-979,1
Margem líquida ⁽²⁾	1,2%	-2,7%
EBITDA ⁽³⁾	2.895,7	870,5
Margem EBITDA ⁽⁴⁾	7,6%	2,4%
Crescimento nas vendas mesmas lojas físicas ⁽⁵⁾	11,7%	4,7%
Crescimento nas vendas E-commerce total ⁽⁶⁾	1,1%	5,1%
Quantidade de lojas - Final do Período	1.245	1.286
Área de Vendas - Final do Período (M²)	686.976	716.298

(1) A margem bruta é calculada pelo lucro bruto dividido pela receita líquida de vendas.

(2) A margem líquida é calculada pelo lucro líquido dividido pela receita líquida de vendas.

(3) O EBITDA consiste no lucro líquido (prejuízo) da Companhia, acrescido do resultado financeiro líquido, do imposto de renda e da contribuição social, e dos custos e despesas com depreciação e amortização. O EBITDA não é uma medida reconhecida pelas práticas contábeis adotadas no Brasil ou pelas Normas Internacionais de Relatórios Financeiros ("IFRS"). Para a reconciliação do EBITDA para o lucro líquido, vide seção "2.5 – Medições não contábeis".

(4) A margem EBITDA é calculada pelo EBITDA dividido pela receita líquida de vendas.

(5) Inclui as vendas de lojas convencionais e lojas virtuais da Companhia abertas a mais de 12 meses.

(6) Inclui as vendas do e-commerce tradicional (com estoque próprio) e as vendas na plataforma de marketplace

(b) Estrutura de capital

No exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2024, a estrutura de capital da Companhia era composta de aproximadamente 29% de capital de terceiros e 71% de capital próprio.

Em 31 de dezembro de 2024, o patrimônio líquido da Companhia totalizava R\$ 11.319,3 milhões, enquanto a Dívida Bruta era de R\$ 4.582,2 milhões e o Caixa Líquido Ajustado era de R\$ 3.300,8 milhões. A Companhia possui, portanto, liquidez necessária para conduzir suas operações.

A tabela abaixo ilustra a estrutura de capital:

(R\$ milhões, exceto %)	Exercício social encerrado em 31 de dezembro de	
	2024	2023
Dívida Bruta ⁽¹⁾	(4.582,2)	(7.354,9)
Caixa (Dívida) Líquido ⁽²⁾	(2.417,1)	(3.982,4)
Caixa (Dívida) Líquido Ajustado	3.300,8	1.739,6
Patrimônio Líquido	11.319,3	9.610,5

(1) Dívida Bruta corresponde ao saldo de empréstimos, financiamentos e outros passivos financeiros (circulante e não circulante). A Dívida bruta não é medida reconhecida pelas práticas contábeis adotadas no Brasil nem pelas Normas Internacionais de Relatório Financeiro – International Financial Reporting Standards (IFRS), emitidas pelo International Accounting Standard Board (IASB), razão pela qual não possui significado padrão.

(2) O Caixa (Dívida) Líquido é calculado como o saldo de empréstimos, financiamentos e outros passivos financeiros (circulante e não circulante) (Dívida Bruta) subtraído do saldo do caixa e equivalentes de caixa, títulos e valores mobiliários e outros ativos financeiros (circulantes e não circulantes). O Caixa (Dívida) Líquido não é uma medida contábil reconhecida pelas práticas contábeis adotadas no Brasil nem pelas Normas Internacionais de Relatório Financeiro – International Financial Reporting Standards (IFRS). Para mais informações, vide item 2.5 deste Formulário de Referência.

(3) O patrimônio líquido representa o capital próprio.

Com base em seu conhecimento e experiência profissional, a Diretoria entende que a atual estrutura de capital apresenta hoje níveis adequados de alavancagem.

(c) Capacidade de pagamento em relação aos compromissos financeiros assumidos

Cumprimos todas as nossas obrigações financeiras até a data desta Proposta da Administração, bem como mantivemos assiduidade nos pagamentos desses compromissos. Nos últimos exercícios sociais, nossas necessidades de recursos foram suportadas basicamente por nossa capacidade de geração de caixa operacional e através de recursos de terceiros.

Considerando o perfil de nosso endividamento e nosso fluxo de caixa, acreditamos que temos liquidez e recursos de capital suficientes para cobrir nossos custos, despesas operacionais e financeiras, dívidas e investimentos, embora nós não possamos garantir que tal situação permanecerá inalterada. Caso entendamos necessário contrair empréstimos para financiar nossas atividades e investimentos, acreditamos ter capacidade para contratá-los.

No exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2024, a Companhia registrou um EBITDA de R\$ 2.895,7 milhões, representando uma margem EBITDA de 7,6%. O resultado líquido foi positivo em R\$ 448,7 milhões. Excluindo os efeitos não recorrentes, o EBITDA ajustado de 2024 totalizou R\$ 2.962,2 milhões, com uma margem EBITDA ajustada de 7,8%.

No exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2024, o fluxo de caixa gerado pelas atividades operacionais foi de R\$ 15.835,3 milhões e a visão ajustada pelo saldo de fornecedores convênio e pelos recebíveis de cartão de crédito atingiu R\$ 3,1 bilhões. A Dívida Bruta da Companhia era de R\$ 4.582,2 milhões e o caixa líquido ajustado totalizou R\$ 3.300,8 milhões, representando 1,1x vezes o EBITDA Ajustado do mesmo período. Ademais, ao final do exercício social de 2024, 69,4% da Dívida Bruta da Companhia consistia em empréstimos e financiamentos não circulantes (longo prazo).

(R\$ milhões, exceto %)	Exercício social encerrado em 31 de dezembro de	
	2024	2023
Fluxo de Caixa gerado pelas atividades operacionais	15.835,3	15.903,2
Fluxo de Caixa Ajustado gerado pelas atividades operacionais	3.052,6	223,1
Dívida Bruta ⁽¹⁾	(4.582,2)	(7.354,9)
Caixa (Dívida) Líquido ⁽²⁾	(2.417,1)	(3.982,4)
Caixa (Dívida) Líquido Ajustado ⁽³⁾	3.300,8	1.739,6
Dívida Bruta – circulante (curto prazo)	30,6%	40,2%
Dívida Bruta – não circulante (longo prazo)	69,4%	59,8%
Caixa (Dívida) Líquido Ajustado / EBITDA Ajustado	1,1 x	0,8 x

(1) Corresponde ao saldo de empréstimos e financiamentos e outros passivos financeiros (circulante e não circulante)

(2) O Caixa (dívida) líquido ajustado refere-se ao saldo de empréstimos, financiamentos e outros passivos financeiros (Dívida Bruta) subtraída do caixa e equivalentes de caixa, títulos e valores mobiliários e outros ativos financeiros (circulantes e não circulantes) e do contas a receber de cartões de crédito não descontado (terceiros e de partes relacionadas). O caixa (dívida) líquido ajustado não é uma medida contábil reconhecida pelas práticas contábeis adotadas no Brasil nem pelas Normas Internacionais de Relatório Financeiro – International Financial Reporting Standards (IFRS). Para a reconciliação da dívida líquida com a Dívida Bruta, vide a seção “2.5 – Medições não contábeis”.

(3) Corresponde à divisão do Caixa (Dívida) Líquido Ajustado pelo EBITDA.

(d) fontes de financiamento para capital de giro e para investimentos em ativos não circulantes utilizadas

Nosso capital de giro é financiado pela geração de caixa da Companhia e, quando necessário, por recursos de terceiros. Nossos ativos operacionais de curto prazo são compostos, principalmente, pelos estoques, contas a receber e impostos a recuperar, a maior parte decorrente de ICMS substituição tributária. Do lado passivo, contamos principalmente com nossos fornecedores de mercadorias para revenda, que inclui os valores relacionados a títulos negociados pelos fornecedores por meio de convênios firmados pela Companhia com bancos parceiros (saldo “Fornecedores – convênio”, apresentado de forma segregada no balanço patrimonial). Vale ressaltar que esse tipo de negociação mantém a essência de uma transação mercantil e, por isso, deve ser classificado como um passivo operacional.

Para o financiamento de nossos investimentos em ativos não circulantes, contamos com geração de caixa e financiamentos de longo prazo com instituições financeiras de primeira linha. A tabela abaixo apresenta o nosso capital de giro:

(R\$ milhões, exceto %)	Exercício social encerrado em 31 de dezembro de	
	2024	2023
Ativo Circulante	19.550,8	20.221,2
Passivo Circulante	16.710,6	17.408,1
Capital de Giro ⁽¹⁾	2.077,4	2.395,0
Capital de Giro Ajustado ⁽²⁾	(3.187,8)	2.818,7
Capital Fixo ⁽³⁾	11.659,0	11.198,0

(1) O Capital de Giro não é uma medida contábil reconhecida pelas práticas contábeis adotadas no Brasil nem pelas Normas Internacionais de Relatório Financeiro – International Financial Reporting Standards (IFRS) e não possui significado padrão. Para mais informações, vide item 2.5 deste Formulário de Referência.

(2) O Capital de Giro Ajustado refere-se ao Capital de Giro menos o saldo de contas a receber de cartões de crédito terceiros e de partes relacionadas. O Capital de Giro Ajustado não é uma medida contábil reconhecida pelas práticas contábeis adotadas no Brasil nem pelas Normas Internacionais de Relatório Financeiro – International Financial Reporting Standards (IFRS). Para mais informações, vide item 2.5 deste Formulário de Referência.

(3) O Capital Fixo não é uma medida contábil reconhecida pelas práticas contábeis adotadas no Brasil nem pelas Normas Internacionais de Relatório Financeiro – International Financial Reporting Standards (IFRS). Para mais informações, vide item 2.5 deste Formulário de Referência.

(e) fontes de financiamento para capital de giro e para investimentos em ativos não circulantes que pretende utilizar para cobertura de deficiências de liquidez

Os nossos Diretores acreditam que a nossa geração de caixa operacional é suficiente para cumprir as obrigações de capital de giro e passivo circulante. Havendo eventuais divergências entre as disponibilidades com montantes vincendos no curto prazo, contamos também com linhas de crédito nos principais bancos comerciais de primeira linha atuantes no país

(f) níveis de endividamento e as características de tais dívidas, descrevendo ainda:

(i) contratos de empréstimo e financiamento relevantes

Nosso endividamento é composto por contratos de empréstimos e financiamentos com instituições financeiras, cuja finalidade principal é prover recursos para nossos investimentos, como: aberturas de novas lojas, investimentos em tecnologia e logística, além do alongamento do endividamento da Companhia. Em 31 de dezembro de 2024, os nossos empréstimos e financiamentos (circulante e não circulante) apresentavam saldo de R\$ 4.582,2 milhões, respectivamente.

A tabela abaixo apresenta as principais características das operações como, taxa de juros e o saldo devedor em cada data-base indicada (demonstrações financeiras consolidadas):

Modalidade	Taxas Contratuais	Vencimento	Em 31 de dezembro de	
			2024	2023
			(em R\$ mil)	
Notas Promissórias	100% do CDI + 1,25% a.a.	abr/24	0	2.041.610
Debêntures	100% do CDI + 1,25% a 2,5% a.a.	dez/28	4.581.387	5.310.568
Outros	113,5% do CDI	out/25	773	2.677
Total			4.582.160	7.354.855
Passivo Circulante			1.402.168	2.954.347
Passivo não Circulante			3.179.992	4.400.508

A seguir, apresentamos uma breve descrição das debêntures e notas promissórias da Companhia e suas investidas na data base de 31 de dezembro de 2024:

Debêntures

- 12ª Emissão**

Em 2 de agosto de 2024, a Companhia realizou a sua 12ª emissão de debêntures simples, não conversíveis em ações, para distribuição pública com esforços restritos de distribuição, por meio da qual foram emitidas 300.000 debêntures, com valor nominal unitário de R\$ 1 mil, totalizando, na data de emissão, o valor de R\$ 300 milhões, destinados ao aumento de capital da LuizaCred S.A. Sociedade de Crédito, Financiamento e Investimento.

As debêntures têm prazo de vencimento de 730 dias, vencendo, portanto, em 5 de agosto de 2026. As debêntures não terão seu valor nominal unitário atualizado e renderão juros remuneratórios, calculados a partir da primeira Data de Integralização, equivalentes a 100% da variação acumulada das taxas médias diárias dos DI – Depósitos Interfinanceiros de um dia, over extra grupo, expressa na forma percentual ao ano, base 252 dias úteis, calculada e divulgada diariamente pela B3, acrescida exponencialmente de sobretaxa de 2,50% ao ano, base 252 dias úteis.

Diferentemente de emissões anteriores, as debêntures contam com garantia real, constituída por alienação fiduciária das ações da LuizaCred, representando 50% do capital social da empresa na data de assinatura do contrato de alienação fiduciária.

A amortização do Valor Nominal Unitário será realizada em parcela única na Data de Vencimento. A escritura de emissão contém cláusulas usuais de vencimento antecipado, resgate antecipado facultativo e oferta de resgate antecipado, garantindo flexibilidade à Companhia e proteção aos debenturistas.

A escritura de emissão contém cláusulas usuais de vencimento antecipado.

Em 31 de dezembro de 2024, o saldo em aberto destes títulos era de R\$314,9 milhões.

- 1ª Emissão - Kabum!

Em 13 de julho de 2022, a KaBum Comércio Eletrônico S.A. (“KaBum”), controlada da Companhia, realizou a sua 1ª emissão de debêntures simples, não conversíveis em ações, para distribuição pública com esforços restritos de distribuição, por meio da qual foram emitidas 400.000 debêntures, com valor nominal unitário de R\$ 1,0 mil, totalizando, na data de emissão, o valor de R\$400 milhões, destinado à otimização do fluxo de caixa no curso e gestão ordinária dos negócios da KaBum. As debêntures têm prazo de vencimento de 1.096 dias, vencendo, portanto, em 13 de julho de 2025. As debêntures não terão seu valor nominal unitário atualizado e renderão juros remuneratórios, calculados a partir da primeira Data de Integralização, equivalentes a 100% da variação acumulada das taxas médias diárias dos DI – Depósitos Interfinanceiros de um dia, over extra grupo, expressa na forma percentual ao ano, base 252 dias úteis, calculada e divulgada diariamente pela B3 S.A – Brasil, Bolsa, Balcão (“B3”), no informativo diário disponível em sua página na internet, acrescida exponencialmente de sobretaxa de 1,25% ao ano, base 252 Dias Úteis. As debêntures contam com garantia fidejussória prestada pela Companhia, nos termos do artigo 58, §1º, da Lei das Sociedades por Ações. A amortização do Valor Nominal Unitário ou do saldo do Valor Nominal Unitário, conforme o caso, será realizada em uma única parcela na Data de Vencimento ou na Data de Amortização Antecipada Facultativa, se for o caso.

A escritura de emissão contém cláusulas usuais de vencimento antecipado.

Em 31 de dezembro de 2024, o saldo em aberto destes títulos era de R\$ 422,1 milhões.

- 11ª Emissão

Em 23 de dezembro de 2021, a Companhia realizou a sua 11ª emissão de debêntures simples, não conversíveis em ações, para distribuição pública com esforços restritos de distribuição, por meio da qual foram emitidas 2.000.000 debêntures, com valor nominal unitário de R\$ 1,0 mil, totalizando, na data de emissão, o valor de R\$ 2.000 milhões, destinado para otimização do fluxo de caixa no curso e gestão ordinária dos negócios da Companhia.

As debêntures têm prazo de vencimento de 1.826 dias, vencendo, portanto, em 23 de dezembro de 2026. As debêntures não terão seu valor nominal unitário atualizado e renderão juros remuneratórios, calculados a partir da primeira Data de Integralização, equivalentes a 100% da variação acumulada das taxas médias diárias dos DI – Depósitos Interfinanceiros de um dia, over extra grupo, expressa na forma percentual ao ano, base 252 dias úteis, calculada e divulgada diariamente pela B3, no informativo diário disponível em sua página na internet, acrescida exponencialmente de sobretaxa de 1,25% ao ano, base 252 Dias Úteis. As Debêntures contam com garantia flutuante, nos termos do artigo 58, §1º, da Lei das Sociedades por Ações. A amortização do Valor Nominal Unitário ou do saldo do Valor Nominal Unitário, conforme o caso, será realizada em 2 (duas) parcelas, devidas em 23 de dezembro de 2025 e na Data de Vencimento, de acordo com a tabela da Escritura de Emissão.

2º Aditamento à Escritura de Emissão:

1. **Data de Vencimento:** A nova data de vencimento das debêntures passou para 23 de outubro de 2028, resultando em um prazo total de 2.496 dias contados da data de emissão.
2. **Remuneração:** A partir de 27 de dezembro de 2024, a sobretaxa aplicada à remuneração passou de 1,25% para 1,75% ao ano, somada à variação da Taxa DI, base 252 dias úteis.
3. **Cronograma de Amortização:** A amortização será realizada em 8 parcelas trimestrais, iniciando em 23 de janeiro de 2027 e terminando na nova data de vencimento.
4. **Exclusão da Garantia Flutuante:** As debêntures agora são da espécie quirografária, conforme alteração da Cláusula 4.4.
5. **Inclusão de Negative Pledge:** Proibição de criação de gravames sobre os ativos da Companhia sem prévia anuência dos debenturistas, exceto para arrendamento mercantil e financiamento de aquisição de ativos.

A escritura de emissão mantém cláusulas usuais de vencimento antecipado e as novas disposições foram ratificadas na Assembleia Geral de Debenturistas realizada em 27 de dezembro de 2024.

Em 31 de dezembro de 2024, o saldo em aberto deste contrato era de R\$2.005,2 milhões.

- 10ª Emissão

Em 14 de outubro de 2021, a Companhia realizou a sua 10ª emissão de debêntures simples, não conversíveis em ações, para distribuição pública com esforços restritos de distribuição, por meio da qual foram emitidas 2.000.000 debêntures, com valor nominal unitário de R\$ 1,0 mil, totalizando, na data de emissão, o valor de R\$2.000 milhões, destinado para otimização do fluxo de caixa no curso e gestão ordinária dos negócios da Companhia. As debêntures têm prazo de vencimento de 1.827 dias, vencendo, portanto, em 15 de outubro de 2026. As debêntures não terão seu valor nominal unitário atualizado e renderão juros remuneratórios, calculados a partir da primeira Data de Integralização, equivalentes a 100% da variação acumulada das taxas médias diárias dos DI – Depósitos Interfinanceiros de um dia, over extra grupo, expressa na forma percentual ao ano, base 252 dias úteis, calculada e divulgada diariamente pela B3, no informativo diário disponível em sua página na internet, acrescida exponencialmente de sobretaxa de 1,25% ao ano, base 252 Dias Úteis. As debêntures não contam com qualquer tipo de garantia. A amortização do Valor Nominal Unitário ou do saldo do Valor Nominal Unitário, conforme o caso, será realizada em duas parcelas, devidas em 15 de outubro de 2025 e na Data de Vencimento ou na Data de Amortização Antecipada Facultativa, se for o caso.

A escritura de emissão contém cláusulas usuais de vencimento antecipado.

Em 31 de dezembro de 2024, o saldo em aberto deste contrato era de R\$1.918,6 milhões.

- 9ª Emissão

Em 15 de janeiro de 2021, a Companhia realizou a sua 9ª emissão de debêntures simples, não conversíveis em ações, para distribuição pública com esforços restritos de distribuição, por meio da qual foram emitidas 800.000 debêntures, com valor nominal unitário de R\$ 1,0 mil, totalizando, na data de emissão, o valor de R\$800 milhões, destinado para a otimização do fluxo de caixa no curso e gestão ordinária dos negócios da Companhia.

As debêntures possuíam prazo de vencimento de 1.095 dias, vencendo, portanto, em 15 de janeiro de 2024. Na data de vencimento, o saldo em aberto do contrato foi integralmente quitado, não havendo valores pendentes em 31 de dezembro de 2024.

Notas Promissórias Comerciais

- 5ª Emissão

Em 30 de abril de 2021, a Companhia promoveu a sua 5ª emissão de Notas Promissórias Comerciais, em série única no valor total de R\$1.500 milhões, tendo emitido um total de 1.500 notas comerciais com valor unitário de R\$1 milhão mediante taxa de juros equivalentes a 100,00% da variação acumulada das taxas médias diárias dos DI – Depósitos Interfinanceiros de um dia, over extra grupo, expressa na forma percentual ao ano, base 252 dias úteis, calculada e divulgada diariamente pela B3, no informativo diário disponível em sua página na internet, acrescida exponencialmente de sobretaxa de 1,25% ao ano, base 252 Dias Úteis.

Esta emissão ocorreu sem garantia, com esforços restritos de colocação, no âmbito da Instrução CVM 476. Conforme estabelecido em contrato, a amortização do valor nominal unitário das Notas Promissórias foi realizada integralmente em 29 de abril de 2024.

Em 31 de dezembro de 2023, o saldo em aberto deste contrato era de R\$ 2.092,0 milhões, sendo integralmente quitado na data de vencimento, em 29 de abril de 2024, não havendo saldo em aberto em 31 de dezembro de 2024.

(ii) outras relações de longo prazo mantidas com instituições financeiras

Em 31 de dezembro de 2024, não possuíamos qualquer outra operação de longo prazo com instituições financeiras, além daquelas mencionadas no item anterior. No entanto, mantemos relações comerciais com os principais agentes financeiros no mercado, visando ao pronto acesso a linhas de crédito para financiamento de investimentos e eventuais demandas de capital de giro. Adicionalmente, firmamos com o Itaú Unibanco e com o Banco Itaucard S.A. um Acordo de Associação relativo à operação da Luizacred, nossa controlada em conjunto financeira.

Por fim, a Companhia informa que possuía um Acordo com a Cardif relativo à operação da Luizaseg Seguros S.A., então controlada em conjunto pela Companhia. Em 1º de novembro de 2023, a Companhia concluiu de forma definitiva a alienação da totalidade da participação detida nessa sociedade para a NCVP Participações Societárias S.A.

(iii) grau de subordinação entre as dívidas da Companhia

As debêntures da 12ª emissão possuem garantia real, enquanto as debêntures da 11ª emissão anteriormente contavam com garantia flutuante, posteriormente excluída no 2º Aditamento à Escritura de Emissão, tornando-as quirografárias. Já as debêntures da 10ª emissão e a 1ª emissão do Kabum Comércio Eletrônico S.A. (com garantia fidejussória do Magazine Luiza S.A.) são quirografárias. Dessa forma, em eventual concurso universal de credores, a subordinação entre as

obrigações registradas no passivo exigível seguirá a ordem prevista na Lei 11.101, de 9 de fevereiro de 2005, conforme em vigor:

(iv) restrições impostas à Companhia, em especial, em relação a limites de endividamento e contratação de novas dívidas, à distribuição de dividendos, à alienação de ativos, à emissão de novos valores mobiliários e à alienação de controle societário, bem como se o emissor vem cumprindo essas restrições.

Como indicado no item (i) acima, em 31/12/2024, as debêntures emitidas pela Companhia e sua controlada KaBum representavam, substancialmente, o endividamento da Companhia.

Como será detalhado a seguir, tais emissões de debêntures possuem *covenants* financeiros e não financeiros, que impõem limites à contratação de novas dívidas, à distribuição de dividendos, à alienação de ativos, à emissão de novos valores mobiliários e à alienação de controle societário. Com relação às emissões em aberto na data base de 31 de dezembro de 2024, indicamos o que se segue:

Covenants Financeiros

As debêntures da 12ª emissão, 11ª emissão, 10ª emissão e 1ª emissão de debêntures do Kabum!, cujos saldos devedores em 31/12/2024 eram, respectivamente, de R\$ 315 milhões, R\$ 2.005 milhões, R\$ 1.919 milhões e R\$ 422 milhões, possuem cláusulas de manutenção de índices financeiros, sendo exigido que a Companhia mantenha a relação Dívida Financeira Líquida Ajustada / EBITDA Ajustado igual ou inferior a 3,0 vezes.

Esse indicador é apurado trimestralmente e monitorado pelo Agente Fiduciário, conforme previsto nas escrituras de emissão das debêntures.

- Valor limite acordado com os credores: $\leq -3,0x$
- Valor realizado no último período: 1,1x, conforme detalhado na tabela a seguir:

Financeiros					
Companhia	Instrumento	Emissão	Vencimento	Dívida Financeira Líquida Ajustada/Ebitda Ajustado	
				Contratado	Apurado
Magazine Luiza	9º Emissão de debênture	15/01/2021	15/01/2024 (quitada)	-3,0x	1,1x
Magazine Luiza	5º Emissão de nota promissória	30/04/2021	29/04/2024 (quitada)	-3,0x	1,1x
Magazine Luiza	10º Emissão de debênture	14/10/2021	15/10/2026	-3,0x	1,1x
Magazine Luiza	11º Emissão de debênture	23/12/2021	23/12/2028	-3,0x	1,1x
Magazine Luiza	12º Emissão de debênture	05/08/2024	05/08/2026	-3,0x	1,1x
Kabum!	1º Emissão de debênture	13/07/2022	13/07/2025	-3,0x	1,1x

O descumprimento deste *covenant* financeiro pode levar ao vencimento antecipado das debêntures, conforme estipulado na escritura de emissão.

Cláusulas de vencimento antecipado cruzado

As debêntures da 12ª emissão, 11ª emissão, 10ª emissão e 1ª emissão de debêntures do Kabum! incluem cláusulas de vencimento antecipado cruzado ("*cross default*"), que podem ser acionadas caso a Companhia ou outras entidades do grupo econômico descumpram obrigações financeiras de outros contratos. Esse mecanismo estabelece que a decretação do vencimento antecipado decorrente do inadimplemento de obrigações assumidas por uma determinada sociedade, em valor individual ou agregado superior a R\$ 50 milhões, pode gerar a decretação de vencimento antecipado de dívidas de outras sociedades do mesmo grupo econômico, com prazo de cura de 10 dias.

- Percentual do endividamento financeiro sujeito à cláusula: 100%
- Contratos que podem acionar essa cláusula: 11ª Emissão (R\$ 2.005 milhões), 10ª Emissão (R\$ 1.919 milhões), 12ª Emissão de Debêntures (R\$ 315 milhões) e 1ª Emissão do Kabum (R\$ 422 milhões)

Caso ocorra o vencimento antecipado de um contrato relevante, a Companhia poderá ser obrigada a reembolsar integralmente as debêntures antes do prazo final.

Restrição à distribuição de dividendos

A Companhia está sujeita a restrições quanto à distribuição de dividendos e pagamento de juros sobre capital próprio caso esteja inadimplente com suas obrigações financeiras.

Além disso, a 1ª emissão de debêntures do Kabum, cujo saldo devedor em 31/12/2024 era de R\$ 422 milhões, impõe a mesma restrição à Fiadora (Magazine Luiza S.A.), que não poderá distribuir dividendos se estiver inadimplente com suas obrigações previstas na escritura de emissão.

Restrição à alienação de ativos

A 12ª emissão de debêntures, cujo saldo devedor era de R\$ 315 milhões em 31/12/2024, conta com garantia real, constituída pela alienação fiduciária das ações da LuizaCred, impedindo a

Companhia de dispor dessas ações sem a devida substituição da garantia ou anuência dos debenturistas.

Restrição à alienação de controle societário

As escrituras das debêntures da 12ª emissão, 11ª emissão, 10ª emissão e 1ª emissão de debêntures do Kabum impõem restrições à mudança no controle acionário da Companhia.

Caso ocorra uma alteração no controle acionário da Emissora e/ou uma alteração no controle indireto de suas Controladas Relevantes, a Companhia deverá obter o consentimento prévio de 75% dos debenturistas, reunidos em Assembleia Geral de Debenturistas (AGD) especialmente convocada para esse fim.

Se a mudança de controle ocorrer sem essa aprovação, o Agente Fiduciário poderá convocar uma Assembleia para deliberar sobre a exigência de pagamento imediato das debêntures.

Além disso, fusões, cisões, incorporações ou qualquer reorganização societária que resulte na alteração do controle também estarão sujeitas à anuência dos debenturistas.

Cumprimento das restrições

Até a presente data, a Companhia vem cumprindo integralmente todas as restrições financeiras e contratuais previstas nas escrituras de emissão de debêntures.

Na tabela a seguir, estão especificadas, em maior detalhe, as cláusulas restritivas comentadas acima, impostas à Companhia e às suas controladas, conforme aplicável, entre outras cláusulas usuais de mercado:

Instrumento	Covenants
12ª Emissão de Debêntures 11ª Emissão de Debêntures 10ª Emissão de Debêntures 1º Emissão de Debêntures Kabum!	As debêntures serão consideradas antecipadamente vencidas na ocorrência dos seguintes casos: (i) inadimplemento, pela Emissora, no prazo e na forma devidos, de qualquer obrigação pecuniária relacionada às Debêntures, não sanada no prazo de 1 (um) Dia Útil da data em que se tornou devida (ii) caso a Companhia não mantenha a relação Dívida Financeira Líquida Ajustada(1) / EBITDA Ajustado(2) não superior a 3,0 vezes, sendo apurada trimestralmente, levando em consideração, para cálculo do EBITDA, o desempenho acumulado nos últimos 12 meses da data do encerramento dos demonstrativos financeiros; (iii) pedido de recuperação extrajudicial ou judicial formulado (i) pela Emissora; e/ou (ii) por quaisquer de suas controladas, diretas ou indiretas, independentemente de deferimento pelo juízo competente; (iv) extinção, liquidação, insolvência, dissolução, pedido de autofalência, pedido de falência não elidido no prazo legal, ou decretação de falência ou de qualquer evento análogo, da Emissora e/ou de sociedades controladas pela Emissora que representem um valor igual ou superior a 10% do EBITDA da Emissora, na forma prevista pela Instrução da CVM n.º 527, de 04 de outubro de 2012 ("Instrução CVM 527"), conforme alterada, observadas as últimas demonstrações financeiras anuais da Emissora ("Controladas Relevantes"); (v) realizar a distribuição de dividendos, pagamento de juros sobre o capital próprio ou a realização de quaisquer outros pagamentos a seus acionistas, caso a Emissora esteja em mora com quaisquer de suas obrigações pecuniárias ou não pecuniárias relativas às Debêntures, observado o prazo de cura estabelecido na Escritura de Emissão, ressalvado, entretanto, o pagamento do dividendo mínimo obrigatório previsto no artigo 202 da Lei das Sociedades por Ações, que não configura Evento de Vencimento Antecipado; (vi) redução de capital social da Emissora com finalidade diversa da absorção de prejuízos, sem a prévia anuência de 75% (setenta e cinco por cento) dos Debenturistas reunidos em AGD especialmente convocada para esse fim; (vii) mudança do acionista controlador direto ou indireto da Emissora, conforme definido no artigo 116 da Lei das Sociedades por Ações; (viii) declaração de vencimento antecipado de quaisquer obrigações financeiras a que estejam sujeitas a Emissora e/ou qualquer de suas controladas, no mercado local ou internacional, individual ou agregado, superior a R\$50.000.000,00 (cinquenta milhões de reais); (ix) protestos legítimos e incontestáveis de títulos de crédito contra a Emissora e/ou contra qualquer de suas controladas, cujo valor, individual ou em conjunto, seja superior a R\$50.000.000,00 (cinquenta milhões de reais), ou seu equivalente em outras moedas, salvo se o protesto tiver sido efetuado por erro ou má fé de terceiros, desde que validamente comprovado pela Emissora ao Agente Fiduciário, ou se for cancelado, em qualquer hipótese, no prazo de 10 (dez) Dias Úteis, contados da data em que a Emissora e/ou qualquer de suas controladas tiver ciência da respectiva ocorrência; (x) não cumprimento de qualquer decisão ou sentença judicial transitada em julgado ou arbitral definitiva contra a Emissora, em valor unitário ou agregado igual ou superior a R\$50.000.000,00 (cinquenta milhões de reais), ou seu valor equivalente em outras moedas no prazo legal ou no prazo determinado pela sentença ou decisão acima referida; (xi) não renovação, cancelamento, intervenção, revogação ou suspensão das autorizações, concessões, subvenções, alvarás ou licenças, inclusive as ambientais, exigidas para o regular exercício das atividades desenvolvidas pela Emissora e/ou qualquer de suas controladas que afete de forma relevante a situação reputacional e/ou o exercício das atividades desenvolvidas pela Emissora e/ou qualquer de suas controladas, exceto se, dentro do prazo de 20 (vinte) dias a contar da data de tal não renovação, cancelamento, revogação ou suspensão, a Emissora e/ou qualquer de suas controladas comprovar a existência de provimento

	jurisdicional autorizando a regular continuidade das atividades da Emissora e/ou qualquer de suas controladas, conforme o caso, até a renovação ou obtenção da referida licença ou autorização; (xii) a Emissora transferir ou por qualquer forma ceder a terceiros qualquer obrigação relacionada às Debêntures, sem a prévia anuência de 90% (noventa por cento) dos Debenturistas em AGD especialmente convocada para esse fim; (xiii) incorporação, inclusive incorporação de ações, cisão, fusão, venda de participação societária ou qualquer outra forma de reorganização societária, que resulte na alteração do controle acionário da Emissora e/ou alteração do controle indireto de qualquer das suas Controladas Relevantes, salvo se houver o prévio consentimento de 75% (setenta e cinco por cento) dos Debenturistas reunidos em AGD convocada especificamente para esse fim; (xiv) caso a presente Escritura de Emissão seja revogada, rescindida, torne-se nula ou deixe de estar em pleno vigor, em virtude de decisão judicial, sentença ou acórdão transitado em julgado (ou instituto jurídico de mesma natureza na jurisdição aplicável); (xv) questionamento judicial ou extrajudicial realizado pela Emissora, por qualquer controladora da Emissora ou por qualquer controlada da Emissora, desta Escritura de Emissão, da Emissão e/ou de qualquer contrato a elas relacionados; (xvi) transformação da Emissora em sociedade limitada, nos termos dos artigos 220 a 222 da Lei das Sociedades por Ações; e (xvii) destinação dos recursos decorrentes das Debêntures para finalidade diversa da prevista na Escritura de Emissão. (xviii) descumprimento pela Emissora, pela Fiadora, conforme aplicável, ou por qualquer de suas controladas, no prazo e na forma devidos, de qualquer obrigação não pecuniária relacionada a esta Escritura de Emissão, não sanada no prazo de 10 (dez) dias corridos da comunicação do referido descumprimento: (i) pela Emissora e/ou pela Fiadora ao Agente Fiduciário; ou (ii) pelo Agente Fiduciário à Emissora e/ou à Fiadora, dos dois o que ocorrer primeiro, sendo que esse prazo não se aplica às obrigações para as quais tenha sido estipulado prazo específico;
--	--

(g) limites dos financiamentos contratados e percentuais já utilizados

Em 31 de dezembro de 2024, possuíamos um total de R\$ 4.582,2 milhões de empréstimos e financiamentos, dos quais R\$ 4.581,4 milhões representados pelas emissões de debêntures informadas no item (f) acima.

(h) alterações significativas em itens das demonstrações de resultado e de fluxo de caixa

DEMONSTRAÇÕES DE RESULTADO

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

DRE CONSOLIDADO (em R\$ milhões)	2024	%RL	2023	%RL	Var(%)	Var(R\$)
Receita Bruta	47.277,0	126,8%	45.591,0	129,2%	3,7%	1.686,1
Impostos e Cancelamentos	(9.239,0)	-24,8%	(8.822,8)	-25,0%	4,7%	(416,1)
Receita Líquida de Vendas	38.038,1	102,0%	36.768,1	104,2%	3,5%	1.269,9
Custo das Mercadorias Vendidas e das Prestações de Serviços	(26.410,8)	-70,8%	(26.604,3)	-75,4%	-0,7%	193,5
Lucro Bruto	11.627,3	31,2%	10.163,9	28,8%	14,4%	1.463,4
Despesas com Vendas	(7.131,6)	-19,1%	(7.002,1)	-19,8%	1,8%	(129,5)
Despesas Gerais e Administrativas	(1.373,7)	-3,7%	(1.335,2)	-3,8%	2,9%	(38,5)
Perdas com Créditos de Liquidação Duvidosa	(452,7)	-1,2%	(386,2)	-1,1%	17,2%	(66,5)
Depreciação e Amortização	(1.333,3)	-3,6%	(1.242,7)	-3,5%	7,3%	(90,6)
Resultado de Equivalência Patrimonial	148,5	0,4%	(19,0)	-0,1%	-880,9%	167,5
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	78,0	0,2%	(550,9)	-1,6%	-114,2%	628,9
Total de Despesas Operacionais	(10.064,8)	-27,0%	(10.536,0)	-29,9%	-4,5%	471,2
Lucro Operacional antes do Resultado Financeiro	1.562,4	4,2%	(372,1)	-1,1%	-519,8%	1.934,6
Resultado Financeiro Líquido	(1.475,0)	-4,0%	(1.692,2)	-4,8%	-12,8%	217,2
Lucro Operacional	87,4	0,2%	(2.064,4)	-5,9%	-104,2%	2.151,8
Imposto de Renda e Contribuição Social correntes e Diferidos	361,3	1,0%	1.085,3	3,1%	-66,7%	(723,9)
Lucro Líquido	448,7	1,2%	(979,1)	-2,8%	-145,8%	1.427,8

Receita líquida de vendas

A tabela abaixo descreve a distribuição de receita líquida da Companhia:

Receita Líquida por Canal	2024	2023	Var(%)	Var(R\$)
(em R\$ milhões)				
Revenda de Mercadorias	34.333,9	33.187,5	3,5%	1.146,4
Prestação de Serviços	3.704,2	3.580,7	3,4%	123,5
Receita Líquida - Total	38.038,1	36.768,1	3,5%	1.269,9

A receita líquida de vendas aumentou R\$ 1.269,9 milhões, ou 3,5%, passando de R\$ 36.768,1 milhões no exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2023 para R\$ 38.038,1 milhões no exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2024, em decorrência do aumento da receita de revenda de mercadorias e do crescimento da prestação de serviços, conforme detalhado abaixo:

Revenda de mercadorias. A receita líquida de revenda de mercadorias apresentou um aumento de R\$ 1.146,4 milhões, ou 3,5%, tendo passado de R\$ 33.187,5 milhões no exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2023 para R\$ 34.333,9 milhões no exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2024. O referido aumento está em linha com o crescimento das vendas nas lojas físicas e no e-commerce da companhia no período.

Prestação de serviços. A receita líquida de prestação de serviços cresceu R\$ 123,5 milhões, ou 3,4%, tendo passado de R\$ 3.580,7 milhões no exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2023 para R\$ 3.704,2 milhões no exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2024. O aumento decorreu, principalmente, (i) do aumento da comissão recebida por vendas geradas na plataforma de marketplace, (ii) das vendas de seguros (como garantia estendida), (iii) dos serviços financeiros e (iv) do Magalupay.

Custo das mercadorias revendidas e das prestações de serviços

R\$ milhões	2024	2023	Var(%)	Var(R\$)
Custos - Revenda de Mercadorias	(26.372,5)	(26.552,3)	-0,7%	179,7
Custos - Prestação de Serviços	(38,3)	(52,0)	-26,4%	13,7
Custos - Total	(26.410,8)	(26.604,3)	-0,7%	193,5

O custo das mercadorias revendidas apresentou uma redução de R\$ 179,7 milhões, ou 0,7%, de R\$ 26.552,3 milhões no exercício social encerrado em 2023 para R\$ 26.372,5 milhões no exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2024. Essa diminuição reflete, principalmente, a estratégia adotada pela companhia ao longo do período, com um foco maior na rentabilidade, privilegiando margens operacionais mais elevadas.

Lucro Bruto

A tabela abaixo demonstra o lucro bruto para os períodos indicados:

R\$ milhões	2024	2023	Var(%)	Var(R\$)
Lucro Bruto - Revenda de Mercadorias	7.961,4	6.635,2	20,0%	1.326,1
Lucro Bruto - Prestação de Serviços	3.665,9	3.528,6	3,9%	137,2
Lucro Bruto - Total	11.627,3	10.163,9	14,4%	1.463,4
Margem Bruta - Total	30,6%	27,6%	3,0 pp	-

O lucro bruto registrou um aumento de R\$ 1.463,4 milhões, ou 14,4%, de R\$ 10.163,9 milhões no exercício social findo em 31 de dezembro de 2023 para R\$ 11.627,3 milhões no exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2024. A margem bruta aumentou 3,0 p.p., de 27,6% no exercício social findo em 31 de dezembro de 2023 para 30,6% no exercício social findo em 31 de dezembro de 2024. Esse avanço foi impulsionado, principalmente, pela conclusão do repasse do Difal

(diferencial de alíquota do imposto interestadual) e pelo mix de canais, com destaque para o forte crescimento das lojas físicas, que tiveram um desempenho sólido ao longo do período e contribuíram para o aumento da margem de mercadoria.

Vale destacar também o aumento de R\$ 137,2 milhões, ou 3,9%, da receita de serviços, principalmente daqueles relacionados ao Marketplace, que contribuíram para a evolução da margem bruta consolidada.

Receitas (despesas) operacionais

A tabela abaixo apresenta os componentes das receitas (despesas) operacionais para os períodos indicados:

R\$ milhões	2024	%RL	2023	%RL	Var(%)	Var(R\$)
Receitas (Despesas) Operacionais	(10.064,8)	-26,5%	(10.536,0)	-28,7%	-4,5%	471,2
Com Vendas	(7.131,6)	-18,7%	(7.002,1)	-19,0%	1,8%	(129,5)
Gerais e Administrativas	(1.373,7)	-3,6%	(1.335,2)	-3,6%	2,9%	(38,5)
Perdas com créditos de liquidação duvidosa	(452,7)	-1,2%	(386,2)	-1,1%	17,2%	(66,5)
Depreciação e Amortização	(1.333,3)	-3,5%	(1.242,7)	-3,4%	7,3%	(90,6)
Resultado de equivalência patrimonial	148,5	0,4%	(19,0)	-0,1%	-880,9%	167,5
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	78,0	0,2%	(550,9)	-1,5%	-114,2%	628,9

As receitas (despesas) operacionais reduziram R\$ 471,2 milhões, ou 4,5%, de R\$ 10.536,0 milhões no exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2023 para R\$ 10.064,8 milhões no mesmo período em 2024, devido, principalmente, ao excelente desempenho da Luizacred, que impulsionou a variação positiva da linha de equivalência patrimonial em R\$ 167,5 milhões. Além disso, no período atual, não tivemos o impacto não recorrente relacionado às mudanças de estimativas de bonificações, que haviam sido reconhecidas no exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2023 na linha de outras receitas operacionais.

Como percentual da receita líquida de vendas, as receitas (despesas) operacionais reduziram em 2,2 p.p. para 26,5% da receita líquida de vendas no exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2024 em relação ao mesmo período em 2023.

Despesas com vendas. As despesas com vendas registraram um aumento de R\$ 129,5 milhões, ou 1,8%, de R\$ 7.002,1 milhões no exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2023 para R\$ 7.131,6 milhões no exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2024. Como percentual da receita líquida de vendas, as despesas com vendas reduziram 0,3 p.p. para 18,7% da receita líquida de vendas no exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2024 em relação ao mesmo período em 2023.

Essa redução percentual reflete os esforços contínuos da companhia, especialmente nas áreas de logística e marketing, que foram fundamentais para o aumento da rentabilidade das operações e para a expansão das margens operacionais nos canais. A otimização da cadeia logística, aliada a estratégias de marketing mais eficientes, contribuiu para uma gestão mais eficaz dos custos, permitindo que o crescimento das despesas com vendas fosse absorvido de forma mais controlada em relação à receita líquida.

Despesas gerais e administrativas. As despesas gerais e administrativas apresentaram um aumento de R\$ 38,5 milhões, ou 2,9%, de R\$ 1.335,2 milhões no exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2023 para R\$ 1.373,7 milhões no mesmo período em 2024. Assim, as despesas gerais e administrativas representaram 3,6% da receita líquida de vendas no exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2024, estável em comparação com o exercício social encerrado em 2023.

Perdas por redução ao valor recuperável de créditos. As despesas com perdas por redução ao valor recuperável de créditos aumentaram R\$ 66,5 milhões, ou 17,2%, de R\$ 386,2 milhões no

exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2023 para R\$ 452,7 milhões no mesmo período em 2024, devido, principalmente, ao crescimento das vendas nas lojas físicas e ao crescimento da carteira atrelado a provisões conservadoras sobre o saldo a receber do crédito direto ao consumidor.

Depreciação e amortização. As despesas com depreciação e amortização aumentaram R\$ 90,6 milhões, ou 7,3%, de R\$ 1.242,7 milhões no exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2023 para R\$ 1.333,3 milhões no mesmo período em 2024. A variação decorre dos investimentos realizados em imobilizado e intangível, principalmente em tecnologia e logística para o marketplace.

Resultado de equivalência patrimonial. O resultado de equivalência patrimonial passou de uma equivalência negativa de R\$ 19,0 milhões no exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2023 para uma equivalência positiva de R\$ 148,5 milhões no exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2024, em função do resultado de equivalência patrimonial de nossa controlada em conjunto Luizacred, que registrou resultado positivo no período.

Essa variação positiva reflete, principalmente, a política de crédito assertiva adotada pela Luizacred, que tem se mostrado eficaz na forte evolução dos indicadores da carteira. Todos os esforços de cobrança realizados pelos canais digitais, pelas lojas e pelas centrais de cobrança têm sido fundamentais para reduzir a inadimplência, especialmente nas safras mais recentes. O desempenho da Luizacred também foi fortalecido pelo aumento de capital de R\$ 1,0 bilhão ocorrido em 2024, como objetivo apoiar a retomada do crescimento do negócio, ao mesmo tempo que contribuiu para a redução do custo de *funding* e melhoria da rentabilidade da empresa.

Outras receitas operacionais, líquidas. Outras receitas operacionais, líquidas, aumentaram de uma despesa de R\$ 550,9 milhões no exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2023 para uma receita de R\$ 78,0 milhões no mesmo período em 2024, devido, principalmente, ao lançamento contábil não recorrente de R\$ 670,7 milhões em 2023 decorrente da revisão de estimativas de bonificações referentes a períodos anteriores.

Resultado Financeiro

O resultado financeiro líquido teve uma redução de R\$ 217,2 milhões, ou 12,8%, de uma despesa no valor de R\$ 1.692,2 milhões no exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2023 para uma despesa de R\$ 1.475,0 milhões no exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2024. As receitas financeiras reduziram em R\$ 385,9 milhões, ou 34,9%, de uma receita de R\$ 1.106,1 no exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2023 para uma receita de R\$ 720,2 milhões no exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2024. As despesas financeiras reduziram em R\$ 603,0 milhões, ou 21,6%, de uma despesa de R\$ 2.798,3 milhões no exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2023 para uma despesa de R\$ 2.195,3 milhões no exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2024.

Essa melhoria no resultado financeiro reflete, principalmente, a redução do endividamento bruto da companhia, que caiu R\$ 2.773,7 milhões ao longo do período, contribuindo para a diminuição das despesas com juros. Além disso, a empresa obteve um impacto positivo com um melhor mix de pagamentos, caracterizado pelo aumento proporcional das vendas à vista e via PIX, que reduziram a necessidade de financiamentos com custos mais elevados. Outro fator relevante foi a geração de caixa ao longo do ano, que possibilitou uma gestão mais eficiente da antecipação de recebíveis, resultando em melhores condições financeiras e menor pressão sobre o custo do capital.

Lucro Operacional antes do Imposto de Renda e da Contribuição Social

O prejuízo operacional antes do imposto de renda e da contribuição social passou de R\$ 2.064,4 milhões no exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2023 para um lucro operacional de R\$ 87,4 milhões no exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2024.

Imposto de Renda e Contribuição Social correntes e Diferidos

O imposto de renda e contribuição social correntes e diferidos passaram de R\$ 1.085,3 milhões, com alíquota efetiva de 53,1%, no exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2023 para R\$ 361,3 milhões, com alíquota efetiva de 591,7%, no exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2024.

Lucro Líquido do Exercício

O resultado líquido passou de um prejuízo líquido de R\$ 979,1 milhões no exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2023 para um lucro líquido de R\$ 448,7 milhões no exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2024.

FLUXO DE CAIXA

A seguir, é apresentado o Fluxo de Caixa da Companhia, relativo aos exercícios sociais findos em 31 de dezembro de 2024 e em 31 de dezembro de 2023.

Demonstrações dos Fluxos de Caixa

(R\$ milhões)	Exercício social encerrado em 31 de dezembro de	
	2024	2023
Caixa Líquido Originado das (Aplicado nas) Atividades Operacionais	15.835,3	15.903,2
Caixa Líquido Originado das (Aplicado nas) Atividades de Investimentos	(1.290,6)	(148,4)
Caixa Líquido Originado das (Aplicado nas) Atividades de Financiamentos	(15.310,9)	(15.581,5)
(=) Variação no Caixa e Equivalentes de Caixa	(766,1)	173,3

Caixa Líquido Gerado pelas Atividades Operacionais

No exercício social findo em 31 de dezembro de 2024, o caixa líquido gerado nas atividades operacionais foi de R\$ 15.835,3 milhões, uma redução, portanto, de R\$ 67,9 milhões, ou 0,4%, em comparação com o exercício social de 2023.

A melhoria significativa na lucratividade da companhia foi um dos principais fatores responsáveis pelo bom desempenho operacional, refletindo um aumento nas margens e eficiência dos processos. Essa evolução foi resultado de uma gestão mais eficiente dos custos, aumento das vendas e otimização das operações, o que permitiu a geração de maiores lucros. A melhora na lucratividade foi complementada pela evolução do capital de giro, com destaque para a dinâmica entre o saldo de estoques e fornecedores e a monetização de impostos a recuperar.

Adicionalmente, ao considerar a visão ajustada pelo saldo de fornecedores convênio (considerado como operacional) e pelos recebíveis de cartão de crédito (considerados como caixa), a companhia registrou um caixa líquido gerado pelas atividades operacionais de R\$ 3.052,6 milhões, evidenciando uma conversão de EBITDA em caixa de praticamente 100%. Este valor representa um aumento de R\$ 2.829,5 milhões em relação ao exercício social de 2023, demonstrando que a companhia obteve um excelente nível de eficiência na conversão de seus lucros operacionais em caixa, fortalecendo a estrutura de capital da Companhia e a sua capacidade de investir em novas iniciativas e reduzir endividamento.

Caixa Líquido Utilizado nas Atividades de Investimento

No exercício social findo em 31 de dezembro de 2023, o caixa líquido utilizado nas atividades de investimento foi de R\$ 1.290,6 milhões, devido à aquisição de imobilizado e intangível, no valor de R\$ 729,5 milhões, pelos investimentos em controlada de R\$ 500,0 milhões referente ao aporte de capital realizado na Luizacred.

Caixa Líquido Gerado pelas (Utilizado nas) Atividades de Financiamento

No exercício social findo em 31 de dezembro de 2024 o caixa consumido nas atividades de financiamento foi de R\$ 15.310,9 milhões, uma melhora de R\$270,6 milhões em relação a 2023.

Vale destacar que, ao considerar a visão ajustada pelo saldo de fornecedores convênio (considerado como operacional), a companhia registrou um caixa líquido consumido pelos financiamentos de R\$ 2.973,6 milhões, representando um aumento de R\$ 1.384,8 milhões em relação a 2023. Esse aumento foi impulsionado, principalmente, pelo pagamento líquido de empréstimos e financiamentos no valor de R\$ 2.687,4 milhões, que visou reduzir a exposição da empresa à dívida. Além disso, foram pagos R\$ 1.013,4 milhões em juros sobre empréstimos e financiamentos, refletindo os custos financeiros associados a essa estrutura de capital. A empresa também destinou R\$ 822,9 milhões para o pagamento do principal e juros de arrendamento mercantil. Por fim, foi realizado um aumento de capital de R\$ 1,25 bilhão, o que contribuiu para fortalecer a base financeira da companhia, proporcionando maior liquidez para novos investimentos e a continuidade da expansão das operações estratégicas. Esse aumento de capital também teve o objetivo de reforçar a estrutura de capital da empresa e melhorar a capacidade de enfrentar desafios financeiros no curto e médio prazo.

As avaliações e opiniões constantes deste item 2.2 traduzem a visão e a percepção dos diretores da Companhia sobre nossos negócios, atividades e desempenho, e levam em consideração as últimas demonstrações financeiras consolidadas de encerramento de exercício social da Companhia, referentes a 31 de dezembro de 2024.

(a) resultados das operações da Companhia

(i) descrição de quaisquer componentes importantes da receita

Nossa receita líquida de vendas é composta principalmente por: (i) revenda de mercadorias; (ii) prestações de serviços; e (iii) outros serviços, após a dedução de impostos e devoluções sobre vendas.

A receita decorrente da *revenda de mercadorias* é reconhecida quando os produtos são entregues e os clientes obtêm o controle dos bens, considerando ainda o fato de que as seguintes condições tenham sido satisfeitas:

- O valor da receita e os termos do pagamento possam ser identificados;
- É provável que a Companhia receberá a contraprestação à qual terá direito em troca dos bens que serão transferidos ao cliente.

A Companhia concede ao cliente o direito de devolução dos bens dentro de um período e premissas especificadas. O valor de receita reconhecida é ajustado para as devoluções esperadas. A Companhia utiliza o método do valor esperado para fins de estimativa dos bens que não serão devolvidos. Nessas circunstâncias, um passivo de devolução e um direito de recuperar o ativo a ser devolvido são reconhecidos.

Por sua vez, a receita decorrente de *prestações de serviços* está principalmente vinculada a:

- a) intermediação de serviços financeiros para suas *joint ventures*, bem como outras empresas parceiras da Companhia;
- b) comissão pelo serviço de gestão, integração e processamento de operações financeiras entre lojistas parceiros (“*sellers*”) e as plataformas de marketplace da Companhia;

As receitas de prestações de serviços são reconhecidas quando for provável que os benefícios significativos ao serviço prestado serão transferidos pela Companhia.

As receitas auferidas com a prestação de outros serviços estão principalmente vinculadas a:

- a) soma da prestação de serviços de administração de consórcios por meio da controlada LAC, que tem como objeto principal a administração de consórcios aos clientes da Companhia, para aquisição de produtos;
- b) serviços de gerenciamento de entregas de produtos – por meio da controlada Magalog; e
- c) serviços de desenvolvimento de softwares por meio da controlada Luizalabs.

Abaixo descrevemos os impostos e devoluções sobre vendas que impactam esta linha das demonstrações de resultado:

ICMS

O Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços – ICMS é um tributo estadual incidente sobre circulação de mercadorias e serviços em cada etapa da cadeia de produção e comercialização.

As alíquotas internas de ICMS variam entre 4% e 25% conforme a legislação de cada Estado e região brasileira (Norte, Sul, Sudeste, Nordeste e Centro Oeste).

Nos estados em que atuamos vigora, para a maioria das categorias de produtos do nosso mix de vendas, o regime de substituição tributária do ICMS. O recolhimento deste tributo ocorre de forma antecipada, no momento da compra da mercadoria, tendo como base o custo de compra e a margem de valor agregada (Mark-up), determinada pelas autoridades fiscais de cada Estado. Os impostos antecipados na forma de substituição tributária são registrados como custo de mercadorias revendidas de acordo com o regime de competência de venda dos produtos base de incidência.

PIS e COFINS

Sobre a receita de venda de mercadorias e administração de consórcios incidem as alíquotas de 1,65% para o PIS e 7,6% para o COFINS, exceto produtos beneficiados com isenções fiscais. Adotamos o regime não cumulativo, podendo descontar créditos auferidos em compras e outras despesas, pelos quais as obrigações fiscais podem ser compensadas com créditos advindos de tributos pagos anteriormente sobre produtos que compramos e outras despesas.

Impostos sobre Serviços - ISS

O Imposto Sobre Serviço (ISS) é um tributo municipal, incidente sobre a prestação de serviço. Efetuamos o recolhimento na cidade em que ocorreu o fato gerador, aplicando a alíquota vigente, conforme legislação de cada município.

Devoluções sobre Vendas

Os montantes relativos às devoluções de vendas, efetuadas pelos nossos clientes, são registrados como deduções que impactam nossa receita líquida.

Custo das Mercadorias Revendidas e das Prestações de Serviços

Os Custos das mercadorias revendidas e das prestações de serviços incluem os custos com aquisição de mercadorias e com serviços prestados, deduzidos das recomposições de custos recebidas dos fornecedores. Despesas com frete relacionadas ao transporte de mercadorias dos fornecedores até os Centros de Distribuição ("CDs") são incorporadas ao custo das mercadorias a serem revendidas.

Receitas (Despesas) Operacionais

Despesas com Vendas

Nossas despesas com vendas são substancialmente decorrentes das operações das nossas lojas. As principais despesas são: pessoal, incluindo salários, comissões, encargos sociais e benefícios, propaganda e marketing, distribuição e logística, aluguel, comunicação, segurança, energia e manutenção.

Despesas Gerais e Administrativas

As despesas gerais e administrativas são incorridas no gerenciamento e suporte das atividades operacionais. As nossas principais despesas envolvem as atividades regulares dos nossos centros de distribuição, escritórios centrais de Franca e João Pessoa, escritório de negócios de São Paulo e outras despesas corporativas, tais como consultorias e assessorias especializadas.

Perdas por redução ao valor recuperável de créditos

A Companhia mensura as provisões para perdas com contas a receber e outros recebíveis e ativos contratuais por um valor igual a perda de crédito esperada para a vida inteira do ativo. Ao determinar se o risco de crédito de um ativo financeiro aumentou significativamente desde o reconhecimento inicial e ao estimar as perdas de crédito esperadas, a Companhia considera informações razoáveis e suportáveis que são relevantes e disponíveis sem custo ou esforço excessivo. Isso inclui

informações e análises quantitativas e qualitativas, com base na experiência histórica da Companhia, na avaliação de crédito e considerando informações “forwardlooking”. A Companhia considera um ativo financeiro como inadimplente quando: - é pouco provável que o credor pague integralmente suas obrigações de crédito, sem recorrer a ações como a realização da garantia (se houver alguma); ou - o ativo financeiro está vencido há mais de 180 dias.

Depreciação e amortização

A depreciação é reconhecida com base na vida útil estimada de cada ativo, ou do conjunto destes, por meio do método linear, fazendo com que o seu valor residual, após sua vida útil, seja integralmente baixado das nossas demonstrações financeiras. A vida útil estimada, os valores residuais e os métodos de depreciação são revisados anualmente e o efeito de quaisquer mudanças nas estimativas é contabilizado prospectivamente.

Resultado de Equivalência Patrimonial

O resultado de equivalência patrimonial a participação da Companhia sobre os resultados líquidos de nossa controlada em conjunto Luizacred.

Outras Receitas (Despesas) Operacionais, Líquidas

Outras receitas operacionais, líquidas consistem substancialmente da apropriação de receitas diferidas relativas a acordos de cessão de direito de exploração, realizadas por instituições financeiras para (i) gerirem a nossa folha de pagamento e oferecerem com exclusividade serviços bancários a nossos empregados; (ii) terem o direito de exclusividade para oferecerem serviços financeiros e produtos de seguros para os nossos clientes, por nossa controlada em conjunto Luizacred; (iii) direito exclusivo de prestação do serviço de assistência tecnológica a partir do seguro de garantia estendida adquirido pelos clientes da Companhia; e (iv) contrato para incentivo do arranjo de pagamentos. Os acordos de cessão de direitos de exploração, que são geralmente recebidos à vista, são registrados nas contas contábeis de caixa e receita diferida, no balanço patrimonial e apropriadas ao resultado do exercício mensalmente na rubrica de “Outras receitas operacionais, líquidas”. Adicionalmente, são registradas nessa rubrica as receitas e despesas que ocorrem de maneira específica em determinado exercício como créditos tributários extemporâneos, despesas pré-operacionais de lojas, entre outras.

Resultado Financeiro

O resultado financeiro é a diferença entre as receitas e despesas financeiras. As principais despesas financeiras são juros de empréstimos e financiamentos, encargos sobre antecipação de cartão de crédito, provisão para perda com juros de garantia estendida. As principais receitas financeiras são rendimento de aplicações financeiras e títulos mobiliários, juros de vendas de garantia estendida e descontos obtidos e atualizações monetárias.

Imposto de Renda e Contribuição Social

A provisão para imposto sobre a renda (IRPJ) e contribuição social (CSLL) está relacionada ao lucro tributável dos exercícios, sendo as alíquotas para as atividades de varejo e de consórcio de 25% para IRPJ e 9% para CSLL.

Imposto corrente: Os tributos sobre o lucro são reconhecidos no resultado do exercício. As provisões para imposto sobre a renda e contribuição social são calculadas individualmente por empresa componente do grupo da Companhia com base nas alíquotas vigentes no fim dos exercícios.

Imposto diferido: O imposto de renda e a contribuição social diferidos (“**impostos diferidos**”) são reconhecidos sobre as diferenças temporárias entre os saldos de ativos e passivos reconhecidos nas demonstrações financeiras e as bases fiscais correspondentes, usadas na apuração do lucro

tributável, incluindo saldo de prejuízos fiscais e base negativa, não sendo passíveis à prescrição. Os impostos diferidos passivos são geralmente reconhecidos sobre todas as diferenças temporárias tributáveis, e os impostos diferidos ativos são reconhecidos sobre todas as diferenças temporárias dedutíveis apenas quando for provável que a base tributável futura será em montante suficiente para absorver as diferenças temporárias dedutíveis.

(ii) fatores que afetaram materialmente os resultados operacionais

Nossas operações dependem das condições macroeconômicas e são afetadas principalmente por fatores como: (i) o crescimento do PIB; (ii) a distribuição de renda; (iii) a taxa de desemprego; (iv) a variação real do salário; (v) a disponibilidade de crédito; (vi) a taxa de inflação; (vii) a taxa de juros; e (viii) o grau de confiança dos consumidores, entre outros.

Segundo o IBGE, a receita nominal de vendas do comércio varejista restrito apresentou crescimento de 8,9% em 2024 e o segmento de móveis e eletrodomésticos apresentou crescimento de 3,9% no mesmo período. Em volume de vendas, o comércio varejista restrito apresentou crescimento de 4,7% em 2024 e o segmento de móveis e eletrodomésticos apresentou crescimento de 4,2% no mesmo período.

Apesar do cenário macroeconômico desafiador nos últimos anos, o Magazine Luiza conseguiu crescer de forma significativa, com ganhos de marketshare em todos os canais e também nas principais categorias de produtos.

Permanecemos confiantes na nossa capacidade de crescer, de continuar ganhando participação de mercado e melhorar cada vez mais nossa eficiência operacional. A execução disciplinada da nossa estratégia da Digitalização do Varejo Brasileiro tem produzido bons resultados, e entendemos que existem grandes oportunidades para continuar crescendo nos próximos anos.

No exercício social findo em 31 de dezembro de 2024, a receita líquida de vendas da Companhia cresceu 3,5% em relação ao ano anterior, ao mesmo tempo que aumentamos de forma significativa as nossas margens. Também impactaram a performance de vendas a contínua alta da taxa juros no período e ao aumento da alíquota de impostos na venda de mercadorias referente a volta do DIFAL. Vale destacar o crescimento das vendas totais da Companhia em 3,6% no exercício social findo em 31 de dezembro de 2024, em relação ao mesmo período em 2023, bem como o crescimento das lojas físicas em 10,1% e do *e-commerce* em 1,1%.

No longo prazo, as perspectivas são positivas, considerando fatores como: (i) o crescimento do *e-commerce*, fomentado pela população jovem e cada vez mais conectada, pelo aumento da penetração de smartphones e da velocidade de transmissão de dados cada vez mais rápida; (ii) aumento da penetração das vendas online para categorias como moda, beleza, artigos para casa e decoração, acessórios automotivos, entre outros; (iii) a evolução do nosso marketplace, incluindo o aumento significativo do sortimento atual e de novas categorias de produtos; (iv) crescimento da base de varejistas vendendo por meio de plataformas de marketplace (*sellers*) e consumindo os serviços oferecidos pelas plataformas; (v) o crescimento da Classe C, que representa a maior parte da população brasileira (vi) a baixa penetração de bens duráveis nos domicílios da Classe C; e (vii) o upgrade de consumo em função das novas tecnologias e funcionalidades dos produtos.

(b) variações relevantes das receitas atribuíveis a introdução de novos produtos e serviços, alterações de volumes e modificações de preços, taxas de câmbio e inflação

Historicamente, temos sido capazes de repassar para nossos clientes variações positivas ou negativas nos custos de nossas mercadorias. Tais variações podem ser causadas por mudanças na legislação tributária que afetem um ou mais setores em que atuamos, assim como pelas oscilações na taxa de câmbio, taxa de inflação ou na taxa de juros. Muitos produtos que comercializamos, especialmente nas linhas de eletroeletrônicos e informática, são fabricados

localmente, mas possuem diversos componentes importados de forma que seus custos variam significativamente com a variação do câmbio.

As rápidas inovações tecnológicas também têm provocado alterações nos preços de nossos produtos. Por um lado, os produtos eletroeletrônicos estão cada vez mais baratos para nós e para nossos clientes, em função das inovações tecnológicas e dos ganhos de escala, decorrentes da produção de volumes maiores. Por outro lado, os lançamentos de produtos têm sido mais frequentes e com funcionalidades cada vez mais atraentes para nossos consumidores, estimulando muitas vezes a compra de produtos mais caros e sofisticados.

(c) impactos relevantes da inflação, da variação de preços dos principais insumos e produtos, do câmbio e da taxa de juros no resultado operacional e no resultado financeiro da Companhia

Nossos negócios são afetados diretamente pelas condições econômicas gerais no Brasil. Alterações nas taxas de juros de longo e curto prazo, taxa de desemprego e dos níveis gerais de preços poderão reduzir a disponibilidade de crédito, a renda e o poder de compra do nosso público alvo, afetando adversamente sua confiança nas condições econômicas futuras no Brasil, sua propensão a consumir e sua capacidade de adimplência.

	31 de dezembro de	
	2024	2023
Crescimento do PIB (%) ⁽¹⁾	3,4%	2,9%
Inflação (IGP-M) (%) ⁽²⁾	6,5%	-3,2%
Inflação (IPCA) (%) ⁽³⁾	4,8%	4,6%
CDI Médio (%) ⁽⁴⁾	10,9%	13,0%
TJLP (%) ⁽⁵⁾	7,4%	6,6%
Taxa SELIC Média (%) ⁽⁶⁾	10,9%	13,0%
Valorização (desvalorização) do real perante o dólar (%)	-21,8%	7,8%
Taxa de câmbio (fechamento) - R\$ por US\$1,00 ⁽⁷⁾	6,2	4,8
Taxa média de câmbio - R\$ por US\$1,00 ⁽⁸⁾	5,5	5,0

Fontes: BNDES, Banco Central, FGV, IBGE e Economática

(1) Fonte: IBGE

(2) Inflação (IGP-M) é um Índice Geral de Preços – Mercado, medido pela FGV.

(3) A inflação (IPCA) é um índice de Preços ao Consumidor

(4) O certificado de depósito interbancário, ou CDI, é a taxa média dos depósitos interbancários no Brasil (ao fim de cada período e ano).

(5) Taxa de juros de longo prazo exigida pelo BNDES para financiamentos de longo prazo (dados do fim dos períodos).

(6) Taxa média ajustada e ponderada das operações de financiamento por um dia, lastreadas em títulos públicos federais e cursadas no sistema SELIC ou em câmaras de compensação e liquidação de ativos, na forma de operações compromissadas (dados do fim dos períodos).
Fonte: Banco Central.

(7) Taxas de câmbio (para venda) do último dia de cada mês, durante o período. Fonte: Banco Central.

(8) Média das taxas de câmbio (para venda) do último dia de cada mês, durante o período. Fonte: Banco Central.

Acreditamos que pequenas variações nos índices de inflação são repassadas para nossos clientes, embora, nas negociações com nossos fornecedores, busquemos sempre o menor custo possível, respeitando os princípios de nossa relação comercial. Um aumento significativo na inflação poderia afetar nossos negócios na medida em que a inflação corrompa o poder de consumo da população

e reduza o nível de confiança das pessoas, diminuindo sua propensão marginal a consumir. Por outro lado, a redução na inflação poderia aumentar ainda mais o poder de consumo das classes mais pobres, com reflexos positivos no consumo dos nossos produtos.

De forma similar, pequenas variações na taxa de câmbio são repassadas para os preços de nossos produtos. A variação cambial afeta os custos de grande parte de nossos fornecedores, de acordo com o grau de nacionalização de cada produto. Um aumento significativo do dólar norte americano encareceria os produtos eletroeletrônicos, com efeito negativo sobre sua demanda. Por outro lado, uma redução do dólar norte americano tornaria esses produtos ainda mais baratos, estimulando ainda mais suas vendas.

A variação nos preços de alguns insumos pode afetar de forma relevante os custos de nossos fornecedores e, conseqüentemente, os preços para nossos clientes. Como vendemos milhares de produtos, fabricados por centenas de fornecedores em diversos segmentos de atuação, acreditamos que nossa exposição à variação de um único insumo seja bastante reduzida.

Finalmente, a taxa de juros da economia tem uma elevada influência nos nossos resultados. Um aumento na taxa de juros poderia desaquecer o consumo como um todo, afetando as nossas receitas com revenda de mercadorias. Por outro lado, nossas receitas de operações de crédito poderiam aumentar, na medida em que possamos repassar o aumento da taxa de juros para nossos clientes. Nesse cenário, nossas despesas financeiras também seriam afetadas negativamente, principalmente nas operações de varejo, tipicamente alavancadas por capital de terceiros. O custo das operações de crédito, oriundos das captações via depósitos inter-financeiros na Luizacred, também seriam adversamente afetados. Por outro lado, uma redução nos juros básicos da economia estimularia o consumo e reduziria nossas despesas de intermediação financeira, juros de empréstimos bancários e principalmente o custo com a antecipação dos recebíveis.

(a) Mudanças nas práticas contábeis que tenham resultado em efeitos significativos sobre as informações previstas nos campos 2.1 e 2.2

As demonstrações financeiras individuais e consolidadas da Companhia foram elaboradas tomando como base as práticas contábeis adotadas no Brasil, que compreendem as disposições da legislação societária, previstas na Lei nº 6.404/76 e alterações posteriores e as normas internacionais de contabilidade emitidos pelo *International Accounting Standards Board* e interpretações emitidas pelo *International Financial Reporting Interpretations Committee*, adotados no Brasil por meio do Comitê de Pronunciamentos Contábeis e suas interpretações técnicas e orientações, aprovados pela Comissão de Valores Mobiliários.

No exercício findo em 31 de dezembro de 2024, a Companhia aplicou pela primeira vez certas normas e alterações, que são válidas para períodos anuais iniciados em, ou após, 1º de janeiro de 2024, conforme abaixo demonstrado:

Acordos de financiamento de fornecedores - Alterações ao IAS 7 e IFRS 7 - As alterações à IAS 7 (equivalente ao CPC 03 (R2) - Demonstração dos Fluxos de Caixa) e à IFRS 7 (equivalente ao CPC 40 (R1) - Instrumentos Financeiros: Divulgações) têm por finalidade aprimorar a divulgação das características dos acordos de financiamento de fornecedores e exigem divulgação adicional de tais acordos. Os requisitos de divulgação nas alterações visam auxiliar os usuários das demonstrações financeiras a compreenderem os efeitos dos acordos de financiamento de fornecedores sobre os passivos, fluxos de caixa e exposição ao risco de liquidez de uma entidade.

Como resultado da implementação das alterações, a Companhia forneceu divulgações adicionais sobre seus acordos de financiamento de fornecedores na nota explicativa nº 19 de suas demonstrações financeiras e reapresentou o efeito comparativo de 2023 na demonstração de fluxo de caixa, em função da aplicação do item 44H - c, do CPC 03 (R2), que traz o requisito de se apresentar na demonstração do fluxo de caixa, o tipo e efeito das alterações não caixa dos passivos financeiros divulgados como fornecedores (convênio). Desta forma, a Companhia está apresentando o montante de pagamento das operações de fornecedores (convênio) nas atividades de financiamento e divulgando o efeito “não caixa” em nota explicativa. Esta reapresentação não altera o montante de aumento ou redução dos saldos de caixa e equivalentes de caixa, como abaixo demonstrado:

	Originalmente apresentado	Efeito novas práticas	Reapresentado
Demonstração dos Fluxos de Caixa - 2023 - Controladora			
Fornecedores	1.403.954	12.324.286	13.728.240
Fluxo de caixa gerado pelas atividades operacionais	3.399.570	12.324.286	15.723.856
Pagamento de operações de fornecedores (convênio)	(1.444.642)	(12.324.286)	(13.768.928)
Fluxo de caixa aplicado nas atividades de financiamentos	(2.939.982)	(12.324.286)	(15.264.268)
Aumento do saldo de caixa e equivalentes de caixa	304.898	-	304.898
Demonstração dos Fluxos de Caixa - 2023 - Consolidado			
Fornecedores	1.224.960	12.548.599	13.773.559
Fluxo de caixa gerado pelas atividades operacionais	3.354.622	12.548.599	15.903.221
Pagamento de operações de fornecedores (convênio)	(1.444.145)	(12.548.599)	(13.992.744)
Fluxo de caixa aplicado nas atividades de financiamentos	(3.032.921)	(12.548.599)	(15.581.520)
Aumento do saldo de caixa e equivalentes de caixa	173.301	-	173.301

(b) Opiniões modificadas e ênfases presentes no relatório do auditor

O relatório dos auditores independentes relativo às demonstrações financeiras de encerramento de exercício social findo em 31 de dezembro de 2024 contém ênfase sobre a reapresentação da demonstração do fluxo de caixa do ano comparativo, conforme mencionado no item “a” acima. Os auditores independentes adicionaram o seguinte parágrafo em seu relatório:

“Conforme mencionado na nota explicativa 4.8, devido à eliminação das transações que não envolveram caixa na movimentação relacionada a rubrica “Fornecedores - convênio” na atividade de financiamento, nas demonstrações dos fluxos de caixa individuais e consolidadas referentes ao exercício findo em 31 de dezembro de 2024, os valores correspondentes ao exercício anterior, apresentados para fins de comparação, foram ajustados e estão sendo reapresentados como previsto no CPC 03 (R2) - Demonstrações dos Fluxos de Caixa. Nossa opinião não contém modificação relacionada a esse assunto.

O relatório dos auditores independentes relativo às demonstrações financeiras de encerramento de exercício social findo em 31 de dezembro de 2023 não contém modificação de opinião ou parágrafo de ênfase. Os auditores independentes opinaram que tais demonstrações financeiras *“apresentam adequadamente, em todos os aspectos relevantes, a posição patrimonial e financeira, individual e consolidada, da Companhia em 31 de dezembro de 2023, o desempenho individual e consolidado de suas operações e os seus respectivos fluxos de caixa individuais e consolidados para o exercício findo nessa data, de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil e com as normas internacionais de relatório financeiro (IFRS) emitidas pelo International Accounting Standards Board (IASB)”*.

(a) introdução ou alienação de segmento operacional

Os Diretores da Companhia informam que não houve no último exercício social e no exercício social corrente a introdução ou alienação de qualquer segmento operacional da Companhia.

(b) constituição, aquisição ou alienação de participação societária

No dia 10 de maio de 2023, como parte da repactuação do contrato de aliança estratégica entre o Grupo BNP Paribas Cardif, Magazine Luiza e Luizaseg, foi assinado o contrato de compra e venda futura para alienação da totalidade da participação detida pelo Magazine Luiza na Luizaseg para a NCVP (empresa do Grupo BNP Paribas Cardif). Em 31 de outubro de 2023, houve a conclusão da venda da participação acima citada, a qual estava sujeita ao cumprimento de determinadas condições precedentes, incluindo a aprovação pelo Conselho Administrativo de Defesa Econômica – CADE e pela Superintendência de Seguros Privados – SUSEP. A alienação da totalidade da participação detida pela Companhia na Luizaseg Seguros S.A. foi concluída de forma definitiva em 1º de novembro de 2023. Dessa maneira, o resultado líquido da Luizaseg deixou de transitar na linha de Equivalência Patrimonial desde a referida alienação.

(c) eventos ou operações não usuais

Além da operação indicada no item (b) acima, os Diretores da Companhia informam que não houve no último exercício social quaisquer eventos ou operações não usuais relacionadas à Companhia ou suas controladas que tenham causado ou espera-se que venham a causar efeito relevante nas demonstrações contábeis (individuais ou consolidadas) ou resultados da Companhia.

EBITDA e Margem EBITDA

O EBITDA (sigla em inglês para LAJIDA – Lucro Antes dos Juros, Impostos sobre Renda incluindo Contribuição Social sobre o Lucro Líquido, Depreciação e Amortização) é uma medição não contábil elaborada pela Companhia, em consonância com a Resolução CVM nº 156, de 23 de junho de 2022, conforme alterada (“Resolução CVM 156”). O EBITDA consiste no lucro líquido da Companhia, acrescido do resultado financeiro líquido, do imposto de renda e da contribuição social, correntes e diferidos, e dos custos e despesas com depreciação e amortização. A Margem EBITDA é calculada pelo EBITDA dividido pela receita líquida de vendas. O EBITDA e a Margem EBITDA não são medidas contábeis segundo as Práticas Contábeis Adotadas no Brasil (BR GAAP) ou pelas Normas Internacionais de Relatório Financeiro – International Financial Reporting Standards (IFRS), emitidas pelo International Accounting Standard Board (IASB), e não representam o fluxo de caixa para os períodos apresentados. Tais medições não devem ser consideradas isoladamente, tampouco como substitutas do lucro líquido da Companhia, não sendo consideradas, portanto, para o cálculo de distribuição de dividendos. Ademais, uma vez que o EBITDA e a Margem EBITDA não consideram certos custos intrínsecos aos nossos negócios, que poderiam, por sua vez, afetar significativamente os nossos lucros —, tais como resultado financeiro líquido, imposto de renda e contribuição social correntes e diferidos, depreciação e amortização —, o EBITDA e a Margem EBITDA apresentam limitações que afetam o seu uso como indicadores da nossa rentabilidade.

O EBITDA é um indicador de desempenho econômico geral, que não é afetado por alterações das alíquotas do imposto de renda e da contribuição social, flutuações das taxas de juros, dos níveis de depreciação e amortização. Consequentemente, acreditamos que o EBITDA funciona como uma ferramenta comparativa significativa para mensurar, periodicamente, o nosso desempenho operacional, para embasar determinadas decisões de natureza administrativa.

Reconciliação do EBITDA com o Lucro líquido:

(em R\$ mil, exceto %)	Exercício social encerrado em 31 de dezembro de	
	2024	2023
Lucro líquido do exercício	448.717	(979.104)
(+/-) Imposto de renda e contribuição social correntes e diferidos	(361.333)	(1.085.263)
(+) Resultado financeiro líquido	1.475.048	1.692.219
(+) Depreciação e amortização	1.333.288	1.242.690
EBITDA	2.895.720	870.542
Receita Líquida de Vendas	38.038.068	36.768.149
Margem Ebitda	7,6%	2,4%

Dívida Bruta, Caixa (Dívida) Líquida, Caixa (Dívida) Líquida Ajustada

A Dívida Bruta corresponde ao saldo de empréstimos, financiamentos (circulante e não circulante). Quando o saldo do caixa e equivalentes de caixa, títulos e valores mobiliários (circulantes e não circulantes) é subtraído pela dívida bruta, obtém-se o Caixa (Dívida) Líquida. O Caixa (Dívida) Líquida Ajustada refere-se ao Caixa (Dívida) Líquida subtraído do contas a receber de cartões de crédito não descontado (terceiros e de partes relacionadas). O Caixa (Dívida) Líquida/EBITDA é calculado como Caixa (Dívida) Líquida dividido pelo EBITDA. O Caixa (Dívida) Líquida Ajustada/EBITDA é calculado pelo Caixa (Dívida) Líquida Ajustada dividido pelo EBITDA.

Dívida Bruta, Caixa (Dívida) Líquida, Caixa (Dívida) Líquida Ajustada, Caixa (Dívida) Líquida/EBITDA e Caixa (Dívida) Líquida Ajustada/EBITDA não são medidas contábeis

reconhecidas pelas práticas contábeis adotadas no Brasil nem pelas Normas Internacionais de Relatório Financeiro – *International Financial Reporting Standards* (IFRS), emitidas pelo *International Accounting Standard Board* (IASB) e não possuem significado padrão. Outras empresas podem calcular a Dívida Bruta, Caixa (Dívida) Líquida, Caixa (Dívida) Líquida Ajustada, Caixa (Dívida) Líquida/EBITDA e Caixa (Dívida) Líquida Ajustada/EBITDA de maneira diferente da Companhia. A administração da Companhia entende que a medição do Caixa (Dívida) Líquida é útil na avaliação do grau de alavancagem financeira em relação ao fluxo de caixa operacional.

(em R\$ mil, exceto %)	Em 31 de dezembro de	
	2024	2023
Empréstimos, financiamentos(circulante) ¹	(1.402.168)	(2.954.347)
Empréstimos, financiamentos(não circulante)	(3.179.992)	(4.400.508)
Dívida Bruta	(4.582.160)	(7.354.855)
Caixa e equivalentes de caixa	1.827.197	2.593.346
Títulos e valores mobiliários(circulante)	337.894	779.072
Títulos e valores mobiliários (não circulante)	-	-
Caixa (Dívida) Líquida	(2.417.069)	(3.982.437)
Cartões de crédito terceiros ¹	4.128.941	4.499.274
Cartão de crédito de partes relacionadas ¹	1.588.883	1.222.793
Caixa Líquido Ajustado	3.300.755	1.739.630
Dívida bruta de curto prazo (circulante) /Dívida Bruta	30,6%	40,2%
Dívida bruta de longo prazo (não circulante)/Dívida Bruta	69,4%	59,8%

(1) Atualmente é prática da Companhia a antecipação de recebíveis de cartões de créditos de terceiros e de partes relacionadas. Assim, são ajustados ao caixa líquido, propiciando melhor leitura do desempenho financeiro e liquidez da Companhia.

(em R\$ mil, exceto índice)	Em 31 de dezembro de	
	2024	2023
EBITDA	2.895.720	870.542
Caixa (Dívida) Líquido(a) / EBITDA	(0,8)x	(4,6)x
Caixa Líquido Ajustado / EBITDA	1,1 x	2,0 x

Capital de Giro e Capital de Giro Ajustado

Calculamos o Capital de Giro como sendo o ativo circulante menos o saldo de: (i) caixa e equivalentes de caixa; e (ii) títulos e valores mobiliários (circulante), subtraído dos saldos do passivo circulante menos o saldo de: (a) empréstimos, financiamentos, e (b) dividendos a pagar. O Capital de Giro Ajustado refere-se ao Capital de Giro subtraído do saldo de contas a receber de cartões de crédito (terceiros e de partes relacionadas). Atualmente é prática da Companhia a antecipação de recebíveis de cartões de créditos de terceiros e de partes relacionadas. Assim, são ajustados ao Capital de Giro, propiciando melhor leitura do desempenho financeiro e liquidez da Companhia.

O Capital de Giro e o Capital de Giro Ajustado não são medidas contábeis reconhecidas pelas práticas contábeis adotadas no Brasil nem pelas Normas Internacionais de Relatório Financeiro – *International Financial Reporting Standards* (IFRS), emitidas pelo *International Accounting Standard Board* (IASB) e não possuem significado padrão. Outras empresas podem calcular o Capital de Giro e o Capital de Giro Ajustado de maneira diferente da Companhia. A administração da Companhia entende que a medição do Capital de Giro e do Capital de Giro Ajustado são úteis no gerenciamento dos direitos e obrigações de curto prazo (circulante).

(em R\$ mil, exceto %)	Em 31 de dezembro de	
	2024	2023
Ativo circulante	19.550.824	20.221.163
Caixa e equivalentes de caixa	(1.827.197)	(2.593.346)
Títulos e valores mobiliários (circulante)	(337.894)	(779.072)
Ativo Circulante Operacional	17.385.733	16.848.745
Passivo circulante	16.710.550	17.408.127
Empréstimos, financiamentos (circulante)	(1.402.168)	(2.954.347)
Dividendos a pagar	-	-
Passivo Circulante Operacional	15.308.382	14.453.780
Capital de Giro	2.077.351	2.394.965
Cartões de crédito terceiros	(4.128.941)	(4.499.274)
Cartão de crédito de partes relacionadas	(1.588.883)	(1.222.793)
Capital de Giro Ajustado	(3.640.473)	(3.327.102)

Ativo não Circulante Ajustado, Passivo não Circulante Ajustado e Capital Fixo

Calculamos o Ativo não Circulante Ajustado como sendo o total do ativo não circulante desconsiderando o saldo de títulos e valores mobiliários (não circulante). Calculamos o Passivo não Circulante Ajustado como total do passivo não circulante desconsiderando o saldo de empréstimos, financiamentos (não circulante). Calculamos o Capital Fixo como Ativo não Circulante Ajustado subtraindo o Passivo não circulante Ajustado.

O Ativo não Circulante Ajustado, o Passivo não Circulante Ajustado e o Capital Fixo não são medida contábeis reconhecidas pelas práticas contábeis adotadas no Brasil nem pelas Normas Internacionais de Relatório Financeiro – *International Financial Reporting Standards* (IFRS), emitidas pelo *International Accounting Standard Board* (IASB) e não possuem significado padrão. Outras empresas podem calculá-las de maneiras diferentes da Companhia. A administração da Companhia entende que a medição do Ativo não Circulante Ajustado, do Passivo não Circulante Ajustado e do Capital Fixo também são úteis no gerenciamento dos direitos e obrigações de longo prazo.

(em R\$ mil, exceto %)	Em 31 de dezembro de	
	2024	2023
Total do ativo não circulante	17.761.034	17.233.904
Títulos e valores mobiliários (não circulante)	-	-
Total do ativo não circulante ajustado	17.761.034	17.233.904
Total do passivo não circulante	9.282.046	10.436.406
Empréstimos, financiamentos (não circulante)	(3.179.992)	(4.400.508)
Total do passivo não circulante ajustado	6.102.054	6.035.898
Capital Fixo	11.658.980	11.198.006

Lucro líquido operacional - NOPLAT

O lucro líquido operacional – NOPLAT (*Net Operating Profits Less Adjusted Taxes*) é o lucro líquido antes do resultado financeiro, exceto os encargos sobre antecipação de cartão de crédito, líquidos do efeito calculado de imposto de renda e contribuição social. Acreditamos que o lucro líquido operacional é uma importante ferramenta comparativa para mensurar, periodicamente, o nosso desempenho operacional, de modo a embasar determinadas decisões de natureza administrativa e cálculo de indicadores.

O Lucro líquido operacional não é uma medida contábil segundo as Práticas Contábeis Adotadas no Brasil ou IFRS, e não deve ser considerado como alternativa ao lucro líquido e não poderá ser considerado para o cálculo de distribuição de dividendos. O Lucro líquido operacional não possui significado padrão e a nossa definição de Lucro líquido operacional pode não ser comparável com a definição de lucro líquido operacional de outras companhias.

Cálculo do Lucro líquido operacional

(em R\$ mil, exceto %)	Exercício social encerrado em 31 de dezembro de	
	2024	2023
Lucro líquido	448.717	(979.104)
(+) Resultado financeiro líquido	1.475.048	1.692.219
(-) Despesas financeiras: Encargos sobre antecipação de cartão de crédito ¹	(914.680)	(1.120.188)
Impostos		
(+/-) Efeito IR/CS sobre resultado financeiro ²	(501.516)	(575.354)
(+/-) Efeito IR/CS sobre despesas financeiras: Encargos sobre antecipação de cartão de crédito ³	310.991	380.864
Lucro líquido operacional - NOPLAT	818.560	(601.563)

(1) As despesas com encargos sobre antecipação de cartão de crédito são ajustados ao lucro líquido operacional por se tratarem de despesas financeiras diretamente atribuíveis às receitas de vendas, onde se utiliza o meio de pagamento cartão de crédito.

(2) Efeito calculado pela alíquota vigente de imposto de renda e contribuição social (34%) sobre o resultado financeiro.

(3) Efeito calculado pela alíquota vigente de imposto de renda e contribuição social (34%) sobre os encargos sobre antecipação de cartão de crédito.

ROIC, ROE, Capital Investido Total e Capital Investido Médio

O ROIC (*Return on Invested Capital*) é o lucro líquido operacional (NOPLAT) dividido pelo capital investido total da Companhia. O ROE (*Return on Equity*) é o lucro líquido dividido pelo Patrimônio Líquido da Companhia. O Capital Investido Total é calculado pela soma do Capital de Giro e do Capital Fixo, enquanto o Capital Investido Médio é a média do Capital Investido no exercício atual e no exercício anterior.

O ROIC, o ROE, o Capital Investido Total e o Capital Investido Médio não são medidas contábeis reconhecidas pelas práticas contábeis adotadas no Brasil nem pelas Normas Internacionais de Relatório Financeiro – *International Financial Reporting Standards* (IFRS), emitidas pelo *International Accounting Standard Board* (IASB) e não possuem significado padrão. Outras empresas podem calcular o ROIC, o ROE, o Capital Investido Total e o Capital Investido Médio de maneira diferente da Companhia. A administração da Companhia entende que a medição do ROIC, ROE, Capital Investido Total e Capital Investido Médio são úteis para a medição do resultado e do retorno da Companhia em relação aos seus investimentos, sendo uma ferramenta comparativa significativa para mensurar, periodicamente, o nosso desempenho operacional, de modo a embasar determinadas decisões de natureza administrativa e cálculo de indicadores.

Cálculo do ROIC, ROE, Capital Investido Total e Capital Investido Médio

(em R\$ mil, exceto %)	Em 31 de dezembro de	
	2024	2023
Capital de Giro ¹	2.077.351	2.394.965
Capital Fixo ¹	11.658.980	11.198.006
Capital Investido Total ²	13.736.331	13.592.971
Lucro Líquido Operacional – NOPLAT ¹	818.560	(601.563)
ROIC	6,0%	-4,4%
Patrimônio Líquido	11.319.262	9.610.534
Lucro líquido	448.717	(979.104)
ROE	4,0%	-10,2%

(1) O cálculo para a reconciliação do capital de giro, capital fixo e lucro líquido operacional - NOPLAT estão descritos neste item 3.2.

(2) O Capital Investido Total refere-se à soma do Capital de Giro e o Capital Fixo.

A administração reitera que as medições não contábeis apresentadas neste item não devem ser consideradas isoladamente, ou como indicadores substitutos para medir quaisquer outras medições contábeis.

A administração da Companhia esclarece que não houve eventos subsequentes divulgados em suas últimas demonstrações financeiras.

a. Regras sobre retenção de lucros	A retenção de lucros da Companhia é regulada pela Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, conforme alterada (“<u>Lei das Sociedades por Ações</u>”), e pelo artigo 33 do Estatuto Social da Companhia, que prevê a seguinte destinação para o resultado apurado no exercício, após os ajustes e deduções previstos em lei (incluindo a dedução de prejuízos acumulados, se existentes, bem como a provisão para o imposto sobre a renda e contribuição social sobre o lucro): Reserva Legal: 5% (cinco por cento) para a formação da reserva legal, até atingir 20% (vinte por cento) do capital social subscrito. Reserva de reforço de capital de giro: que poderá compreender até a totalidade do lucro remanescente, após o pagamento do dividendo mínimo obrigatório no montante de 15% (quinze por cento), nos termos do artigo 34 do Estatuto Social, limitada ao valor do capital social subscrito.
a.i. Valores das retenções de lucros	No exercício social de 2024, o lucro apurado foi integralmente absorvido pelo saldo dos prejuízos acumulados. Por essa razão, não há proposta de retenção de lucro com base nas Demonstrações Financeiras relativas ao exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2024.
a.ii. Percentuais em relação aos lucros totais declarados	Não aplicável, <i>vide</i> item “a.i” acima.
b. Regras sobre distribuição de dividendos	O Estatuto Social da Companhia prevê que pelo menos 15% do lucro líquido ajustado seja, anualmente, distribuído aos acionistas a título de dividendo obrigatório. Adicionalmente, por deliberação do Conselho de Administração, o dividendo obrigatório poderá ser pago antecipadamente, no curso do exercício, <i>ad referendum</i> da Assembleia Geral Ordinária. Também poderão ser declarados dividendos à conta de lucros apurados em balanço intermediário no curso do exercício (dividendos intercalares), ou à conta de reservas de lucros existentes no último balanço anual ou semestral (dividendos intermediários). Finalmente, o Conselho de Administração poderá declarar juros sobre o capital próprio, nos termos do artigo 9º, parágrafo 7º, da Lei nº 9.249/95, e imputá-los ao pagamento do dividendo mínimo obrigatório, <i>ad referendum</i> da Assembleia Geral Ordinária. Sobre os dividendos declarados não há incidência de correção monetária ou juros de qualquer natureza até a data do efetivo pagamento.
c. Periodicidade das distribuições de dividendos	Em 31 de dezembro de 2024, a política de distribuição de dividendos da Companhia previa a declaração anual de dividendos (ressalvada a possibilidade de distribuição de dividendos intercalares ou intermediários).
d. Restrições à distribuição de dividendos impostas por legislação ou regulamentação especial, assim como	Não há restrições impostas por legislação ou regulamentação especial, tampouco por decisões judiciais, administrativas ou arbitrais. Entretanto, conforme indicado no item 2.1(f) acima, a Companhia está sujeita a restrições quanto à distribuição de dividendos e

2024	
contratos, decisões judiciais, administrativas ou arbitrais	pagamento de juros sobre capital próprio caso esteja inadimplente com suas obrigações financeiras, nos termos das Escrituras de Emissão de Debêntures.
e. Política de destinação de resultados formalmente aprovada	Em 31 de dezembro de 2024, a Companhia possuía Política de Destinação de Resultados, aprovada pelo Conselho de Administração em 31 de julho de 2018, estabelecendo as diretrizes para a destinação dos resultados auferidos pela Companhia e buscando dar transparência aos acionistas, investidores e demais interessados acerca dos processos adotados para tanto. A Política de Destinação de Resultados encontra-se disponível para acesso em ri.magazineluiza.com.br.

(a) os ativos e passivos detidos pela Companhia, direta ou indiretamente, que não aparecem no seu balanço patrimonial (*off-balance sheet items*), tais como: (i) carteiras de recebíveis baixadas sobre as quais a entidade não tenha retido nem transferido substancialmente os riscos e benefícios da propriedade do ativo transferido, indicando respectivos passivos; (ii) contratos de futura compra e venda de produtos ou serviços; (iii) contratos de construção não terminada; (iv) contratos de recebimentos futuros de financiamentos

Os Diretores da Companhia esclarecem que não existiam ativos e passivos não evidenciados nos balanços patrimoniais da Companhia em 31 de dezembro de 2024.

Não aplicável.

(a) investimentos

(i) descrição quantitativa e qualitativa dos investimentos em andamento e dos investimentos previstos

No exercício social findo em 31 de dezembro de 2024, os investimentos na aquisição e manutenção de imobilizado e ativo intangível somaram R\$ 729,5 milhões, com destaque para os investimentos: (a) em expansão da logística, incluindo o Fulfillment Magalu; (b) em tecnologia, inovação, pesquisa e desenvolvimento, incluindo a expansão do Luizalabs e da Magalu Cloud; (c) na evolução da plataforma de marketplace, da experiência do usuário (UX) e dos serviços e Ads e Fintech.

(ii) fontes de financiamento dos investimentos

Os investimentos da Companhia são suportados principalmente pela nossa geração de caixa e, sempre que necessário, por meio de empréstimos e financiamentos junto a terceiros, conforme detalhados no item 2.1 deste Anexo I.

(iii) desinvestimentos relevantes em andamento e desinvestimentos previstos

Não aplicável, tendo em vista que a Companhia não tem desinvestimentos relevantes em andamento ou previsão de realizá-los.

(b) desde que já divulgada, indicar a aquisição de plantas, equipamentos, patentes ou outros ativos que devam influenciar materialmente a capacidade produtiva da Companhia

Além da aquisição do Kabum Comércio Eletrônico S.A. (2021), informada em detalhe no item 1.12 do Formulário de Referência da Companhia, não houve a aquisição de quaisquer plantas, equipamentos, patentes ou outros ativos que possam influenciar de maneira significativa a capacidade produtiva da Companhia.

(c) novos produtos e serviços

(i) descrição das pesquisas em andamento já divulgadas

Não aplicável, tendo em vista que a Companhia não possui pesquisas relevantes em andamento relativas a novos produtos e serviços previstos em seu plano de negócios.

(ii) montantes totais gastos em pesquisas para desenvolvimento de novos produtos ou serviços

Não aplicável, *vide* item (i) acima.

(iii) projetos em desenvolvimento já divulgados

Não aplicável, tendo em vista que a Companhia não possui, em seu plano de negócios, projetos relevantes ainda em fase de desenvolvimento.

(iv) montantes totais gastos no desenvolvimento de novos produtos ou serviços

Não aplicável, *vide* item (iii) acima.

(d) oportunidades inseridas no plano de negócios da Companhia relacionadas a questões ASG

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

Nosso propósito se realiza de maneira bem-sucedida na medida em que também endereçamos nossa visão de sustentabilidade. Elegemos 4 pilares fundamentais nesta agenda, altamente materiais para a companhia e totalmente convergentes com nossa maneira de fazer negócios e de transformar realidades. São eles: Clima, Circularidade, Pessoas e Comunidade.

Na seara de Clima, temos como diretrizes (i) reduzir a pegada de carbono pela otimização, ganho de eficiência e inovação em transportes, considerando o uso de combustíveis e nossa malha logística; e (ii) ampliar o abastecimento de energia de nossa operação por fontes renováveis, com foco na geração solar por modelo distribuído. Já no campo da Circularidade, como um dos maiores vendedores de equipamentos eletroeletrônicos do Brasil, nossa ambição é (i) ser um vetor relevante de coleta e de reciclagem de resíduos eletroeletrônicos no país; além de (ii) reduzir o uso de plástico virgem em embalagens ao consumidor e na operação de nossos centros de distribuição e hubs logísticos. Na frente de Pessoas, priorizamos (i) promover diversidade, inclusão e equidade de oportunidades para grupos sub representados (mulheres, negros, LGBT+ e PCDs), além de (ii) garantir cadeias de valor éticas e sustentáveis por meio do desenvolvimento de parceiros e de mecanismos de rastreabilidade de fornecedores. No pilar de Comunidade, (i) combater todos os tipos de violência contra a mulher e promover inclusão social pelo empreendedorismo são bandeiras do Magalu; além de (ii) apoiar projetos sociais de comunidades de relacionamento e responder a situações de calamidade em nível regional e nacional.

A companhia não possui outras informações que influenciaram de maneira relevante o desempenho operacional além dos citados nos outros itens desta seção.

As projeções indicadas neste item se referem ao período que se encerrou em 31 de dezembro de 2023, não tendo sido divulgadas projeções para períodos posteriores.

(a) objeto da projeção

A Companhia possuía indicadores operacionais-chave que demonstravam a evolução da sua estrutura logística, como número de centros de distribuição, unidades de *cross-docking*, área total de armazenagem e número de lojas. Dada a sua operação multicanal, ou seja, lojas e *e-commerce* totalmente integrados, a área total de armazenagem inclui também a parte da área das lojas que é destinada para o manuseio e estoque de mercadorias.

(b) período projetado e o prazo de validade da projeção

As projeções indicadas neste item se referem ao período encerrado em 31 de dezembro de 2023, tendo o seu prazo de validade se encerrado na referida data. Assim, uma vez ultrapassado esse prazo, as projeções foram encerradas.

(c) premissas da projeção, com a indicação de quais podem ser influenciadas pela administração do emissor e quais escapam ao seu controle

Aquelas projeções estavam sujeitas a riscos e incertezas, e tiveram como base crenças e suposições razoáveis da nossa Diretoria e Conselho de Administração, bem como informações que a Companhia tinha acesso naquele momento, considerando, principalmente, no que se refere à Companhia:

- demanda de mercado para os produtos comercializados pela Companhia;
- desempenho da economia brasileira e internacional, incluindo taxas de inflação, taxas de juros, crescimento do PIB - Produto Interno Bruto e crescimento populacional;
- impacto da pandemia de COVID-19 e a capacidade da Companhia de gerenciar seus negócios para 2021; e
- estratégia da administração para expansão orgânica, inorgânica e gestão de capital.

(d) valores dos indicadores que são objeto da previsão

	Realizado 2023	Previsão Divulgada 2023
Total de Unidades Logísticas	168	450
Número de Centros de Distribuição	21	33
Número de Cross-dockings	147	417
Número de Lojas	1.286	1.680
Área Total de Armazenagem	1.131	2.000

(a) informar quais estão sendo substituídas por novas projeções incluídas neste Formulário de Referência e quais delas estão sendo repetidas neste Formulário de Referência

As projeções mencionadas no item 3.1 foram encerradas em 31 de dezembro de 2023, após o término do seu prazo de validade, e, desde então, a Companhia não divulgou projeções para períodos posteriores.

(b) quanto às projeções relativas a períodos já transcorridos, comparar os dados projetados com o efetivo desempenho dos indicadores, indicando com clareza as razões que levaram a desvios nas projeções

A capacidade de a Companhia alcançar as projeções relativas ao período contábil encerrado em 31 de dezembro de 2023 foi fortemente influenciada pela deterioração do cenário macroeconômico, com forte aumento da taxa de juros. O referido cenário impactou, principalmente, as vendas das categorias de bens duráveis, tanto no âmbito das suas lojas físicas quanto no âmbito das suas operações via *e-commerce*.

A Companhia adotou diversas medidas para mitigar o efeito do aumento dos juros, entre as quais cumpre destacar a redução de estoque, diminuindo, portanto, a necessidade de expansão da área de armazenagem da Companhia.

Os investimentos em novas lojas também foram revistos devido às altas taxas de juros. Dessa forma, a Companhia encerrou o ano de 2023 com um número menor de lojas e centros de distribuição do que o inicialmente previsto, ainda que com uma estrutura mais enxuta e eficiente, adaptada à realidade de mercado atual.

Vale destacar que essas medidas desempenharam um papel fundamental para o atingimento dos resultados obtidos ao longo de 2023, contribuindo significativamente para a forte expansão das margens operacionais e melhorias na geração de caixa operacional.

(c) quanto às projeções relativas a períodos ainda em curso, informar se as projeções permanecem válidas na data de entrega deste Formulário de Referência e, quando for o caso, explicar por que elas foram abandonadas ou substituídas

As projeções mencionadas no item 3.1 foram encerradas diante do término do seu prazo de validade em 31 de dezembro de 2023, e a Companhia atualmente não mantém nenhuma projeção para períodos posteriores divulgada.

O investimento nos valores mobiliários de emissão da Companhia envolve a exposição a determinados riscos, conhecidos ou não. Antes de tomar qualquer decisão de investimento em qualquer valor mobiliário de emissão da Companhia, os potenciais investidores devem analisar cuidadosamente todas as informações contidas neste Formulário de Referência, os riscos mencionados abaixo e as demonstrações financeiras da Companhia e respectivas notas explicativas. Os negócios atuais e futuros, situação patrimonial e financeira, resultados operacionais, fluxo de caixa, liquidez, demais indicadores financeiros e não financeiros e/ou a reputação da Companhia poderão ser afetados de maneira adversa por qualquer dos fatores de risco descritos neste Formulário de Referência. Os riscos descritos são aqueles que a Companhia conhece e acredita que, na data deste Formulário de Referência, podem afetar a Companhia e suas subsidiárias adversamente. Além disso, riscos adicionais não conhecidos ou considerados irrelevantes pela Companhia na data deste Formulário de Referência também poderão afetar a Companhia adversamente. O preço de mercado dos valores mobiliários de emissão da Companhia poderá diminuir em razão de qualquer desses e/ou de outros fatores de risco, hipóteses em que os atuais e/ou potenciais investidores poderão perder substancial ou totalmente o seu investimento nos valores mobiliários de emissão da Companhia.

Para os fins desta seção “4. Fatores de Risco”, exceto se expressamente indicado de maneira diversa ou se o contexto assim o exigir, a menção ao fato de que um risco, incerteza ou problema poderá causar ou ter ou causará ou terá “efeito adverso” ou “efeito negativo” para a Companhia, ou expressões similares, significa que tal risco, incerteza ou problema poderá ou poderia causar efeito adverso relevante na nossa participação no mercado, na nossa reputação, nos negócios atuais e futuros, situação patrimonial e financeira, resultados operacionais, fluxo de caixa, liquidez e demais indicadores financeiros e não financeiros da Companhia e das suas controladas, bem como no preço dos valores mobiliários de emissão da Companhia. Expressões similares incluídas nesta seção “4. Fatores de Risco” devem ser compreendidos nesse contexto.

Não obstante a subdivisão desta seção “4. Fatores de Risco”, determinados fatores de risco que estejam em um item podem também se aplicar a outros itens.

(a) à Companhia

Possibilidade de novas pandemias declaradas pela OMS

Não há previsibilidade quanto ao eventual surgimento de uma nova onda de disseminação do vírus, sua extensão ou duração de seus impactos, tampouco quanto à efetividade de eventuais programas de imunização da população. Não obstante, caso referido cenário se concretize, a Companhia poderá, enquanto persistirem eventuais medidas de restrições à circulação e eventuais medidas de isolamento por quarentenas e lockdowns, ser submetida a diversos efeitos adversos, tais como (i) a redução de vendas de lojas físicas e a consequente redução da diluição de despesas fixas, (ii) dificuldades no abastecimento de mercadorias para revenda, (iii) aumento dos preços de aquisição de mercadorias para revenda, (iv) aumento das despesas com frete das vendas do e-commerce e (v) redução das margens de retorno nos meses subsequentes.

Outros surtos de doenças transmissíveis, tais como as provocadas pelo novo coronavírus, podem ocorrer futuramente e afetar significativamente a economia e nossas operações. Nessa hipótese, não há garantias de que a Companhia será capaz de tomar as providências necessárias para mitigar os riscos de tais impactos adversos nos seus negócios.

Adicionalmente, qualquer mudança material nos mercados financeiros ou na economia brasileira como resultado desse evento mundial poderá acarretar na redução do interesse de investidores nacionais e estrangeiros em valores mobiliários de emissores brasileiros, incluindo os valores mobiliários de emissão da Companhia, o que pode afetar adversamente o preço de mercado de

tais valores mobiliários e dificultar o acesso ao mercado de capitais e ao financiamento das operações da Companhia no futuro.

Violações à Lei Anticorrupção e leis anticorrupção semelhantes

A Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013 (“Lei Anticorrupção”) introduziu o conceito de responsabilidade objetiva para pessoas jurídicas envolvidas em atos lesivos à administração pública, sujeitando o infrator a penalidades cíveis e administrativas. Semelhante à Foreign Corrupt Practice Act dos Estados Unidos da América e à United Kingdom Bribery Act, do Reino Unido, a Lei Anticorrupção brasileira considera sanções administrativas a serem aplicadas em consequência de um ato lesivo à administração pública. Os procedimentos e mecanismos internos de compliance da Companhia podem não ser capazes de detectar eventuais violações à Lei Anticorrupção e legislação correlata, de modo que a Companhia não pode garantir que conseguirá prevenir ou detectar todas as práticas inapropriadas, fraudes ou violações à Lei Anticorrupção e leis anticorrupção semelhantes por qualquer administrador, funcionário, empregado ou representantes da Companhia. O não cumprimento de leis de combate à corrupção ou quaisquer investigações de má conduta ou execução de ações pode resultar na aplicação de multas, perda de alvarás de funcionamento e danos à reputação da Companhia, bem como a outras penalidades, podendo afetar a Companhia de modo adverso.

De modo a garantir a efetividade de seus controles internos e promover o alinhamento às práticas de governança corporativa do mercado e do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC), e utilizando como base as contribuições da sociedade por meio do Canal de Denúncias externo e demais canais de comunicação da Companhia, o Magazine Luiza trata com responsabilidade e seriedade o combate à corrupção, tendo implementado, além do Código de Ética e Conduta, o Manual Anticorrupção e Antissuborno, e outras normas internas que estabelecem as diretrizes segundo as quais o Magazine Luiza conduz esse processo, sendo reconhecido e aceito externamente.

Se não implementarmos totalmente nossa estratégia de crescimento e transformação digital, nossas operações poderão ser adversamente afetadas.

A implementação e o contínuo alinhamento das principais iniciativas e ações relativas à nossa estratégia de crescimento e transformação digital dependem de fatores críticos de sucesso, dentre os quais a competência e capacidade da Companhia de:

- Proteger o poder de sua marca;
- Abrir novas lojas físicas, novas operações de e-commerce e expandir a sua cobertura geográfica;
- Expandir e reter a sua base de sellers em sua plataforma digital, bem como fortalecer e expandir a oferta e variedade de serviços que lhes são oferecidas, em condições competitivas;
- Alavancar as vendas e aumentar a rentabilidade das operações da Companhia para clientes atuais e para atrair novos clientes;
- Fortalecer e expandir a oferta e variedade de produtos e distintos serviços em condições competitivas para a base de clientes da Companhia;
- Aperfeiçoar a experiência de vendas por meio da multicanalidade alinhada com a competente gestão das operações comerciais, logísticas e de gestão de estoques;
- Gerenciar a captação e aplicação de recursos financeiros da Companhia; e

- Dar continuidade à estratégia de transformação digital da Companhia, por meio da inclusão digital de seus clientes, o aprimoramento contínuo de suas operações multicanais, desenvolvimento de nossa plataforma digital e os produtos e serviços a ela associados, reformulação e digitalização de suas lojas físicas e fortalecimento de sua cultura digital.

A Companhia não pode assegurar que quaisquer destes objetivos serão realizados com êxito, simultaneamente e por completo. O insucesso em implementar tais estratégias pode afetar adversamente seus negócios.

Se não conseguirmos manter nossa cultura e nossa marca no processo de expansão, nossas operações poderão ser adversamente afetadas.

Acreditamos que nosso potencial de crescimento e o alcance de nossas metas corporativas orientadas por resultados positivos financeiros e não financeiros estão diretamente relacionados à capacidade da Companhia de atrair e manter os melhores colaboradores compromissados com a sua cultura e a sua marca.

Na medida em que os negócios da Companhia expandem para diferentes naturezas e localidades, podemos ser incapazes de identificar, contratar e reter um número suficiente de colaboradores alinhados à cultura corporativa da Companhia. Tal falha poderia resultar na piora em nosso atendimento ao cliente e/ou no desempenho dos nossos colaboradores, e consequentemente em um enfraquecimento da marca da Companhia. Entendemos que nossa cultura organizacional e a nossa marca são cruciais para o seu plano de negócios. O insucesso em manter tal cultura e marca pode afetar adversamente os negócios e resultados operacionais da Companhia.

A perda de membros da nossa alta administração e/ou a incapacidade de atrair e reter diretores qualificados podem causar um efeito adverso sobre as nossas atividades, situação patrimonial e financeira e resultados operacionais.

O crescimento e desempenho da Companhia dependem em grande parte de esforços e da capacidade da sua alta administração formada por experientes executivos e funcionários-chave experientes que detêm amplo conhecimento dos seus negócios. A perda dos membros da alta administração da Companhia poderá afetar os seus negócios e seus resultados operacionais e financeiros de modo adverso e relevante. Além disso, caso a Companhia venha a perder algum desses profissionais-chave, é possível que a Companhia não consiga atrair novos profissionais com a mesma qualificação para substituí-los. O sucesso da Companhia também depende da habilidade em identificar, atrair, contratar, treinar, reter, motivar e gerir profissionais altamente qualificados nas áreas técnicas, de gestão, tecnologia, marketing e serviços aos clientes. A competição por tais funcionários altamente qualificados é intensa, e é possível que a Companhia não seja capaz de atrair, contratar, reter, motivar e gerir suficientemente com sucesso tais profissionais qualificados. Caso a Companhia não seja capaz de atrair ou manter profissionais qualificados para administrar e expandir suas operações, poderemos não ter capacidade para conduzir os negócios da Companhia com sucesso e, consequentemente, os seus resultados operacionais e financeiros poderão ser adversamente afetados.

Podemos ser responsabilizados pelo inadimplemento e comercialização de produtos inadequados por parte de vendedores parceiros cadastrados em nossa plataforma de marketplace, podendo causar danos à nossa imagem, marcas e aos nossos resultados operacionais e financeiros.

Por meio de sua plataforma de marketplace, a Companhia permite que vendedores parceiros se cadastrem e ofereçam seus produtos dentro de seus canais de e-commerce. Por meio deste modelo, a Companhia atua como intermediária das transações de venda, de modo que o cumprimento das obrigações e responsabilidades dos vendedores parceiros perante os respectivos clientes não estão sob seu controle. Caso algum desses vendedores parceiros não cumpra com

suas obrigações perante os clientes, a Companhia poderá ter seus indicadores de atendimento ao cliente impactados negativamente, sofrer sanções de órgãos reguladores e ser submetida a um aumento no número de ações judiciais na esfera cível e tributária, dentre outros, bem como ser obrigada a arcar com os custos incorridos por tais clientes que adquiriram seus produtos por meio da plataforma de marketplace.

Adicionalmente, a Companhia poderá ser responsabilizada em razão de vendedores parceiros comercializarem, ou mesmo cadastrarem e oferecerem em sua plataforma, produtos falsificados, ilícitos e/ou ilegais, bem como que infrinjam direitos de propriedade intelectual ou de distribuição. Estes aspectos podem afetar adversamente os resultados operacionais e financeiros, a imagem e a reputação da Companhia, bem como gerar, em última instância, uma queda no valor de suas ações.

Problemas em nossos sistemas de tecnologia da informação, ou a incapacidade (inclusive Luizalabs) de acompanhar a velocidade do desenvolvimento da tecnologia, poderão impactar adversamente nossas operações.

As operações da Companhia e de suas controladas dependem em grande parte do seu sistema de tecnologia da informação, que configura importante ferramenta de administração de seus recursos e controle dos seus ativos tangíveis e intangíveis relevantes. Problemas de operação ou de segurança em seus sistemas podem causar temporariamente a interrupção de seu funcionamento. Caso não sejamos capazes de efetuar os reparos a tempo e, se essa eventual interrupção se prolongar e causar a indisponibilidade de acesso ao sistema e/ou às informações, as operações e controles operacionais e financeiros da Companhia podem ser prejudicados, o que pode afetar adversamente os seus resultados. Caso a Companhia, (inclusive Luizalabs) não seja capaz de atualizá-los de maneira constante, acompanhando a velocidade do desenvolvimento tecnológico, as suas operações poderão ser prejudicadas, o que pode afetar adversamente os seus resultados.

O sucesso e habilidade da Companhia de vender produtos online e oferecer serviços de alta qualidade a seus clientes dependem da operação eficiente e ininterrupta de seus sistemas de tecnologia da informação e computação. Qualquer falha dos sistemas de computação e tecnologia da informação da Companhia em operar efetivamente ou de se integrar a outros sistemas, inadequações de performance ou violações em segurança pode causar interrupções ou falhas nos sistemas e, conseqüentemente, a indisponibilidade de nosso e-commerce, a efetivação de pedidos de vendas e a entrega de produtos, resultando em perdas à performance de vendas do e-commerce da Companhia.

Adicionalmente, falhas nos controles de segurança da rede também podem afetar a performance da Companhia, uma vez que os servidores são vulneráveis a ataques de vírus e quebras na segurança, podendo causar interrupções, atrasos, perdas de dado ou incapacidade de aceitar e completar ordens. Os sistemas de back-up da Companhia para determinados aspectos de suas operações não são totalmente redundantes e o seu plano de recuperação de desastres pode não cobrir todos estes eventos.

Quaisquer falhas ou problemas podem, no futuro, afetar adversamente o número de clientes interessados em comprar os produtos oferecidos pela Companhia. Entre os eventos que, caso ocorram, poderiam prejudicar significativamente as operações da Companhia, destacam-se: falhas no sistema e interrupções por perda de energia, falhas em telecomunicações, sabotagem, vandalismo, ataques terroristas e situações similares, erros de softwares, vírus de computadores e disfunções físicas ou eletrônicas nos sistemas de computadores e data centers da Companhia. Além disso, quaisquer interrupções que afetem os sites da Companhia também poderiam causar danos à sua reputação, demandar gastos significativos de capital e outros recursos e expor a Companhia a riscos de perdas e processos judiciais. A Companhia não contrata seguros de

interrupção de negócios para compensação por perdas que possam ocorrer como resultado de quaisquer desses eventos. Assim, os resultados das operações da Companhia podem ser negativamente afetados caso qualquer das interrupções descritas acima ocorra.

Interrupções ou falhas dos sistemas informatizados podem afetar nossas vendas.

O desempenho de vendas da Companhia e de suas controladas pode ser impactado em caso de interrupções ou falhas de sistema que venham a tornar os canais do *e-commerce* e sistemas de lojas indisponíveis ou que impeçam o atendimento dos pedidos e a expedição das vendas de forma eficiente. Adicionalmente, falhas nos controles de segurança de rede podem também afetar o desempenho, uma vez que os servidores estão vulneráveis a vírus, quebras ou panes, que podem resultar em interrupções, atrasos, perda de dados ou na incapacidade de aceitar e atender aos pedidos dos clientes, podendo impactar adversamente nossos resultados operacionais.

Uma falha no nosso sistema de segurança, ou de nossas controladas, com relação à proteção de informações confidenciais de nossos clientes e de nossa rede poderá prejudicar a nossa reputação e nossa marca e afetar substancialmente nosso negócio e os resultados das operações.

Uma das maiores dificuldades relacionadas ao comércio eletrônico, comunicação online e tecnologia da informação é a transmissão segura de informações confidenciais em redes públicas e o armazenamento seguro de dados em nossos sistemas conectados a redes públicas. Eventuais quebras de segurança relacionadas aos dados armazenados pela Companhia poderão prejudicar a sua reputação e marca e, ainda, afetar substancialmente os negócios e os resultados das suas operações. Atualmente, a maior parte das vendas da Companhia é debitada diretamente das contas de cartão de crédito e débito de seus clientes. A Companhia depende de tecnologias de criptografia e autenticação eletrônica de terceiros para efetuar a transmissão segura de informações confidenciais, incluindo números de cartão de crédito. Avanços tecnológicos, novas descobertas no campo da criptografia ou outros desenvolvimentos poderão resultar na exposição de falhas nas tecnologias utilizadas para proteger dados pessoais fornecidos pelos clientes no âmbito das operações realizadas nos sites da Companhia. Adicionalmente, está suscetível a usos impróprios ou ilegais, incluindo vendas fraudulentas e ilícitas nos meios de pagamento aceitos pela Companhia, bem como fraudes bancárias, que podem resultar em perdas financeiras.

Além disso, a Companhia armazena banco de dados, que contém detalhadas informações demográficas e de vendas de cada um de seus clientes, em sua intranet, que está sujeita a ataques externos de usuários de redes públicas. Qualquer brecha de segurança nos sistemas da Companhia poderá prejudicar a sua reputação e marca e expor a Companhia a situações de litígio, no âmbito das quais a Companhia poderá ser obrigada a indenizar a parte prejudicada, afetando, assim, negativamente os negócios e os resultados das suas operações. Ademais, qualquer pessoa capaz de burlar as medidas de segurança adotadas pela Companhia poderá se apropriar de informações confidenciais ou causar interrupções em suas operações.

Novos incidentes dessa natureza podem sujeitar a Companhia ou suas subsidiárias a Termos de Compromisso (semelhantes ou não) ou outras penalidades nos termos da legislação aplicável, inclusive às sanções administrativas previstas na Lei Federal nº 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados - LGPD).

Adicionalmente, a Companhia está sujeita a legislações que podem exigir a notificação a respeito de eventuais brechas de segurança a órgãos reguladores, clientes ou funcionários, e a Companhia poderá ser obrigada a reembolsar clientes ou operadores de cartões de crédito por quaisquer dados furtados em decorrência de violações ao seu sistema de segurança, situações que poderiam aumentar significativamente os custos da Companhia.

Diante da dependência da tecnologia para o exercício das atividades da Companhia, a Companhia também poderá incorrer em perdas financeiras devido a impactos nas suas operações digitais. Adicionalmente, os sistemas de informação da Companhia estão expostos a vírus, códigos maliciosos (malwares), ataques cibernéticos e outros crimes, que podem interferir inesperadamente nas suas operações. Qualquer ocorrência dessa natureza poderá resultar em um efeito material adverso sobre os negócios, resultados de operações e perdas financeiras da Companhia.

Além disso, caso a Companhia não seja capaz de impedir o roubo de informações valiosas, tais como dados financeiros, informações confidenciais e propriedade intelectual, ou caso não consiga proteger a privacidade dos seus clientes e funcionários e o acesso indevido a outros dados confidenciais no âmbito de violações de rede ou de segurança de TI, é possível que a Companhia incorra em danos à sua reputação, afetando negativamente a confiança dos seus investidores e clientes. Portanto, a divulgação não autorizada de informações exclusivas ou confidenciais de clientes ou ainda de seus dados pessoais, quer seja pela violação de sistemas de computador, falha de sistema, ataques cibernéticos ou por qualquer outra forma, pode (i) prejudicar a reputação da Companhia e fazer com que esta perca os clientes existentes e os clientes em potencial; (ii) sujeitar a Companhia a penalidades previstas em lei; e (iii) afetar adversamente os negócios da Companhia, seus resultados operacionais, imagem e situação financeira.

Por fim, os custos associados a um ataque cibernético podem incluir incentivos dispendiosos, oferecidos a clientes e parceiros comerciais atuais para manter seus contratos, acrescidos de despesas com medidas de cibersegurança e o uso de recursos alternativos, perda temporária de receita com a interrupção de atividades e ações judiciais. Caso não seja possível lidar adequadamente com tais riscos de cibersegurança, ou a rede operacional e os sistemas de informação sejam comprometidos, poderá haver um efeito adverso nos negócios, na situação financeira e nos resultados operacionais da Companhia.

Nossa incapacidade ou falha em proteger nossa propriedade intelectual, bem como qualquer violação de propriedade intelectual contra nós, podem ter um impacto negativo em nossos resultados operacionais

As marcas, direitos autorais, domínios e outros ativos de propriedades intelectuais (incluindo aqueles relacionadas à tecnologia, produtos e marcas próprias) da Companhia são ativos valiosos e essenciais para o seu sucesso. Eventos como o indeferimento definitivo de seus pedidos de registro de marca perante o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) ou, ainda, o uso indevido ou não autorizado das marcas registradas da Companhia podem afetar negativamente o valor das marcas da Companhia e/ou prejudicar a sua reputação.

Nesse sentido, qualquer falha em proteger a propriedade intelectual da Companhia pode ter um efeito adverso em seus resultados operacionais. O monitoramento do uso não autorizado de propriedade intelectual é difícil, e, assim, é possível que a Companhia não obtenha êxito em proteger adequadamente os seus direitos ou impedir que terceiros se apropriem destes. Ocasionalmente, terceiros já podem ter registrado ou adquirido direitos de marcas idênticas ou similares para produtos ou soluções que atendam ao mercado da Companhia. Há também o risco de a Companhia não conseguir renovar o registro de propriedade intelectual em tempo hábil ou que os concorrentes contestem ou invalidem quaisquer direitos de propriedade intelectual existentes ou que, futuramente, sejam solicitados ou licenciadas pela Companhia. Ademais, terceiros podem alegar que os produtos ou serviços prestados pela Companhia violam seus direitos de propriedade intelectual, o que pode gerar disputas e/ou litígios relacionados aos seus ativos de propriedade intelectual que, apesar de dispendiosos e demorados, podem ser necessários para impor e determinar o escopo dos direitos de propriedade intelectual da Companhia. Caso a Companhia não obtenha êxito em assegurar a plena propriedade e uso de seus direitos de propriedade intelectual, os seus negócios podem ser negativamente impactados.

Desse modo, a Companhia não pode garantir que as medidas comumente adotadas para proteger os seus direitos de propriedade intelectual serão suficientes, ou que terceiros não infringirão ou se apropriarão indevidamente de seus direitos de propriedade intelectual. O uso inadequado de produtos ou serviços da Companhia, eventuais medidas adotadas para proteger a sua propriedade intelectual ou, ainda, a utilização indevida de propriedade intelectual de terceiros por parceiros ou fornecedores da Companhia podem resultar em custos significativos para a Companhia. No mais, a Companhia pode precisar desviar os recursos e a atenção da sua administração e equipes operacionais, administrativas ou tecnológicas para que se procedam às devidas proteções, correções ou alterações para a correta utilização de seus ativos, podendo afetar adversamente seus negócios, resultados operacionais, situação financeira e a cotação de seus valores mobiliários.

Estamos sujeitos a riscos associados ao não cumprimento da Lei Geral de Proteção de Dados (“LGPD”) e podemos ser afetados adversamente pela aplicação de multas e outros tipos de sanções.

A Companhia obtém, armazena, processa e utiliza dados pessoais, tais como dados de clientes e colaboradores, no âmbito das suas operações comerciais. É preciso garantir que qualquer tratamento de dados pessoais, tais como processamento, utilização, armazenagem, disseminação, transferência ou eliminação de dados, seja realizado de acordo com a legislação aplicável. Especificamente em relação ao tratamento de dados pessoais, a Companhia deve observar as leis de proteção de dados e privacidade aplicáveis no Brasil e, por vezes, poderá estar sujeita às leis internacionais de proteção de dados, como o Regulamento (UE) 2016/679 (Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados - GDPR), quando e se aplicáveis.

No Brasil, em 14 de agosto de 2018, foi sancionada a Lei nº 13.709/2018 (“LGPD”), que regula as práticas relacionadas ao tratamento de dados pessoais de forma geral, por meio de um conjunto de regras que impacta todos os setores da economia. A LGPD estabeleceu um novo marco legal a ser observado nas operações de tratamento de dados pessoais e prevê, dentre outras providências, o dever de transparência por parte do controlador dos dados, os direitos dos titulares de dados pessoais, as hipóteses em que o tratamento de dados pessoais é permitido (bases legais), a obrigação de designar um encarregado pelo tratamento de dados, regras relacionadas a incidentes de segurança da informação envolvendo dados pessoais e requisitos e obrigações relacionados à transferência e compartilhamento de dados, com regime especial relacionado à transferência internacional de dados. A LGPD dispõe, ainda, acerca da criação da Autoridade Nacional de Proteção de Dados (“ANPD”), Autarquia de natureza especial responsável por elaborar diretrizes e aplicar sanções administrativas em caso de descumprimento das disposições da LGPD, que foi estruturada por meio do Decreto nº 10.474/2020.

A LGPD entrou em vigor em 18 de setembro de 2020, ao passo que a aplicabilidade de suas sanções administrativas entrou em vigor no dia 1º de agosto de 2021, nos termos da Lei nº 14.010/2020.

O descumprimento de quaisquer disposições previstas na LGPD poderá resultar na: (i) propositura de ações judiciais ou procedimentos administrativos por órgãos competentes, individuais ou coletivos, pleiteando reparações de danos e a aplicação de sanções; e (ii) a aplicação das penalidades previstas na legislação esparsa, tais como aquelas previstas no Código de Defesa do Consumidor e no Marco Civil da Internet por alguns órgãos de defesa do consumidor, uma vez que, antes mesmo da vigência da LGPD e da efetiva estruturação da ANPD, estes já têm atuado neste sentido, especialmente em casos de incidentes de segurança que resultem em acessos indevidos a dados pessoais.

Em relação às sanções administrativas da LGPD, cabe ressaltar que a Companhia e suas subsidiárias, caso não estejam em conformidade com a LGPD, poderão estar sujeitas às sanções,

de forma isolada ou cumulativa, de (a) advertência; (b) obrigação de divulgação de incidente; (c) bloqueio temporário e/ou eliminação dos dados pessoais envolvidos na infração; (d) multa diária, com o limite total de R\$ 50.000.000 (cinquenta milhões de reais); (e) multa simples de até 2% (dois por cento) do faturamento da empresa, grupo ou conglomerado no Brasil no seu último exercício, excluídos os tributos, até o montante global de R\$50.000.000 (cinquenta milhões de reais) por infração; (g) suspensão parcial do funcionamento do banco de dados a que se refere a infração pelo período máximo de 6 (seis) meses, prorrogável por igual período, até a regularização da atividade de tratamento pelo controlador; (h) suspensão do exercício da atividade de tratamento dos dados pessoais a que se refere a infração pelo período máximo de 6 (seis) meses, prorrogável por igual período; ou (i) proibição parcial ou total do exercício de atividades relacionadas a tratamento de dados. Além disso, a Companhia pode ser responsabilizada por danos materiais, morais, individuais ou coletivos causados e ser considerada solidariamente responsável por danos materiais, morais, individuais ou coletivos causados por suas subsidiárias ou por terceiros que tratem dados pessoais em seu nome e/ou com quem a Companhia tenha compartilhado dados pessoais devido ao não cumprimento das obrigações estabelecidas pela LGPD.

Falhas de segurança e quaisquer outras falhas na proteção dos dados pessoais tratados pela Companhia, falhas de prestadores de serviço ou fornecedores e a inadequação à legislação aplicável podem acarretar multas elevadas, pagamento de indenizações, divulgação do incidente para o mercado, eliminação dos dados pessoais da base, e até a suspensão de suas atividades, o que poderá afetar negativamente a reputação e os resultados da Companhia e, conseqüentemente, a cotação das suas ações.

Dificuldades na gestão do risco de liquidez podem causar impactos adversos no desempenho financeiro e operacional e limitar o nosso crescimento.

O risco de liquidez representa a possibilidade de descasamento entre os vencimentos dos ativos e passivos da Companhia, que pode resultar na incapacidade da Companhia de cumprir com as suas obrigações financeiras nos prazos estabelecidos. A Companhia desconta os seus recebíveis, conta com linhas de crédito junto a instituições financeiras e possui acesso ao mercado de capitais, o que possibilita a obtenção de capital de giro para as suas atividades operacionais. Dificuldades em realizar esses descontos, contratar financiamentos com instituições financeiras e acessar de forma eficaz o mercado de capitais podem resultar no descasamento entre o vencimento de nossos ativos e passivos ou de volume entre os recebimentos e pagamentos previstos, o que pode limitar ou restringir o nível de atividade das suas operações e impactar adversamente os resultados financeiros e operacionais e, por consequência, o crescimento da Companhia. Tais dificuldades podem ser ocasionadas por mudanças materiais no cenário econômico e no mercado financeiro em decorrência de diversos fatores, incluindo pandemias ou outros surtos regionais ou internacionais.

Os titulares de nossas ações podem não receber dividendos.

De acordo com o disposto no Estatuto Social da Companhia, os acionistas da Companhia fazem jus, a título de dividendo obrigatório, a no mínimo 15% do lucro líquido anual ajustado de acordo com a Lei das Sociedades por Ações. O resultado de determinado exercício pode ser utilizado para compensar prejuízos acumulados ou no pagamento de eventuais participações estatutárias de colaboradores, o que reduziria o montante a ser distribuído aos acionistas. Ademais, a Companhia poderá não distribuir dividendos a seus acionistas nos exercícios sociais em que o seu Conselho de Administração informe à Assembleia Geral que tal pagamento é incompatível com a situação financeira da Companhia. Adicionalmente, o Conselho de Administração pode tomar a decisão de cancelar propostas de dividendos recorrentes ou adicionais submetidas à Assembleia Geral.

Por fim, a isenção de imposto de renda sobre a distribuição de dividendos e a tributação atualmente incidente sobre o pagamento de juros sobre capital próprio prevista na legislação em vigor poderá ser revista, de modo que os dividendos poderão passar a ser tributados e/ou, no caso dos juros sobre capital próprio, ter sua tributação majorada, impactando o valor líquido a ser recebido pelos acionistas da Companhia a título de participação nos seus resultados.

Podemos não obter resultados satisfatórios nas operações de negócios recém adquiridos ou constituídos.

No âmbito do plano de crescimento dos negócios da Companhia, é considerada, além da expansão orgânica, a possibilidade de expansão pela aquisição de participação em outras sociedades ou constituição de novos negócios, como mercados digitais e inovação. A necessidade da Companhia de expandirmos os seus negócios pode gerar incertezas e distintos riscos a serem gerenciados, como os relacionados à captação e ao uso adequado de recursos financeiros, a gestão de seus colaboradores e aos demais recursos operacionais. Nesse contexto, a Companhia poderá não ser capaz de gerir novos negócios de forma eficaz e eficiente para concretizar, no prazo esperado, o processo de maturação do seu investimento. Desse modo, a Companhia poderá não ser capaz de atingir resultados satisfatórios nos novos negócios, o que pode afetar as suas margens líquidas consolidadas. Sendo assim, o resultado e o valor das ações de emissão da Companhia podem ser negativamente impactados, o que também poderá afetar negativamente a sua reputação. Adicionalmente, a Companhia poderá ser impactada por passivos contingentes dos negócios adquiridos, caso se materializem.

Podemos não ser capazes de realizar associações e/ou aquisições no momento e em termos ou preços desejados. Adicionalmente, podemos não conseguir integrar e captar sinergias de aquisições.

O plano estratégico da Companhia pode contar com a previsão de aquisições de outras sociedades e negócios ao longo do ano, tal como as que ocorreram nos exercícios de 2021 e 2022. Tais transações envolvem riscos e desafios relacionados à integração das operações, sistemas, funcionários, equipamentos e clientes das companhias adquiridas com as da Companhia e suas controladas, bem como à geração de retorno esperado sobre os investimentos e a exposição aos passivos das sociedades e negócios adquiridos. Desse modo, a integração dos nossos negócios com os negócios das sociedades adquiridas e a captação de suas sinergias podem, ainda, exigir mais recursos e tempo do que inicialmente esperado.

A Lei nº 12.529, de 30 de novembro de 2011, regulamentada pela Portaria Interministerial nº 994, de 30 de maio de 2012 (“Lei Concorrencial”), estrutura o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência e dispõe sobre a prevenção e repressão às infrações contra a ordem econômica. Nesse contexto, a Lei Concorrencial estabelece a obrigação de submissão prévia ao Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência (“SBDC”), formado pelo Conselho Administrativo de Defesa Econômica (“CADE”) e pela Secretaria de Acompanhamento Econômico do Ministério da Fazenda, de operações de concentração econômica em que, cumulativamente, pelo menos um dos grupos envolvidos na operação tenha registrado faturamento bruto anual ou volume de negócios no país, no ano anterior à operação, equivalente ou superior a R\$ 750.000.000,00 (setecentos e cinquenta milhões de reais), e pelo menos um outro grupo envolvido na operação tenha registrado faturamento bruto anual ou volume de negócios no país, no ano anterior à operação, equivalente ou superior a R\$ 75.000.000,00 (setenta e cinco milhões de reais).

Compete ao SBDC analisar eventuais operações de concentração econômica de notificação obrigatória realizadas pela Companhia, assim como determinar se uma operação específica geraria efeitos negativos nas condições competitivas do mercado no qual operamos, ou mesmo aos consumidores de tal mercado.

Nesse sentido, futuras aquisições podem não ser aprovadas ou podem ser condicionadas a certas restrições como condição para aprovação pelo CADE, incluindo restrições relativas à estrutura da operação, remédios estruturais ou que demandem desembolsos financeiros diretos ou indiretos, o que pode impactar negativamente os negócios e resultados operacionais da Companhia. Além disso, a Companhia poderá vir a descobrir contingências não identificadas antes da aquisição de novos negócios, o que pode gerar impactos adversos relevantes nas atividades e nos resultados da Companhia.

Os resultados de nossas operações, e de nossas controladas, podem ser afetados adversamente pelo efeito da sazonalidade das vendas de nossos produtos e serviços.

Em determinadas épocas, os resultados das operações da Companhia variaram de trimestre para trimestre e a Companhia entende que tais variações continuarão a acontecer no futuro. Historicamente, a receita e lucratividade da Companhia atingem seus maiores níveis durante o último trimestre do ano.

Além disso, com o objetivo de atender ao aumento de demanda durante o último trimestre do ano, a Companhia incorre em investimentos e despesas adicionais significativas, tais como o aumento do volume de produtos estocados, o aumento das obrigações da Companhia junto aos seus fornecedores e a contratação temporária de equipes para as lojas físicas. Caso a estimativa da Companhia relativa à demanda pela quantidade de produtos que a serem vendidos durante o quarto trimestre de cada ano não se materialize, as vendas líquidas da Companhia podem não ser altas o suficiente para recuperar integralmente os investimentos aplicados em produtos, serviços e em despesas com pessoal e publicidade. Consequentemente, a Companhia poderá experimentar um impacto negativo desproporcional e significativo em seus resultados operacionais e financeiros no período em questão.

Decisões desfavoráveis em processos judiciais e administrativos envolvendo a Companhia, suas controladas e seus respectivos administradores e acionistas controladores podem criar obrigações relevantes e trazer efeitos adversos representativos à Companhia.

Decisões desfavoráveis em processos judiciais e administrativos envolvendo a Companhia, suas controladas e seus respectivos administradores e acionistas controladores podem gerar obrigações relevantes e impactar de forma adversa os negócios, a condição financeira e a reputação da Companhia. A Companhia é e poderá ser, no futuro, juntamente com as suas controladas, administradores e/ou acionistas controladores, partes no polo passivo em diversos processos judiciais, arbitrais e administrativos, incluindo, mas não se limitando, nas esferas cível, tributária, regulatória, criminal, ambiental e trabalhista. Da mesma forma, A Companhia é e poderá ser, no futuro, juntamente com as suas controladas, administradores, e/ou acionistas controladores, autores em diversos processos judiciais, arbitrais e administrativos, incluindo, mas não se limitando, nas esferas cível, tributária, regulatória, criminal, ambiental e trabalhista, sendo certo que, em caso de decisão desfavorável, a Companhia poderá ser sujeitada ao pagamento de verbas de sucumbência. A Companhia não pode garantir que os resultados desses processos serão favoráveis à Companhia, suas controladas, seus administradores e/ou acionistas controladores, ou, ainda, que será mantido provisionamento, parcial ou total, suficiente para todos os passivos eventualmente decorrentes destes processos. Por consequência, poderão ser ordenadas constrições judiciais ou arrolamentos de bens detidos pela Companhia, o que pode afetar adversamente o seu resultado operacional.

A Companhia também está sujeita a fiscalizações periódicas e regulares por órgãos governamentais, incluindo o Ministério do Trabalho e o Ministério Público do Trabalho, em relação à conformidade das práticas da Companhia com as obrigações legais trabalhistas, incluindo situações envolvendo a saúde e segurança no trabalho. Tais fiscalizações podem resultar em multas e ações judiciais com o potencial de afetar a Companhia de forma relevante e adversa.

Cumpra ressaltar que decisões que afetem a reputação da Companhia, sejam contrárias aos seus interesses, impeçam execução de seus negócios como inicialmente planejados ou que eventualmente condenem a Companhia ao pagamento de valores substanciais, dispêndio de recursos relevantes e que não tenham provisionamento adequado podem causar um efeito adverso nos negócios da Companhia.

A Companhia e alguns de seus administradores são partes em Processos Administrativos junto aos órgãos reguladores, como CVM e B3, e uma decisão desfavorável nestes processos podem resultar em penalidades, como por exemplo aplicação de multas, tanto para a Companhia, quanto para os seus administradores, o que poderá afetar de forma relevante e adversa o negócio.

Podemos enfrentar limitações em manter o ritmo de crescimento de vendas.

Os principais fatores que podem impactar o crescimento das vendas “mesmas lojas” da Companhia são: (i) nossa capacidade de prever e responder às novas tendências de consumo em tempo hábil; (ii) nossa capacidade de atrair novos clientes e manter os atuais; (iii) a confiança do consumidor; (iv) situação econômica das áreas onde nossas lojas estão localizadas; (v) o impacto que a abertura de novas lojas pode gerar sobre as lojas pré-existentes nestes mesmos mercados, (vi) mudanças em nossas políticas de crédito, propaganda e marketing; (vii) os demais riscos estratégicos e operacionais apresentados neste Formulário de Referência que podem impactar vendas; e (viii) concorrência. Em decorrência dos eventos descritos acima, a performance de vendas “mesmas lojas” da Companhia pode não apresentar um crescimento contínuo ou pode diminuir em exercícios futuros, o que pode impactar negativamente os negócios e resultados operacionais da Companhia. Além disso, o crescimento futuro de vendas da Companhia está fortemente baseado na ampliação e desenvolvimento dos canais digitais de vendas, como e-commerce e o marketplace, que são suscetíveis a uma maior concorrência e dependência de constantes evoluções tecnológicas, bem como mudanças no comportamento de consumo de clientes, podendo impactar o ritmo de crescimento de vendas da Companhia.

Caso a eficácia das campanhas de propaganda e marketing não seja alcançada podemos ter impactos negativos em nossas vendas e rentabilidade.

O empenho de recursos significativos para campanhas de propaganda e marketing é parte inerente do negócio da Companhia e tem por objetivo promover a atratividade e movimento dos canais de vendas da Companhia. Caso tais campanhas não alcancem as metas e objetivos esperados, podemos ter impactos negativos em nossas vendas e rentabilidade e não gerar a desejada valorização de nossa marca.

Consequentemente, o resultado operacional e a situação patrimonial e financeira da Companhia pode ser afetados negativamente. Adicionalmente, considerando-se que grande parte das campanhas da Companhia são veiculadas com propagandas em televisão, a Companhia poderá ter a sua rentabilidade impactada caso seja verificada a elevação dos custos relativos a tais campanhas, dada a dificuldade de encontrar veículo de comunicação que apresente a mesma efetividade.

Além disso, as vendas da Companhia poderão ser adversamente afetadas diante do desafio por ela enfrentado na identificação das mudanças de comportamento e preferência de seus consumidores.

Podemos não conseguir ajustar o alinhamento de nossos canais de venda dentro de nossas expectativas.

As operações da Companhia são realizadas por meio de lojas físicas e canais digitais de e-commerce. Caso a Companhia não consiga ajustar o constante alinhamento das operações das lojas físicas e dos canais digitais de e-commerce sob os aspectos comerciais, logísticos, de

comunicação, marketing e de atendimento às expectativas dos nossos clientes, o aproveitamento das vantagens que a estrutura integrada dos multicanais pode oferecer será prejudicado, podendo impactar adversamente os resultados operacionais da Companhia.

Podemos enfrentar dificuldades em ampliar a quantidade de lojas físicas e expansão dos nossos negócios.

Parte do crescimento da Companhia está ligado à sua capacidade de avaliar, modernizar e de ampliar a quantidade e qualidade das lojas físicas e realizar fusões e aquisições com sucesso. A capacidade da Companhia de inaugurar e operar novas lojas com êxito depende de inúmeros fatores, muitos dos quais estão além de nosso controle. Entre tais fatores inclui-se a capacidade da Companhia de identificar locais apropriados para novas lojas – o que envolve reunir e analisar dados demográficos e de mercado para determinar se há demanda suficiente para os seus produtos nos locais escolhidos –, a negociação de contratos de aluguel em termos comerciais aceitáveis e a conclusão de eventuais obras sem atrasos, interrupções ou aumento de custos. A abertura de novas lojas também requer a manutenção de um nível crescente de estoques a um custo aceitável para atender à sua demanda, bem como a contratação, o treinamento e a retenção de pessoal qualificado, especialmente em nível gerencial. Tal estratégia gera demandas crescentes sobre nossos recursos operacionais, gerenciais, administrativos e financeiros, as quais podem resultar em queda de eficiência na gestão dos nossos negócios, que, por sua vez, pode levar a uma deterioração no desempenho individual de nossas lojas, assim como do negócio da Companhia como um todo. Ademais, quando as inaugurações de novas lojas ocorrerem em mercados onde a Companhia já possui lojas, tal movimento poderá gerar uma redução nas vendas líquidas das lojas pré-existentes nesses mercados em função do deslocamento de vendas. Caso a Companhia não seja capaz de administrar fatores e incertezas relacionados ao sucesso na abertura de novas lojas, os negócios e o resultado de suas operações poderão ser negativamente afetados.

A Companhia e suas controladas podem não responder de forma eficiente às mudanças nas tendências e preferências de consumo de seus clientes.

A Companhia e suas controladas competem com outras empresas do setor de varejo em relação a preço, qualidade, experiência de compra, promoções, localização, plataformas digitais e disposição das lojas. A Companhia e suas controladas acreditam que a disponibilização de grande variedade de produtos e serviços a preços competitivos e a satisfação dos clientes são um dos pontos mais desafiadores do negócio. As preferências dos consumidores e as tendências de consumo são voláteis e tendem a mudar rapidamente com o surgimento de novos produtos, serviços, tendências e demandas que influenciam fortemente o gosto dos consumidores. O sucesso das vendas depende da habilidade em antecipar e responder rapidamente às mudanças e tendências de consumo e às potenciais mudanças nas preferências dos clientes. Se os serviços e produtos disponíveis nas lojas, físicas e digital, da Companhia e suas controladas não forem capazes de atender aos gostos e preferências dos clientes, isso pode acarretar uma diminuição significativa nas vendas. Qualquer falha em antecipar, identificar e responder às mudanças de tendência de consumo pode afetar a decisão dos clientes, o que pode resultar no excesso ou na falta de estoque de determinados produtos, impactando adversamente o negócio, a imagem, a rentabilidade, o resultado operacional e a situação patrimonial e financeira da Companhia e de suas controladas. Adicionalmente, a Companhia não consegue garantir que será capaz de antecipar, identificar e responder às mudanças relevantes de hábitos de consumo que podem advir dos impactos de pandemias e outros surtos.

Enfrentamos riscos relacionados aos nossos centros de distribuição e infraestrutura de logística.

Atualmente, a Companhia possui centros de distribuição localizados nas regiões Sul, Sudeste, Centro-Oeste, Nordeste e Norte do Brasil. A distribuição das mercadorias que comercializadas pela Companhia é realizada por meio desses centros de distribuição. Se a operação normal de um desses centros de distribuição for interrompida por fatores que estão além do controle da Companhia, tais como incêndios, pandemias, epidemias ou surtos, greves de caminhoneiros, desastres naturais, falta de energia, falha nos sistemas, intrusões, entre outros, a distribuição de produtos às lojas atendidas pelo respectivo centro de distribuição será afetada, o que pode gerar um efeito negativo material na situação patrimonial e financeira e no resultado operacional da Companhia.

Adicionalmente, a estratégia de crescimento da Companhia pode demandar uma expansão na capacidade de seus centros de distribuição, uma reorganização dos atuais centros de distribuição ou o estabelecimento de novos centros de distribuição. Caso a Companhia não seja capaz de encontrar locais adequados para estabelecer novos centros de distribuição nos novos mercados, ou não consiga integrar novos ou expandir centros de distribuição ou serviços de operadores logísticos ao seu processo de controle de estoques de maneira eficaz, é possível que a Companhia não consiga entregar estoques às suas lojas em tempo hábil, o que pode ter um efeito negativo em suas vendas e na sua estratégia de crescimento.

Além disso, quaisquer alterações, problemas ou interrupções significativas na infraestrutura de logística utilizada pela Companhia ou por seus fornecedores para entregar produtos em suas lojas ou centros de distribuição podem impedir a entrega oportuna ou bem-sucedida dos produtos comercializados em suas lojas e afetar negativamente as suas operações.

A rede de distribuição da Companhia é sensível à flutuação dos preços do petróleo e à disponibilidade de combustível, razão pela qual qualquer aumento no preço, interrupção do fornecimento ou falta de combustível poderá resultar no aumento dos custos de frete e afetar negativamente os negócios e resultados operacionais da Companhia. Além disso, caso normas rigorosas para combater o trânsito de rua em municípios nos quais a Companhia atua forem promulgadas e impuserem mais restrições na entrega de produtos para as suas lojas em determinadas horas do dia, a capacidade da Companhia de distribuir produtos em tempo hábil para as suas lojas poderá ser afetada.

Uma paralisação ou greve significativa da força de trabalho poderá afetar nossos negócios.

Os colaboradores da Companhia são sindicalizados e dispõem de direitos trabalhistas previstos em convenções coletivas de trabalho e/ou acordos coletivos de trabalho que podem ser renegociados dentro dos prazos estabelecidos em lei. Greves e outras paralisações ou interrupções trabalhistas em quaisquer de nossas instalações ou interrupções trabalhistas envolvendo fornecedores de bens ou serviços à Companhia podem afetar de forma relevante as atividades da Companhia.

Podemos vir a ter que captar recursos adicionais por meio da emissão de valores mobiliários, o que poderá resultar em uma diluição da participação do investidor no nosso capital social.

A Companhia pode vir a precisar de capital adicional no futuro e poderá optar por obtê-lo por meio de aumento de capital mediante subscrição privada ou distribuição pública de ações ou outros valores mobiliários conversíveis ou permutáveis em ações, sendo certo que distribuições públicas podem ocorrer sem concessão de direito de preferência para os acionistas. Qualquer recurso adicional obtido de forma a aumentar o capital social da Companhia poderá ocasionar a diluição da participação do investidor no capital social da Companhia.

Uma falha na avaliação dos riscos associados a fraudes de cartões de crédito poderá vir a prejudicar a nossa reputação e a nossa marca, afetando adversamente o nosso negócio e os resultados das nossas operações.

A Companhia assume o risco relativo à realização de operações fraudulentas via cartão de crédito, em razão da possibilidade de clientes realizarem o pagamento devido pela compra de mercadorias por meio de cartão de crédito sem a aposição da assinatura do titular, e também permite a realização de operações na modalidade “cartão não-presente” em suas lojas virtuais. Atualmente, a Companhia não mantém seguro contra este tipo de risco.

À medida que as vendas da Companhia cresçam e/ou ocorra falha no nosso sistema de segurança com relação à proteção de informações, o risco de perdas significativas em decorrência dessas operações fraudulentas também aumenta. Uma falha no controle adequado de operações fraudulentas de cartão de crédito poderá prejudicar a reputação e a marca da Companhia, o que poderá afetar adversamente o seu negócio e os resultados das suas operações. Por consequência, a Companhia poderá estar sujeita a questionamentos de órgãos regulatórios, aplicações de multas e/ou sanções administrativas, bem como eventuais ações judiciais.

Uma redução nas vendas a prazo em função de políticas de restrição ao crédito pode afetar adversamente nossos resultados.

Vendas a prazo são um componente importante no resultado das empresas do setor da Companhia. No passado, o Governo Federal implantou medidas para restringir a demanda doméstica, impondo restrições de crédito a bancos, administradoras de cartão de crédito e setor de varejo, e aumentando a taxa de juros. Os resultados da Companhia podem ser adversamente afetados caso o Governo Federal implante políticas restritivas à obtenção e à extensão de crédito, causando a redução de demanda pelo consumidor.

Estamos sujeitos a perdas não cobertas pelos seguros contratados e a dificuldades para contratação de apólices, o que poderá gerar efeitos adversos sobre nossos negócios.

A Companhia está sujeita à ocorrência de eventos não segurados (tais como caso fortuito e força maior ou interrupção de certas atividades) e de danos maiores do que os limites de cobertura previstos em suas apólices. Além disso, a quantificação da exposição de risco nas cláusulas existentes pode ser inadequada ou insuficiente, podendo, inclusive, implicar em reembolso menor do que o esperado.

Na eventualidade da ocorrência de um dos eventos não garantidos ou que excedam as coberturas previstas em suas apólices atuais, a Companhia poderá sofrer um revés financeiro para recompor e/ou reformar os ativos atingidos por tais eventos, o que poderá comprometer o investimento já realizado pela Companhia, sendo certo que, mesmo na hipótese da ocorrência de um sinistro coberto pelas apólices, não é possível garantir que o pagamento do seguro será realizado de forma tempestiva, ou em valor suficiente para compensá-la integralmente pelos danos decorrentes de tal sinistro, o que poderá afetar negativamente os resultados financeiros da Companhia. Ademais, caso ocorra algum dos eventos segurados, a cobertura de apólices de seguro está condicionada ao pagamento do respectivo prêmio, de modo que a falha da Companhia em pagar tais prêmios em conjunto com a ocorrência de um sinistro poderá sujeitar a Companhia a uma situação de risco, dado que danos, mesmo que segurados, não estariam sujeitos à cobertura pela seguradora.

Além disso, a Companhia não pode garantir que conseguirá manter apólices de seguro a taxas comerciais razoáveis ou em termos aceitáveis, ou contratadas com as mesmas companhias seguradoras ou com companhias seguradoras similares. Adicionalmente, a Companhia poderá ser responsabilizada judicialmente pelo pagamento de indenização a terceiros em decorrência de um eventual sinistro. Caso quaisquer desses fatores venha a ocorrer, os negócios e resultados financeiros e operacionais da Companhia podem ser adversamente afetados.

Falhas nos sistemas, políticas e procedimentos de controles poderão nos expor a riscos inesperados ou imprevistos, o que poderia afetar adversamente nossos negócios.

Os sistemas, políticas e procedimentos de controles internos da Companhia podem não ser suficientes e/ou totalmente eficazes para detectar práticas inapropriadas, erros ou fraudes, e as políticas e procedimentos adotados pela Companhia para identificar, analisar, quantificar, avaliar, priorizar, monitorar e gerenciar riscos podem não ser totalmente eficazes.

Os métodos de gerenciamento de riscos podem não prever exposições futuras ou serem suficientes contra riscos desconhecidos e/ou não mapeados e que poderão ser significativamente maiores do que aqueles indicados pelas medidas históricas que a Companhia utiliza.

Outros métodos de gerenciamento de riscos adotados pela Companhia que dependam da avaliação das informações relativas a mercados, clientes ou outros assuntos disponíveis ao público podem não ser totalmente precisos, completos, atualizados ou adequadamente avaliados.

As informações utilizadas pela Companhia para alimentar e manter modelos históricos e estatísticos podem ser incompletas ou incorretas, o que poderá afetar o modo pelo qual a Companhia gerencia os seus riscos.

Caso a Companhia não seja capaz de manter os seus controles internos operando de maneira efetiva, a Companhia poderá não ser capaz de elaborar suas demonstrações e informações financeiras de maneira adequada, reportar os seus resultados de maneira precisa e tempestiva e de prevenir a ocorrência de fraudes ou a ocorrência de outros desvios. Dessa forma, a falha ou a ineficácia dos controles internos da Companhia poderá ter um efeito adverso significativo em seus negócios.

Adicionalmente, os procedimentos de compliance e controles internos da Companhia podem não ser suficientes para evitar ou detectar todas as condutas impróprias, fraudes, atos de corrupção ou violações de leis aplicáveis por parte de seus funcionários, membros da administração e terceiros contratados para atuar em seu nome, interesse e/ou benefício. Caso os funcionários ou outras pessoas relacionadas à Companhia se envolvam em práticas fraudulentas, corruptas, desleais ou violem leis e regulamentos aplicáveis ou suas políticas internas, a Companhia poderá ser responsabilizada por qualquer uma dessas violações, o que pode resultar em penalidades, multas ou sanções que podem afetar substancial e negativamente os seus negócios e imagem.

A falha ou a ineficácia dos controles internos poderá ter um efeito adverso significativo em seus negócios.

Nossos acionistas podem encontrar limitação substancial na capacidade de venderem as ações da Companhia pelo preço e na ocasião que desejarem, devido à volatilidade e à liquidez reduzida do mercado brasileiro de valores mobiliários.

O investimento em valores mobiliários negociados em mercados emergentes, tal como o Brasil, envolve, com frequência, maior risco em comparação a outros mercados mundiais, sendo tais investimentos considerados, em geral, de natureza mais especulativa. Além disso, o mercado brasileiro de valores mobiliários é substancialmente menor, menos líquido e mais concentrado, podendo ser mais volátil do que os principais mercados de valores mobiliários mundiais. O mercado de valores mobiliários de emissão de companhias brasileiras é influenciado, em diferentes graus, pelas condições econômicas e de mercado de outros países, inclusive Estados Unidos, União Europeia e países de economias emergentes. A reação dos investidores aos acontecimentos nesses outros países pode ter um efeito adverso relevante sobre o valor de mercado dos valores mobiliários de companhias brasileiras, em especial, aqueles negociados em bolsas de valores. Crises e medidas de recuperação econômica nos Estados Unidos, na União Europeia, na Ásia ou

em países emergentes podem impactar o interesse de investidores nos valores mobiliários de companhias brasileiras, inclusive os valores mobiliários de nossa emissão.

Os preços das ações na B3, por exemplo, são historicamente afetados por flutuações nas taxas de juros vigentes nos Estados Unidos, bem como pelas variações dos principais índices de ações norte-americanos. Acontecimentos em outros países e mercados de capitais poderão prejudicar o valor de mercado das ações de emissão da Companhia, podendo, ademais, dificultar ou impedir totalmente o seu acesso aos mercados de capitais e ao financiamento de suas operações em termos aceitáveis.

Não há garantia de que o mercado de capitais permaneça aberto às companhias brasileiras ou de que os custos de financiamento nesse mercado sejam vantajosos para a Companhia. Crises em outros países emergentes, bem como conflitos referentes a relacionamentos políticos e comerciais entre países, podem restringir o interesse dos investidores em relação aos títulos e valores mobiliários emitidos por companhias brasileiras, inclusive os de emissão da Companhia, o que pode prejudicar sua liquidez e seu valor de mercado, além de dificultar o acesso da Companhia ao mercado de capitais e ao financiamento das suas operações no futuro, em termos aceitáveis ou absolutos. Por conseguinte, a capacidade dos acionistas de venderem ações de emissão da Companhia pelo preço e no momento desejado poderá ficar substancialmente afetada, o que poderá, ainda, afetar negativamente o preço de negociação das ações. Adicionalmente, vendas ou a percepção de uma possível venda de um volume substancial de ações de emissão da Companhia poderão prejudicar o valor da sua cotação.

Podemos não ser capazes de concorrer eficientemente em novos mercados, compreendendo o segmento de serviços financeiros digitais, o que poderá impactar nossos resultados de forma adversa.

Parte importante da estratégia da Companhia consiste em expandir a sua atuação para novos mercados, visando ofertar novos produtos e serviços aos clientes dentro da sua plataforma digital, o que foi corroborado pela aquisição da Hub Prepaid Participações S.A. O sucesso da Companhia dependerá de sua capacidade de adaptação e gestão dos diferentes ramos de negócio, oferecendo produtos adequados para a demanda dos consumidores específicos de cada setor, bem como capturando os benefícios almejados para o seu ecossistema. A Companhia poderá ter dificuldades para executar tal estratégia de operação de forma sustentável nesses novos mercados.

Adicionalmente, considerando que a Companhia ingressou ou possui a estratégia de ingressar em segmentos nos quais não possui expertise e/ou experiência de mercado consolidados – como o segmento de produtos e serviços financeiros digitais (“fintech”), por exemplo –, as operações da Companhia poderão ser negativamente impactadas pelo maior risco de falhas de execução, se comparado aos demais players de mercado.

Especificamente quanto ao segmento de produtos e serviços financeiros digitais, o ambiente regulado e altamente competitivo, marcado por concorrentes já estabelecidos no mercado, pode aumentar o custo de implantação a ser incorrido pela Companhia. Dessa forma, a Companhia não pode garantir que será capaz de atuar de maneira eficiente nesses segmentos.

Podemos enfrentar situações de potencial conflito de interesses em transações com partes relacionadas.

A Companhia possui receitas, custos, despesas e prestação de serviços decorrentes de transações com partes relacionadas. Contratações com partes relacionadas representam potencial conflito de interesses “per se”, e podem se revelar complexas para análise quanto a todos os potenciais conflitos de interesse envolvidos. Os mecanismos de governança existentes são continuamente aprimorados, mas a Companhia não pode assegurar que são suficientes para lidar com todas as

possíveis situações, o que pode impactar negativamente nos seus negócios, vindo a causar um impacto adverso na situação financeira e resultados da Companhia.

Não podemos assegurar que os contratos de locação dos imóveis que ocupamos serão mantidos ou renovados e/ou que conseguiremos celebrar novos contratos de locação em condições favoráveis.

Todos os imóveis onde a Companhia exerce as suas atividades operacionais de centro de distribuição são objeto de contratos de locação. Os contratos de locação em que a Companhia figura como locatária são por prazo determinado e têm, em sua maioria, prazos locatícios superiores a 5 (cinco) anos, podendo ser renovados, nos termos da Lei de Locações. Ademais, a Companhia não registrou ou averbou tais contratos de locação nas matrículas dos respectivos imóveis, o que poderá acarretar a necessidade de desocupação do imóvel caso o locador aliene o imóvel locado sem oferecer à Companhia o direito de adquiri-lo. Adicionalmente, alguns dos imóveis ocupados pela Companhia estão onerados com alienação fiduciária e/ou hipoteca. Desse modo, caso o locador (ou devedor) não cumpra com as obrigações garantidas pelos imóveis, poderá perder a propriedade e, conseqüentemente, comprometer a continuidade da ocupação do imóvel pela Companhia. Alguns contratos de locação não apresentam garantia, de modo que, em caso de inadimplemento pela locatária, o locador poderá propor ação de despejo pleiteando a concessão de liminar para desocupação em 15 (quinze) dias, independentemente da parte contrária e desde que prestada caução no valor equivalente a 3 (três) meses de aluguel, o que poderá afetar a operação e os resultados da Companhia. Dado que a localização estratégica das lojas e dos centros de distribuição da Companhia é fator relevante para o desenvolvimento de sua estratégia comercial, a Companhia pode ser afetada negativamente se alguns contratos de estabelecimentos considerados relevantes não vierem a ser renovados por razões alheias à vontade da Companhia.

(b) aos controladores, diretos e indiretos, da Companhia

Nossa gestão é fortemente influenciada por nossos acionistas controladores.

A gestão da Companhia é consideravelmente influenciada por seus acionistas controladores, que orientam múltiplos aspectos da condução de seus negócios. Desse modo, o falecimento ou afastamento de membros que compõem, direta ou indiretamente, o bloco de acionistas controladores da Companhia e que estão entre os seus principais executivos poderá afetar adversamente os seus negócios. A Companhia também pode enfrentar questões sucessórias no futuro, o que poderá afetar adversamente os seus resultados operacionais e sua situação financeira.

Os interesses de nossos atuais acionistas controladores podem ser conflitantes com os interesses dos demais acionistas.

Os acionistas controladores da Companhia têm o poder de eleger a maioria dos membros do Conselho de Administração da Companhia, exercer o controle geral sobre a administração, determinar as políticas da Companhia, vender ou de alguma forma transferir ações que representem o controle da Companhia por eles detidas e determinar o resultado de qualquer deliberação dos acionistas, inclusive operações com partes relacionadas, reorganizações societárias, venda de todos ou substancialmente todos os ativos, ou a retirada das ações de emissão da Companhia do segmento do Novo Mercado, assim como determinar a distribuição e pagamento de quaisquer dividendos futuros. Os acionistas controladores da Companhia poderão ter interesse em realizar aquisições, alienações de ativos, parcerias, busca de financiamentos, ou tomar outras decisões que podem ser conflitantes com os interesses dos demais acionistas e que podem não resultar em melhorias nos resultados operacionais da Companhia, o que pode afetar adversamente a cotação de sua ação.

(c) aos acionistas da Companhia

Entendemos que não estamos sujeitos a riscos relevantes cuja fonte seja nossos acionistas.

(d) às controladas e coligadas da Companhia

Resultados negativos de sociedades controladas e “joint ventures” podem afetar negativamente o resultado operacional da Companhia.

A Companhia detém participação direta e indireta em diversas sociedades. Dessa forma, parte de seu resultado decorre do resultado de referidas sociedades e, sendo assim, o resultado não satisfatório por parte de tais sociedades poderá afetar negativamente o resultado da Companhia.

Eventuais fraudes ou falhas nos controles internos relacionados ao gerenciamento dos recursos das carteiras digitais de usuários da Magalupay Instituição de Pagamento, bem como relativos à segurança da informação, podem afetar negativamente os negócios da Companhia.

A controlada da Companhia, MagaluPay Instituição de Pagamento S.A. ("MagaluPay"), é responsável pelo gerenciamento de recebíveis, pela administração de recursos em contas de pagamento pré-pagas (carteiras digitais) de parceiros varejistas e clientes e pela gestão de contas de pagamento pré-pagas e cartões pré-pagos para pessoas físicas e jurídicas. Tais atividades demandam controles internos robustos e em constante aprimoramento.

Eventuais falhas nos controles de gerenciamento e conciliação contábil de saldos e transações, nos sistemas de monitoramento e prevenção a fraudes, ou nos protocolos de segurança da informação (incluindo o risco de vazamento de dados sigilosos), podem expor a Companhia e a MagaluPay a riscos significativos.

Tais falhas podem resultar em: (i) danos à reputação e à marca da Companhia e da MagaluPay; (ii) redução da confiança dos usuários na plataforma; (iii) perdas financeiras relevantes; (iv) impactos adversos na estratégia e nos resultados operacionais e financeiros consolidados da Companhia; (v) questionamentos por órgãos reguladores, sujeitando a Companhia e/ou a MagaluPay à aplicação de multas e/ou sanções administrativas; e (vi) instauração de ações judiciais.

(e) aos administradores da Companhia

A Companhia está sujeita a riscos relacionados à sua administração, incluindo a eventual saída de membros da alta liderança, a dificuldade de sucessão e a limitação na atração e retenção de profissionais qualificados. O desempenho da Companhia depende da experiência, competência e liderança estratégica de seus administradores, incluindo diretores estatutários e demais executivos-chave, cujo conhecimento profundo do setor e da operação é essencial para a condução dos negócios.

A eventual perda de um ou mais desses administradores, especialmente em áreas críticas como finanças, tecnologia, operações, marketing ou relacionamento com clientes e investidores, pode gerar impactos negativos relevantes na condução da estratégia, no processo decisório e na execução de projetos relevantes. Adicionalmente, a identificação e a integração de sucessores com o mesmo nível de qualificação e alinhamento à cultura da Companhia podem representar um desafio, especialmente diante da elevada concorrência por talentos no mercado.

A Companhia também está exposta ao risco de decisões inadequadas por parte da administração, que podem decorrer de julgamentos equivocados, falhas de governança ou de alinhamento com os interesses dos acionistas. Tais situações podem comprometer a eficiência operacional, a reputação e os resultados financeiros da Companhia. Dessa forma, qualquer fragilidade na estrutura de

liderança, bem como falhas na governança corporativa e na gestão de pessoas, pode afetar adversamente os negócios, a situação patrimonial e financeira e os resultados operacionais da Companhia.

(f) aos fornecedores da Companhia

Não há garantia de que nossos fornecedores e parceiros no marketplace não venham a se utilizar de práticas irregulares.

Devido à grande pulverização e terceirização da cadeia produtiva dos fornecedores da Companhia, bem como à variedade de parceiros varejistas que podem vir a se tornar usuários de seu ambiente de marketplace, a Companhia não possui controle sobre as operações e eventuais irregularidades que tais fornecedores e/ou parceiros possam apresentar. Ainda que o Magalu estabeleça regras de ética e conduta às quais os seus fornecedores e varejistas devem aderir, a Companhia não pode garantir que certos fornecedores e varejistas não apresentarão problemas relacionados a direitos humanos e práticas ambientais e trabalhistas, inclusive no que se refere à terceirização e quarteirização da cadeia produtiva, ou mesmo que venham a se utilizar de práticas irregulares para comercializarem produtos com preços abaixo daqueles ofertados por seus concorrentes. Caso uma quantidade significativa de fornecedores e varejistas que façam uso do ambiente de marketplace da Companhia se utilizem de práticas irregulares, a imagem e reputação da Companhia podem ser prejudicadas e, em consequência, a Companhia pode perder atratividade junto aos seus clientes, com impacto direto na redução da sua receita líquida e resultado operacional, bem como potencial queda no valor de suas ações.

Certas categorias de produtos comercializados pela Companhia provêm de um número limitado de fornecedores, e, caso ocorram alterações nessa cadeia de fornecimento, as atividades e negócios da Companhia podem ser afetados adversamente

Certas categorias de produtos comercializados pela Companhia são fornecidas por um número limitado de fornecedores. No ano de 2024, o maior fornecedor da Companhia representou 27,13% das compras realizadas pela Companhia, ao passo que os dez maiores fornecedores representaram cerca de 73,24%. Caso algum fornecedor não seja capaz de fornecer os produtos na quantidade e na frequência usualmente adquirida e a Companhia não tiver estoques suficientes destes produtos, a Companhia poderá não ser capaz de manter o nível de vendas na categoria afetada, o que pode causar um efeito adverso relevante sobre as suas atividades e resultado operacional.

A Netshoes, controlada da Companhia, depende parcialmente de um número seletivo de marcas “premium” que dominam o mercado de produtos esportivos. Atualmente, não há contratos de longo prazo firmados com tais fornecedores e, sendo assim, suas vendas e resultados podem ser adversamente impactados caso estes optem por não fornecer ou por limitar o acesso aos produtos (por exemplo, estabelecendo acordos de distribuição exclusivos com outros varejistas).

A utilização de colaboradores terceirizados pode implicar na assunção de obrigações de natureza trabalhista e previdenciária.

A utilização de mão-de-obra terceirizada pela Companhia pode implicar na assunção de contingências de natureza trabalhista e previdenciária. A assunção de tais contingências é inerente à contratação de terceiros, uma vez que pode ser atribuída à Companhia, na condição de tomadora de serviços de terceiros, a responsabilidade pelos débitos trabalhistas e previdenciários dos empregados das empresas prestadoras de serviços, quando estas deixarem de cumprir com suas

obrigações trabalhistas e previdenciárias, independentemente de ser assegurado à Companhia e às suas controladas o direito de ação de regresso contra as empresas prestadoras de serviços. A ocorrência de eventuais contingências é de difícil previsão e quantificação, e, se vierem a se consumir, poderão afetar adversamente a situação financeira e os resultados da Companhia, bem como impactar negativamente sua imagem em caso de eventual aplicação de multa ou pagamento de indenização.

Podemos ser responsáveis por obrigações fiscais, trabalhistas, ambientais e previdenciárias de terceiros fornecedores ou prestadores de serviços.

De acordo com as leis brasileiras, caso fornecedores ou prestadores de serviços terceirizados contratados pela Companhia não cumpram as suas obrigações nos termos das leis tributárias, trabalhistas, ambientais e previdenciárias, a Companhia poderá ser responsabilizada solidariamente por tal descumprimento, resultando em multas e outras penalidades que podem afetar a Companhia de maneira material e adversa, incluindo, sem limitação, a sua imagem. A Companhia também poderá ser responsabilizada por lesões corporais ou morte de empregados ou de terceiros que ocorram dentro de suas instalações, o que pode afetar adversamente a reputação e os negócios da Companhia.

Em se tratando de danos ambientais, a responsabilidade civil tem natureza objetiva e solidária. Nesse cenário, podem ser considerados responsáveis pela sua reparação todos aqueles que, direta ou indiretamente, contribuíram para a ocorrência do dano ambiental, independentemente da existência de dolo e/ou culpa. Sendo assim, a responsabilidade civil pode ser aplicada a todas as partes que estiverem envolvidas, mesmo que indiretamente, na atividade que ocasionou o dano ambiental, de modo que a parte que gozar de mais recursos financeiros pode ser obrigada a repará-lo, resguardado o direito de regresso em relação aos demais envolvidos.

Portanto, caso as empresas terceirizadas que prestam serviços para a Companhia – como o gerenciamento de resíduos – não atendam às exigências da legislação ambiental, a Companhia poderá ser considerada solidária ou subsidiariamente responsável pelos eventuais danos ambientais incorridos, podendo, dessa forma, ser incluída no polo passivo de processos ambientais por condutas de terceiros e, eventualmente, ser obrigada a efetuar o pagamento de condenações judiciais e demais penalidades, incluindo medidas para reparação de eventual dano ambiental. Caso a Companhia seja responsabilizada solidariamente por danos ambientais causados pelos seus fornecedores, os resultados, as atividades e a imagem da Companhia podem ser adversamente afetados.

Além disso, caso as empresas terceirizadas que prestam serviços para a Companhia não atenda às exigências da legislação trabalhista, a Companhia poderá ser considerada solidária ou subsidiariamente responsável por eventuais dívidas trabalhistas, podendo, assim, ser incluída no polo passivo de processos trabalhistas por condutas de terceiros e eventualmente ser obrigada a efetuar o pagamento de condenações judiciais e demais penalidades. Neste caso, a imagem, os negócios e os resultados financeiros da Companhia poderão ser adversamente afetados.

(g) aos clientes da Companhia

Estamos expostos a riscos relacionados ao financiamento e empréstimos para nossos clientes.

Com a parceria financeira mantida pela Companhia, foi criada a Luizacred, por meio da qual são oferecidos cartões de crédito da bandeira Mastercard, que funcionam também na modalidade private label e empréstimos pessoais. Além disso, a Companhia realiza vendas financiadas pela própria Companhia e por outras instituições financeiras. Como grande parte das vendas da Companhia são realizadas utilizando como modalidade de pagamento o cartão de crédito, a Companhia possui o risco de inadimplência no pagamento do valor principal e juros, bem como

qualquer inconsistência entre custos e vencimentos de captações de recursos financeiros em relação aos custos e vencimentos do financiamento aos seus clientes. Em virtude da natureza dos negócios do grupo da Companhia, não há garantias reais de recebimento do saldo total de contas a receber. Qualquer um destes riscos pode afetar negativamente o fluxo de caixa da Companhia e, conseqüentemente, os seus negócios.

A Luizacred vem sendo responsável pelo financiamento de parte relevante das vendas da Companhia e a utilização do Cartão Luiza proporciona um plano de pagamento parcelado aos seus clientes. No decorrer de processos de expansão da carteira de clientes da Companhia, os níveis de inadimplência de tais clientes podem aumentar. Além disso, a Luizacred oferece empréstimos pessoais e consignados em folha de pagamento aos seus clientes nos termos do acordo de joint venture celebrado pela Companhia. O descumprimento das obrigações de pagamento de principal ou juros por clientes poderá afetar negativamente os negócios da Companhia. A Companhia depende significativamente do seu parceiro para estabelecer políticas de financiamento para os seus clientes. Caso o relacionamento da Companhia com seu parceiro seja encerrado, ou caso a Companhia não tenha mais acesso ao seu conhecimento da indústria de financiamento ao consumo, os resultados da Luizacred poderão ser afetados negativamente, o que poderia, por conseguinte, afetar negativamente os resultados da Companhia.

Adicionalmente, mudanças adversas nas condições econômicas brasileiras podem levar a um aumento em perdas e provisões para devedores duvidosos da Companhia. Caso as condições econômicas no Brasil piorarem devido, entre outros fatores, à redução do nível de atividade econômica, à desvalorização do Real, à inflação, ao aumento nas taxas domésticas de juros ou ao aumento no nível de desemprego, um maior percentual de clientes da Companhia – concentrados na Classe C, mais sensível a tais fatores – pode se tornar inadimplente, causando um efeito relevante adverso em seus negócios. Além disso, os resultados operacionais e a situação financeira da Companhia podem ser adversamente afetados caso a demanda por crédito ao consumidor diminua, a política do Governo Federal restrinja a extensão de crédito ao consumidor ou a capacidade de clientes de honrar suas obrigações com relação ao crédito concedido seja prejudicada.

Dessa forma, quaisquer eventos que possam afetar negativamente a capacidade de clientes de honrar suas obrigações com relação ao crédito concedido a eles por meio do Cartão Luiza ou empréstimos poderão afetar negativamente o resultado operacional da Companhia.

Podemos deixar de cumprir as leis de privacidade ou tratar adequadamente das questões de privacidade, divulgando informações confidenciais ou sensíveis que possam prejudicar nossos negócios e reputação.

A Constituição Federal, a Lei nº 10.406/02 (Código Civil), a Lei nº 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor), a Lei nº 12.965/14 (Marco Civil da Internet), o Decreto nº 8.771/16 e a Lei nº 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados) são as principais normas que regem o uso de dados no Brasil. Considerando que a Companhia coleta, armazena, processa e utiliza informações pessoais de funcionários e clientes e outros dados de usuários em seus negócios, a Companhia deve cumprir com todas as leis de privacidade e proteção de dados pessoais vigentes. Um risco significativo associado ao negócio da Companhia, particularmente em relação ao negócio de e-commerce e comunicações em geral, é a transmissão segura de dados pessoais através de redes públicas para seus servidores e o armazenamento seguro de dados pessoais em sistemas conectados aos servidores da Companhia.

A percepção de negligência com o tema da proteção de dados, válida ou não, pode afetar adversamente a Companhia. A Companhia deve garantir que qualquer tratamento, coleta, uso, armazenamento, compartilhamento, transferência e descarte de dados pessoais pelos quais é

responsável estejam em conformidade com as leis aplicáveis de proteção de dados. As instalações e sistemas da Companhia, tanto da sua plataforma de comércio eletrônico quanto de suas lojas físicas, e de seus provedores de serviços terceirizados, podem estar vulneráveis a violações de segurança, fraudes, atos de vandalismo, vírus de computador, extravio ou perda de dados, programação ou erros humanos ou outros eventos semelhantes.

Qualquer violação de segurança, ou qualquer falha percebida envolvendo o uso indevido, perda ou outra divulgação não autorizada de dados pessoais e qualquer falha ou aparente falha em cumprir as leis, políticas, obrigações legais ou padrões da indústria em relação à privacidade e proteção de dados, seja pela Companhia ou por seus fornecedores, pode prejudicar a reputação da Companhia, expô-la a riscos e responsabilidades legais, a sujeitar a publicidade negativa, interromper as suas operações e prejudicar os seus negócios. A Companhia não pode garantir que as suas medidas de segurança evitarão vazamento de dados pessoais, incidentes de segurança, ou que a falha em os evitar não terá um efeito adverso relevante sobre a Companhia.

Precisamos identificar e responder rapidamente e com sucesso a mudanças nas preferências dos consumidores.

O sucesso das vendas e resultados de operações da Companhia depende da sua capacidade de gerenciar o seu inventário, bem como identificar, prever e responder prontamente a mudanças e possíveis mudanças nas tendências do mercado (incluindo design, estilo, qualidade, produção, merchandising e preços dos produtos) e nas preferências de seus clientes. Caso a Companhia não gerencie o seu inventário com precisão, não se mantenha atualizada com as tendências mais recentes ou não ajuste seus produtos às preferências dos clientes com êxito, a Companhia poderá enfrentar uma redução nas suas vendas, o que pode afetar adversamente os seus negócios, resultados operacionais, condição financeira e a imagem de suas marcas.

(h) aos setores da economia nos quais a Companhia atua

As companhias do setor de varejo, incluindo a Companhia, têm apresentado frequente volatilidade, em decorrência do cenário altamente competitivo e inovador.

O setor de varejo é tradicionalmente sensível aos eventos macroeconômicos (evolução do PIB, nível de emprego e renda, dentre outros), a eventos políticos e, também, com significativa relevância, ao fator tecnológico. A tecnologia com foco em expectativas, tendências e demandas de clientes evolui de forma rápida e requer mudanças em aplicativos, produtos, serviços, marketing, mídias e formas de relacionamentos, o que, em certa extensão, foge ao controle da Companhia. Inovações tecnológicas devem ser introduzidas com agilidade, eficiência, eficácia e segurança de forma muitas vezes pioneira, tendo em vista que o mercado nacional e, principalmente, o mercado internacional evoluem em alta velocidade. A concorrência apresenta uma busca constante em se diferenciar e apresentar o melhor desempenho com foco nas expectativas de clientes em terem a melhor relação de custo e benefício diante das distintas opções de compras em plataformas digitais e lojas físicas. A Companhia não pode garantir posição confortável diante de um mercado com frequentes mudanças, evoluções e níveis de investimentos, bem como que apresente a entrada de varejistas concorrentes multinacionais que possam apresentar tais diferenciais. Esse ambiente traz, necessariamente à Companhia, a possibilidade de impactos de queda do market share, de receita líquida, dos resultados operacionais e financeiros, bem como de alta volatilidade no valor de suas ações.

O setor de varejo no Brasil é altamente competitivo, o que pode afetar adversamente nossa participação e de nossas controladas no mercado e nossa receita líquida.

A Companhia enfrenta intensa competição de pequenos varejistas que frequentemente podem se beneficiar das ineficiências do sistema de arrecadação de tributos no Brasil. Além disso, a Companhia compete com um grande número de redes multinacionais de varejo de mercadorias em

geral, assim como com hipermercados que oferecem aos seus clientes bens duráveis. Alguns desses competidores internacionais têm acesso a fontes de financiamento maiores e a custos menores do que a Companhia.

Além disso, as decisões de compra por parte dos consumidores são afetadas por fatores tais como reconhecimento da marca, qualidade e desempenho do produto, disponibilidade de crédito, preço e hábitos e preferências subjetivas de cada consumidor. Alguns dos concorrentes da Companhia podem realizar investimentos em marketing substancialmente maiores do que os seus. Se as estratégias publicitárias, promocionais ou mercadológicas da Companhia não tiverem êxito, ou se a Companhia for incapaz de oferecer novos produtos que atendam às demandas do mercado ou às mudanças de hábito dos consumidores e que representem tecnologias inovadoras que possam ser comercializadas, ou caso a Companhia não consiga administrar com sucesso as épocas oportunas para introdução de novos produtos ou a rentabilidade destes esforços, ou, ainda, se por outras razões, os consumidores finais acreditarem que os produtos dos competidores da Companhia são mais atraentes, então as vendas, a rentabilidade e os resultados operacionais da Companhia podem ser adversamente afetados.

A concorrência no comércio eletrônico também pode se intensificar. Outras empresas do ramo varejista e de comércio eletrônico podem vir a celebrar alianças ou acordos comerciais que venham a fortalecer a sua posição competitiva. À medida em que a carteira de seus clientes for crescendo e aumentando a sua fidelização nos diversos segmentos do mercado de Internet, os participantes destes segmentos poderão buscar expandir os seus negócios para os segmentos de mercado no qual a Companhia atua. Além disso, novas tecnologias podem intensificar ainda mais a natureza competitiva do varejo online. Acreditamos que a natureza da Internet como um local de mercado eletrônico facilita a entrada de competidores e permite a realização de compras por meio de comparação de preços. Esse aumento na concorrência pode vir a reduzir as vendas da Companhia, os seus lucros operacionais, ou ambos. Ademais, os concorrentes, tanto no mercado de varejo físico como no mercado de varejo eletrônico, poderão vir a disponibilizar mais recursos para o desenvolvimento de tecnologia e marketing do que a Companhia. Por fim, na medida em que o uso da Internet e de outros serviços online aumente, os varejistas atuantes neste mercado poderão vir a ser adquiridos, receber investimentos, ou celebrar outros relacionamentos comerciais com empresas maiores, mais estabelecidas e dotadas de mais recursos financeiros.

Podemos não ser capazes de nos adaptar rapidamente às transformações digitais exigidas pelos clientes e pelo setor.

A tecnologia empregada no e-commerce e na cultura digital está em constante evolução. A Companhia pode não ser capaz de se adaptar de forma suficientemente rápida para atender às exigências dos clientes e preferências e padrões do setor. A Companhia poderá se deparar com alguns obstáculos em busca de uma transformação digital rápida, relacionados, principalmente, à mudança em sua cultura corporativa, à complexidade organizacional e à falta de processos que viabilizem a colaboração e inserção dos seus funcionários. Esses desafios podem ser uma limitação no crescimento do e-commerce da Companhia pela complexidade comercial, organizacional ou tecnológica. Tais mudanças, somadas à urgência no atendimento de novos padrões e práticas do setor, poderão tornar o e-commerce da Companhia e a sua tecnologia própria ultrapassada e afetar adversamente os seus resultados.

O setor de varejo é sensível a diminuições no poder de compra do consumidor e a ciclos econômicos desfavoráveis.

Historicamente, o setor varejista tem sido suscetível a períodos de desaquecimento econômico geral que levaram à queda nos gastos do consumidor. O sucesso das operações do setor depende, entre outros, de vários fatores relacionados aos gastos do consumidor e/ou que afetam sua renda, inclusive a situação geral dos negócios, taxas de juros, inflação, disponibilidade de crédito ao

consumidor, tributação, confiança do consumidor nas condições econômicas futuras, níveis de emprego e salários. Situações desfavoráveis na economia brasileira, ou na economia mundial com reflexo na economia brasileira, podem, portanto, reduzir consideravelmente a capacidade de gastos do consumidor e sua renda disponível, em especial o consumidor da Classe C, que tem menos acesso a crédito que as classes A e B, mais dificuldade para refinarar dívidas e potencialmente mais afetado pelo aumento do desemprego. Tais situações poderão afetar adversamente as vendas, o resultado operacional e a situação patrimonial e financeira da Companhia.

Dependemos do sistema de transportes e infraestrutura das cidades em que estão localizados nossos centros de distribuição para a entrega das mercadorias.

A distribuição de mercadorias parte dos centros de distribuição da Companhia localizados nas regiões Sul, Sudeste, Centro-Oeste, Norte e Nordeste do país. O sistema de transporte e infraestrutura do país está em desenvolvimento e necessita de investimentos ou de privatizações por parte do governo brasileiro para que possa funcionar de maneira eficiente e atender aos negócios da Companhia. Além disso, qualquer interrupção significativa ou diminuição de utilização na infraestrutura de transportes das cidades em que estão localizados os centros de distribuição ou as operações da Companhia devido a desastres naturais, incêndios, acidentes, greves, falhas sistêmicas ou outras causas imprevistas podem atrasar ou prejudicar a capacidade da Companhia de distribuir mercadorias e ocasionar queda em suas vendas, o que poderá impactar negativamente os seus resultados financeiros e operacionais.

(i) à regulamentação dos setores em que a Companhia atua

As instituições financeiras no Brasil, inclusive nossa controlada em conjunto Luizacred, MagaluPay Instituição de Pagamento S.A. ("MagaluPay") estão sujeitas a mudanças regulatórias por parte do Banco Central.

As decisões tomadas pelo governo federal influenciam de forma relevante a economia brasileira, e o arcabouço regulatório aplicável a essas instituições pode sofrer alterações decorrentes de novas leis, regulamentos, tratados ou acordos internacionais, bem como de mudanças na interpretação ou aplicação das normas vigentes.

A Companhia não possui controle sobre eventuais alterações regulatórias, as quais podem abranger, entre outros aspectos:

- Requerimentos de capital mínimo e patrimônio de referência;
- Limites prudenciais e de concentração de risco;
- Regras para constituição de provisões para perdas de crédito;
- Limites e restrições à concessão de crédito e realização de outras operações;
- Normas sobre gestão de riscos (operacional, de mercado, de liquidez, de crédito, cibernético, etc.);
- Requerimentos contábeis, de auditoria e de divulgação de informações;
- Regulamentação sobre tarifas e serviços financeiros e de pagamento.

Adicionalmente, no que tange especificamente às Instituições de Pagamento como a MagaluPay, a regulamentação emitida pelo Banco Central do Brasil pode sofrer alterações, por vezes com curto prazo para adaptação. Existe o risco de que, durante o período necessário para implementar as adequações a novas exigências, a MagaluPay possa incorrer em não conformidade temporária com determinados normativos. Tal situação poderia elevar a percepção de risco regulatório associado à instituição, demandando esforços e recursos significativos para o restabelecimento da plena conformidade. Eventual descumprimento de prazos ou obrigações regulatórias pode sujeitar a MagaluPay a sanções administrativas, incluindo multas pecuniárias, e impactar sua reputação perante o órgão regulador.

A regulamentação da Internet e do comércio eletrônico pelo governo federal está em constante mutação e mudanças desfavoráveis poderão vir a prejudicar o nosso negócio e de nossas controladas.

A Companhia está sujeita a regulamentações e leis comerciais gerais, assim como a regulamentações e leis regendo especificamente a Internet e o comércio eletrônico. De acordo com as leis brasileiras, não há atualmente distinção entre as leis relativas ao comércio eletrônico e ao comércio de varejo. Referidas leis e regulamentos, atuais e futuros, poderão vir a impedir o crescimento das operações da Companhia na Internet ou de outros serviços online. Essas regulamentações e leis podem englobar tributação, privacidade do usuário, proteção de dados, especificação, conteúdo, direitos autorais, distribuição, contratos eletrônicos e outras comunicações, proteção ao cliente, prestação de serviços de pagamento online, acesso residencial à Internet em banda larga e características e qualidade de produtos e serviços. Ainda está incerto como as leis existentes que regem questões tais como propriedade, vendas e tributos, difamação e privacidade pessoal se aplicariam à Internet e ao comércio eletrônico. Uma resolução desfavorável com relação a estas questões poderá prejudicar o negócio da Companhia, ocasionando uma diminuição na demanda por seus produtos e serviços e um aumento nas suas despesas operacionais.

Os resultados operacionais da Companhia poderão ser impactados por alterações na legislação tributária brasileira, por resultados desfavoráveis de contingências tributárias ou pela modificação, suspensão ou cancelamento de benefícios fiscais/regimes especiais.

As autoridades fiscais brasileiras implementam regularmente mudanças no regime tributário que podem afetar a Companhia. Tais medidas incluem mudanças nas alíquotas vigentes e, ocasionalmente, a criação de impostos temporários e permanentes. Algumas dessas mudanças podem aumentar, direta ou indiretamente, a carga tributária da Companhia, resultando em um aumento nos preços cobrados pela Companhia em seus serviços e restringindo a sua capacidade de fazer negócios.

Ademais, certas leis tributárias podem estar sujeitas a interpretações controversas pelas autoridades fiscais. No caso de as autoridades fiscais interpretarem as leis tributárias de maneira inconsistente com as interpretações nas quais a Companhia se embasa, a Companhia poderá ser adversamente afetada, inclusive em razão do pagamento integral de eventuais tributos devidos, acrescidos de encargos e penalidades.

Recentemente foi aprovado no Congresso Nacional o texto de Emenda Constitucional que prevê a implementação de uma reforma tributária. Atualmente, as discussões acerca do tema versam sobre os Projetos de Leis que visam regulamentar o texto aprovado na Emenda Constitucional. De acordo com os referidos textos apresentados, há a possibilidade de uma mudança completa no sistema de tributação ao consumo. Caso a reforma tributária se concretize, bem como caso quaisquer mudanças na legislação e regulamentação aplicáveis que alterem os tributos incidentes ou incentivos fiscais/regimes aos quais a Companhia está sujeita, tais eventos poderão afetar diretamente ou indiretamente os negócios e resultados da Companhia.

Além disso, alguns dos processos judiciais e administrativos, principalmente de natureza tributária, dos quais a Companhia é parte, envolvem matérias relevantes, tais como as ações relacionadas (i) ao conceito de bonificações/reembolsos de fornecedores para fins de tributação do PIS/COFINS; (ii) à violação de diversos princípios jurídicos da Lei nº 13.241/2015, a qual extinguiu a isenção de PIS/COFINS sobre as vendas de produtos elegíveis ao Processo Básico de Produção; bem como (iii) outras ações relacionadas ao ICMS (para maiores informações, vide item 4.4 deste Formulário de Referência); que, caso decididos de maneira contrária aos interesses da Companhia, poderão afetar negativa e materialmente os seus negócios e a sua situação patrimonial e financeira, muito embora o tema tenha precedentes favoráveis no Superior Tribunal de Justiça - STJ. Adicionalmente, caso a Companhia não obtenha sucesso na recuperação de todos os créditos tributários oriundos das Ações Judiciais nº 0000477-51.2007.403.6113 e nº 5001453-

84.2018.403.6113, transitadas em julgado, que garantiram o direito de a Companhia excluir o ICMS da base de cálculo do PIS e da COFINS – muito embora já tenhamos recuperado boa parte de tais créditos –, a Companhia poderá ter seus resultados afetados adversamente.

A Companhia discute judicialmente com todos os Estados da Federação a não incidência do DIFAL (Diferencial de Alíquota de ICMS) em suas operações. O STF (Supremo Tribunal Federal) já declarou inconstitucional a cobrança do DIFAL na forma que fora feito, sem observância de Lei Complementar. No entanto, um desfecho negativo dessas discussões poderá afetar adversamente os resultados e o caixa da Companhia. Além disso, a Companhia atualmente usufrui de benefícios fiscais e regimes especiais em diversos Estados. Há, ainda, uma segunda discussão decorrente do DIFAL, acerca da aplicabilidade dos princípios constitucionais da noventena e anuidade, referente ao exercício de 2022, no âmbito do qual o STF já proferiu decisão contrária aos contribuintes. Muito embora tenha proferido decisão contrária, as associações que atuam como amicus curiae no processo apresentarão Embargos de Declaração para sanar obscuridade, contradições e omissões, e, além disso, solicitar que seja modulado os efeitos da decisão. Um desfecho negativo em tais ações também poderá afetar adversamente os resultados e caixa da Companhia.

Ademais, diante da complexidade do sistema tributário brasileiro, há inúmeras outras disputas judiciais em andamento que podem gerar algum impacto para a Companhia, como, por exemplo, o julgamento pelo STJ referente às tributações envolvendo incentivos fiscais de ICMS, no sentido de que para haver a exclusão de tais incentivos da base de cálculo do Imposto de Renda os contribuintes devem observar determinados requisitos. A Companhia não descarta eventuais questionamentos por parte das autoridades fiscais, o que poderá gerar algum impacto em seus resultados. Nesses casos, eventual inobservância das regras de convalidação, alteração na legislação tributária ou declaração de inconstitucionalidade da legislação concessiva de benefícios fiscais poderá afetar não somente as atividades da Companhia, mas o setor como um todo.

Não é possível assegurar que estes regimes especiais/benefícios fiscais serão mantidos ou renovados. Em caso de revogação ou alteração da legislação pertinente, os negócios, as atividades e as condições financeiras da Companhia poderão ser adversamente afetados como resultado do aumento da carga tributária. Além disso, para garantir a continuidade desses incentivos, uma série de requisitos devem ser cumpridos, os quais podem ser contestados, inclusive em juízo. Caso os benefícios fiscais concedidos à Companhia não forem renovados ou forem modificados, limitados, suspensos ou revogados, os negócios, a atividade e a condição financeira da Companhia poderão ser adversamente afetados em razão do aumento da carga tributária.

A Companhia está sujeita a fiscalização pelas autoridades fiscais nas esferas federal, estadual e municipal. Como resultado de tais fiscalizações, as posições fiscais da Companhia podem ser questionadas pelas autoridades fiscais. A Companhia não pode garantir que os provisionamentos para tais processos serão corretos, que não haverá identificação de exposição fiscal adicional, e que não será necessária constituição de reservas fiscais adicionais para qualquer exposição fiscal. Qualquer aumento no montante da tributação como resultado das contestações às posições fiscais da Companhia pode afetar adversamente os seus negócios, os seus resultados operacionais e a sua condição financeira.

As autoridades fiscais brasileiras intensificaram, recentemente, o número de fiscalizações. Existem diversas questões fiscais objeto de preocupação das autoridades brasileiras e com relação às quais as autoridades brasileiras regularmente fiscalizam as empresas, incluindo controle de estoque, despesas de amortização de ágio, reestruturação societária e planejamento tributário, entre outros. Quaisquer processos judiciais e administrativos relacionados a assuntos fiscais perante os tribunais, incluindo o Conselho Administrativo de Recursos Fiscais ("CARF") e tribunais administrativos estaduais e municipais, podem afetar negativamente a Companhia.

Parte dos imóveis que ocupamos encontra-se em processo de obtenção ou de renovação de licenças municipais e do corpo de bombeiros, bem como de licenças sanitárias. Podemos não conseguir obter ou renovar todas as licenças de operação necessárias à condução dos nossos negócios.

A Companhia depende de diversos cadastros perante órgãos e autarquias da administração pública federal, estadual e municipal e também de licenças e alvarás para funcionamento. Parte das licenças municipais e do corpo de bombeiros, bem como de licenças sanitárias, ainda estão em processo de obtenção ou de renovação ou, ainda, estão para iniciar o processo para obtenção de tais licenças. Os alvarás de funcionamento, os alvarás do corpo de bombeiros e as licenças sanitárias em diversas localidades possuem prazo de validade e devem ser renovados de tempos em tempos, com ou sem o pagamento de taxas de renovação. Em razão das dificuldades e lentidão de alguns órgãos governamentais, podemos não ser capazes de obter todas as licenças, alvarás e autorizações necessárias ou, ainda, não obter as suas renovações de forma tempestiva. Em alguns casos, obras de adaptação nos imóveis poderão ser exigidas pelos órgãos competentes para possibilitar a obtenção e/ou renovação dessas licenças, alvarás e autorizações, obras estas que podem implicar custos relevantes para a Companhia. A não obtenção ou a não renovação de tais exigências pode resultar na impossibilidade de abertura e operação de lojas e centros de distribuição da Companhia e até, conforme o caso, na interdição e fechamento das atuais lojas e centros de distribuição, bem como na aplicação de multas. No caso dos imóveis serem ocupados por força da celebração de contratos de locação entre a Companhia e terceiros, a não obtenção das licenças municipais e do corpo de bombeiros também poderá ser configurada como inadimplemento contratual, o que poderá acarretar a impossibilidade de a Companhia renovar compulsoriamente estes contratos ou, conforme o caso, na necessidade de desocupação desses imóveis. A estratégia comercial da Companhia pode ser afetada negativamente caso ocorra a impossibilidade de abertura e operação de novas lojas e centros de distribuição e/ou a interdição ou o fechamento de suas lojas e centros de distribuição atuais em decorrência da não obtenção ou não renovação de cadastros, alvarás e licenças exigidos, o que poderá impactar negativamente os resultados operacionais da Companhia.

Os imóveis ocupados pela Companhia podem ser desapropriados, o que poderá impactar adversamente os nossos resultados operacionais.

Os imóveis ocupados pela Companhia, incluindo imóveis de sua propriedade, estão sujeitos à desapropriação, parcial ou total, por decisão unilateral do Poder Público brasileiro, a fim de atender a finalidades de utilidade e interesse público, o que pode afetar adversamente os negócios da Companhia, bem como os seus resultados operacionais e financeiros, uma vez que a Companhia pode vir a ter que desocupar tais imóveis. Deve-se levar em consideração, ainda, que o valor a ser apurado em sede de perícia para pagamento de indenização decorrente da expropriação para o imóvel de propriedade da Companhia pode ser inferior ao valor de mercado do imóvel e pode não considerar eventuais benfeitorias instaladas por nós no imóvel.

Parte de nossa receita vem da comercialização de produtos da “linha de mercado” que compreende alimentos, bebidas, saneantes, itens de higiene pessoal, dentre outros; bem como de produtos cosméticos, dermocosméticos e de perfumaria. Portanto, estamos sujeitos a alterações no mercado de consumíveis, à flutuação de preços e a riscos de saúde relacionados às tais indústrias, que podem afetar adversamente nossos negócios

A Companhia comercializa produtos do ramo de alimentos, bebidas, higiene pessoal, saneantes, cosméticos, dermocosméticos, perfumaria, dentre outros, e parte de sua receita está condicionada ao sucesso da publicidade e das vendas desses produtos. Isso implica uma suscetibilidade às variações econômicas dos mercados, além, especificamente, do bom rendimento de marcas conexas que a Companhia veicula em sua plataforma de e-commerce e suas lojas físicas. Nessa

linha, a Companhia está sujeita a riscos que afetam as indústrias de alimentos, bebidas, saneantes, itens de higiene pessoal, cosméticos, dermocosméticos e de perfumaria geral, incluindo os riscos apresentados pelo não cumprimento de todas as normas determinadas pela vigilância sanitária. Adicionalmente, a presença da Companhia em tais mercados também a torna suscetível a eventuais processos judiciais e administrativos ligados à sua presença em tais segmentos, em decorrência de eventuais problemas verificados no consumo de tais produtos com consequente responsabilização da Companhia, o que pode afetar os seus negócios e prejudicar a sua reputação.

Regulamentações monetárias impostas pelo Governo Federal podem nos afetar adversamente.

Para oferecer suporte à política monetária, o Governo Federal, por intermédio do Conselho Monetário Nacional (CMN) e do Banco Central, introduz periodicamente regulamentações com o objetivo de controlar a taxa de inflação, por meio da alteração dos requisitos impostos aos depósitos compulsórios incidentes sobre os empréstimos e depósitos, de regulação do prazo máximo dos financiamentos e imposição de limitações sobre o montante que pode ser financiado, dentre outras medidas técnicas. Tais controles são utilizados pelo Governo Federal com o objetivo básico de regular a disponibilidade de crédito para reduzir ou aumentar o consumo. Por vezes, essas regulamentações afetam a capacidade dos clientes em obter crédito e podem restringir o crescimento da carteira de crédito da Luizacred. Alguns desses controles possuem caráter permanente e afetam os negócios por longos períodos. Não há nenhuma garantia de que, no futuro, o Governo Federal não irá adotar novas regulamentações que possam afetar a liquidez, a estratégia de financiamento, o crescimento dos empréstimos ou mesmo a lucratividade da Companhia, bem como a solvência de nossos clientes.

Podemos ser responsabilizados por perdas causadas por nossos serviços ou produtos aos consumidores, o que pode afetar adversamente nossos resultados.

As leis brasileiras de proteção ao consumidor são rigorosas e atribuem o ônus da prova aos fornecedores. Pleitos de defesa do consumidor podem ser deduzidos em ações individuais ou coletivas. As ações coletivas podem ser propostas em favor do consumidor pelas autoridades estaduais ou federais, por intermédio de órgãos da administração pública direta ou indireta, em particular a Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor (PROCON) e pelo Ministério Público, ou por associações de proteção ao consumidor. Ações judiciais ou processos administrativos podem alegar, por exemplo, que os serviços da Companhia não foram adequadamente prestados por seus funcionários, que serviços financeiros de terceiros foram comercializados de forma incorreta ou foram indevidamente cobrados ou que os produtos da Companhia não são adequados para uso, são falsificados, ou não contêm informações adequadas. Nessas hipóteses, caso a Companhia seja responsabilizada em um processo judicial, a Companhia poderá ter um efeito adverso relevante em seus negócios, sua reputação e seus resultados.

Mudanças na regulamentação aplicável ao financiamento do saldo da fatura do cartão de crédito podem vir a afetar nossos resultados.

O Governo Federal implantou mudanças na regulamentação das operações com cartões de crédito, com o intuito de reduzir as taxas de juros aplicáveis ao financiamento do saldo da fatura. Nesse sentido, o Conselho Monetário Nacional editou a Resolução nº 4.549, determinando que o saldo da fatura de cartão de crédito, quando não liquidado integralmente no vencimento, somente pode ser objeto de financiamento na modalidade “crédito rotativo” até o vencimento da fatura subsequente. Decorrido esse prazo, o saldo poderá ser financiado apenas na modalidade “crédito parcelado” e desde que em condições mais vantajosas para o cliente. Essa medida, assim como outras mudanças regulatórias relacionadas às operações com cartões de crédito, pode implicar na redução das receitas financeiras da Companhia decorrentes dos juros praticados em tais operações e afetar os seus resultados.

(j) aos países estrangeiros em que a Companhia atua

Não aplicável, pois a Companhia atua somente em território brasileiro.

(k) questões sociais

A incapacidade da Companhia de implementar medidas sociais voltadas para os seus stakeholders e para as comunidades em que suas lojas estão inseridas, incluindo a promoção de respeito, diversidade e inclusão, poderá afetar negativamente a reputação da Companhia.

Nos últimos anos, os órgãos reguladores e autorreguladores do mercado de capitais, o público investidor e a sociedade civil têm se mostrado cada vez mais atentos à adoção, pelas corporações e, mais especificamente, pelos emissores de valores mobiliários, de práticas (i) Ambientais – implementação de medidas visando à redução de impacto ao meio ambiente –; (ii) Sociais – comprometimento com o cuidado com seus colaboradores, fornecedores e comunidade de sua área de influência –; e (iii) de Governança – ações voltadas à aplicação eficiente e com responsabilidade dos recursos financeiros e humanos (ASG). No que tange ao aspecto Social, ressalta-se que a implementação eficaz de práticas sociais depende da identificação contínua, dinâmica e sistemática, bem como de minucioso entendimento das principais características e demandas dos stakeholders com os quais a corporação se relaciona, e com as comunidades que influenciam ou são influenciadas por seus negócios. Isso viabiliza a avaliação dos potenciais riscos e impactos gerados pelas operações sobre tais comunidades. Caso a Companhia não seja capaz de implementar medidas sociais eficazes para seus públicos e nas comunidades onde atua, incluindo a realização de treinamentos periódicos com seus colaboradores, implementação de processos internos, contratação e alocação de times dedicados, e inserção de medidas coercitivas (com o objetivo de evitar que seus stakeholders venham a praticar atos que não estejam alinhados com os pilares do respeito, da diversidade e inclusão), a sua reputação e, conseqüentemente, a percepção dos clientes sobre a Companhia poderão ser negativamente impactadas, o que também pode afetar negativamente seus resultados

(l) questões ambientais

O não cumprimento da legislação e regulamentação ambiental pode afetar adversamente o nosso negócio e reputação.

A Companhia está sujeita a uma ampla legislação federal, estadual e municipal relacionada à preservação e proteção do meio ambiente. Entre outras obrigações, essa legislação exige a emissão de licenças ambientais e a adoção de certos padrões para lidar com o descarte de efluentes, emissões atmosféricas, gestão de resíduos sólidos e emissões de ruídos, bem como exigências relacionadas a áreas especialmente protegidas. Quaisquer violações poderão expor a Companhia a sanções administrativas e criminais, e a obrigação de reparar ou indenizar os danos causados ao meio ambiente e a terceiros pode impactar a sua reputação.

Adicionalmente, a Lei Federal n.º 12.305/2010 instituiu a Política Nacional de Resíduos Sólidos (“PNRS”), que se aplica ao setor varejista. A PNRS estabelece a gestão integrada e o gerenciamento ambientalmente adequado de resíduos sólidos, disciplinando a segregação, armazenamento, transporte, destinação e disposição final ambientalmente adequada desses resíduos. A contratação de terceiros para realização de quaisquer das etapas de gerenciamento dos resíduos sólidos gerados pela Companhia não a exime de responsabilidade, sobretudo na esfera civil (dever de reparar e indenizar), caso esses prestadores de serviço causem danos ao meio ambiente e/ou a terceiros no exercício de suas atividades.

Afora isso, a inobservância das regras de gerenciamento de resíduos pela própria Companhia pode causar poluição ambiental, expondo-a a sanções administrativas, civis e criminais.

Além disso, a Companhia não pode garantir que essa legislação e suas regulamentações não se tornarão ainda mais rígidas, de modo que seja necessária a realização de investimentos adicionais a fim de cumpri-las. Investimentos ambientais imprevistos poderão reduzir os recursos disponíveis para outros investimentos e afetar adversamente os resultados da Companhia.

(m) questões climáticas, incluindo riscos físicos e de transição

O combate aos riscos relacionados às mudanças climáticas exige o aprimoramento contínuo de práticas de gestão ambiental da Companhia.

Os impactos gerados pela mudança do clima na sociedade e nos sistemas produtivos têm motivado diversas ações de mitigação e adaptação pelos países desenvolvidos e elevado o foco para temas socioambientais por parte dos investidores, atentos a como as empresas têm gerido riscos desse tipo ao negócio. O cumprimento das legislações ambientais vigentes, assim como o combate aos riscos relacionados às mudanças climáticas, exige o aprimoramento contínuo de práticas de gestão ambiental da Companhia que são incorporadas à sua estratégia de expansão, tendo em vista a modernização dos equipamentos, fontes de energia mais limpas e o aumento da eficiência energética – com investimentos em metodologias que reflitam os desafios da Companhia. O cenário requer extenso mapeamento e engajamento da cadeia de fornecedores no cálculo de emissões, considerando, por exemplo, a representatividade da frota logística nas emissões de escopo 3 da Companhia.

O possível estabelecimento de uma precificação de emissões no país, bem como eventuais desdobramentos do Sistema Brasileiro de Comércio de Emissões (Lei nº 15.042, de 11 de dezembro de 2024) podem exigir adequações imprevistas e, nesse caso, a Companhia poderá ser obrigada a elevar seus investimentos e custos visando cumprir as referidas exigências, o que poderá levar a desembolsos significativos.

Ademais, a Companhia faz uso de gases refrigerados nos sistemas de climatização de suas lojas. A manutenção requerida nos equipamentos e a reposição desses gases podem resultar em emissões fugitivas, que contribuem para as mudanças climáticas. Eventuais incidentes nesse processo podem ocasionar sanções ao negócio da Companhia.

(n) outras questões não compreendidas nos itens anteriores

As medidas do Governo Federal influenciam de forma relevante a economia brasileira. Essa influência, bem como a conjuntura econômica e a política brasileira, poderão causar um efeito adverso relevante nas nossas atividades e de nossas controladas.

A economia brasileira tem sofrido intervenções frequentes por parte do Governo Federal, que, por vezes, realiza modificações significativas em suas políticas e normas. As medidas tomadas pelo Governo Federal muitas vezes implicam em intervenções nas taxas de juros e no mercado de câmbio, mudança das políticas fiscais, controle de preços, controle de capital e limitação às importações, entre outras medidas. A Companhia não tem controle sobre as medidas e políticas que o Governo Federal pode vir a adotar no futuro, e tampouco pode prevê-las. Os negócios, a situação econômico-financeira e os resultados operacionais da Companhia poderão vir a ser afetados de maneira relevante por modificações nas políticas ou normas que envolvam ou afetem determinados fatores, tais como:

- taxas de juros;
- controles cambiais e restrições a remessas para o exterior;
- política monetária;
- política de controle de preço de combustíveis;

- flutuações cambiais;
- alteração das normas trabalhistas, legais e regulatórias;
- Inflação;
- liquidez dos mercados financeiros e de capitais domésticos;
- expansão ou contração da economia brasileira;
- política fiscal e alterações na legislação tributária;
- controle sobre importação e exportação;
- instabilidade social e política; e
- outros acontecimentos políticos, diplomáticos, sociais e econômicos que venham a ocorrer no Brasil ou que o afetem.

A incerteza quanto à implementação de mudanças por parte do Governo Federal nas políticas ou normas que venham a afetar esses ou outros fatores no futuro pode contribuir para a incerteza econômica no Brasil e para aumentar a volatilidade do mercado de valores mobiliários brasileiro e dos valores mobiliários emitidos no exterior por companhias brasileiras.

As ações do Governo Federal nas políticas ou normas que envolvam os fatores macroeconômicos acima listados poderão afetar adversamente as atividades da Companhia e a sua análise de sensibilidade aos aumentos de taxa de juros. Ademais, mudanças nos preços de ações ordinárias de companhias abertas, ausência de disponibilidade de crédito, reduções nos gastos, desaceleração da economia global, instabilidade de taxa de câmbio, aumento nas taxas de juros no Brasil ou no exterior e pressão inflacionária podem afetar adversamente, direta ou indiretamente, a economia e o mercado de capitais brasileiros, o que poderá reduzir a liquidez global e o interesse do investidor no mercado de capitais brasileiro, afetando negativamente o preço das ações de emissão da Companhia e gerando consequências negativas aos negócios, à situação patrimonial e financeira e aos resultados operacionais da Companhia. A título ilustrativo, destaca-se o PL 2.337/2021, o qual propõe alterações significativas na legislação do imposto sobre a renda, como a diminuição gradual da alíquota incidente no imposto sobre a renda de pessoas jurídicas de 15% para 12,5% em 2022 e 10% em 2023.

A instabilidade política no Brasil pode afetar adversamente os negócios, operações e condição financeira da Companhia e suas controladas.

A economia brasileira foi e continua a ser afetada por eventos políticos no Brasil, que também afetaram a confiança dos investidores e do público em geral, afetando adversamente o desempenho da economia brasileira e aumentando a volatilidade dos títulos e valores mobiliários emitidos por empresas brasileiras. Recentemente, o cenário político e econômico brasileiro passou por altos níveis de volatilidade e instabilidade, incluindo a contração do produto interno bruto (PIB), fortes oscilações do real em relação ao dólar americano, aumento do desemprego e menores níveis de gastos e confiança do consumidor.

Os mercados brasileiros têm sofrido maior volatilidade devido às incertezas derivadas das investigações conduzidas pela Polícia Federal e pelo Ministério Público Federal, e ao impacto dessas investigações na economia brasileira e no ambiente político. Muitos membros do governo brasileiro e do poder legislativo, bem como altos funcionários de grandes empresas estatais e privadas, foram condenados por corrupção política relacionada a subornos através de propinas em contratos concedidos pelo governo. Estes eventos tiveram um impacto adverso na imagem e reputação das empresas envolvidas e na percepção geral do mercado brasileiro.

O desdobramento de tais eventos é incerto, mas eles já tiveram um impacto negativo sobre a imagem e reputação das empresas envolvidas, bem como sobre a percepção geral do mercado

sobre a economia brasileira. A Companhia não tem como prever se as investigações em curso e seus consequentes desdobramentos irão conduzir a uma maior instabilidade política e econômica, tampouco se novas alegações contra funcionários e executivos do governo e/ou companhias privadas surgirão no futuro.

Ademais, qualquer dificuldade do Governo Federal em conseguir maioria no Congresso Nacional para aprovação de suas propostas poderá resultar em um impasse no Congresso, agitação política e manifestações massivas e/ou greves, que poderão afetar adversamente as operações da Companhia. Incertezas em relação à implementação, pelo governo, de mudanças relativas às políticas monetária, fiscal e previdenciária, bem como à legislação pertinente, podem contribuir para a instabilidade econômica. Tais incertezas e novas medidas podem aumentar a volatilidade do mercado de títulos brasileiros.

Por fim, o Presidente da República Federativa do Brasil pode determinar políticas e emitir atos governamentais relativos à economia brasileira que afetem as operações e o desempenho financeiro das empresas no Brasil, inclusive as da Companhia. Incertezas relacionadas à implementação de mudanças nas políticas monetária, fiscal, e social pelo governo brasileiro e legislação correlata podem contribuir para a instabilidade econômica e aumentar a volatilidade dos mercados, o que pode afetar adversamente a Companhia.

Qualquer queda adicional no rating de crédito do Brasil pode afetar adversamente o preço de negociação das nossas ações ordinárias.

Os ratings de crédito do Brasil afetam a percepção de risco dos investidores e, em consequência, o preço de negociação de valores mobiliários e rendimentos necessários na emissão futura de dívidas nos mercados de capitais. Agências de rating avaliam regularmente o Brasil e seus ratings soberanos, que se baseiam em uma série de fatores, incluindo tendências macroeconômicas, condições fiscais e orçamentárias, métricas de endividamento e a perspectiva de alterações em qualquer um desses fatores.

Qualquer rebaixamento adicional dos ratings de crédito soberano do Brasil poderia aumentar a percepção de risco dos investidores e, como resultado, aumentar o custo futuro da emissão de dívida e afetar adversamente o preço de negociação das ações de emissão da Companhia.

Flutuações da taxa de câmbio e variações significativas nas taxas de juros podem afetar de forma negativa nossos resultados operacionais.

Não se pode garantir que o Real não sofrerá valorização ou desvalorização significativas em relação ao Dólar. As depreciações do Real em relação ao Dólar podem criar pressões inflacionárias adicionais no Brasil e acarretar aumentos das taxas de juros, podendo afetar de modo negativo a economia brasileira como um todo e os resultados operacionais da Companhia em razão da eventual retração no consumo e aumento de custos. A Companhia não exerce qualquer influência sobre a política cambial adotada no Brasil, nem dispõe da capacidade de prevê-la. O negócio da Companhia, a sua situação financeira, os seus resultados operacionais e as suas perspectivas poderão ser afetados negativamente por mudanças em tais políticas cambiais.

Risco operacional relacionado à infraestrutura tecnológica do SuperApp e do marketplace

O modelo de negócios da Companhia é altamente dependente da estabilidade, segurança e disponibilidade de sua plataforma digital, especialmente o SuperApp, por meio do qual são integrados e-commerce, serviços financeiros, conteúdo e logística. Falhas técnicas, instabilidades sistêmicas, ciberataques ou indisponibilidade prolongada dos sistemas podem comprometer severamente a experiência do cliente, a receita e a reputação da marca, além de afetar toda a cadeia de serviços interligados à plataforma.

Risco de inadimplência de parceiros financeiros e sellers no ecossistema digital

A Companhia mantém parcerias com instituições financeiras, como o Itaú Unibanco, para oferta de produtos de crédito aos clientes, além de operar um robusto marketplace com milhares de sellers. O aumento da inadimplência, tanto por parte de clientes quanto de parceiros comerciais, impacta negativamente os fluxos financeiros, pode gerar perdas operacionais e comprometer a confiança dos stakeholders, especialmente em produtos como Cartão Luiza, MagaluBank e operações de antecipação de recebíveis via Magalu Pagamentos.

Risco de responsabilização civil ou administrativa por falhas na intermediação de produtos e serviços ofertados por terceiros

A Companhia atua como plataforma de intermediação de produtos e serviços de terceiros, incluindo sellers, instituições financeiras, seguradoras e parceiros logísticos. Ainda que não seja a fornecedora direta, a percepção do consumidor e o entendimento de órgãos reguladores podem resultar na responsabilização solidária da Companhia em casos de falha de entrega, vício de produto, serviços financeiros mal executados ou problemas com seguros e logística. Esse risco é agravado pela diversidade e complexidade dos serviços ofertados via SuperApp.

Risco reputacional decorrente da cadeia de suprimentos e compliance de terceiros

A atuação da Companhia está sujeita a riscos reputacionais associados a práticas inadequadas por parte de fornecedores e parceiros, incluindo casos relacionados a condições de trabalho, aspectos ambientais e governança. Mesmo com políticas de compliance e mecanismos de auditoria, a exposição a incidentes envolvendo fornecedores pode gerar danos à imagem institucional, perda de confiança de consumidores e questionamentos por parte de investidores e entidades reguladoras.

Risco de concentração de vendas em públicos de renda média e baixa

A Companhia tem parte relevante de sua receita proveniente de consumidores das classes C e D, cuja capacidade de consumo é sensível a variações na renda e no acesso ao crédito. Mudanças no cenário macroeconômico, como aumento da taxa de juros, desemprego ou inflação, podem afetar adversamente o desempenho de vendas, especialmente em bens duráveis e serviços financeiros voltados a esse público-alvo.

Conforme descrito na nota explicativa nº 28 das demonstrações financeiras intermediárias da Companhia referentes ao trimestre encerrado em 31 de março de 2025 ("ITR de 31.03.2025"), a Companhia classificou os seus negócios em três categorias principais, quais sejam:

- (i) **Varejo:** consiste, principalmente, na revenda de mercadorias e prestações de serviços nas lojas da Companhia, comércio eletrônico (e-commerce tradicional e marketplace) e plataforma de gestão de food delivery;
- (ii) **Operações Financeiras:** atuando por meio de sua controlada Luizacred, esta categoria tem como objeto principal fornecer crédito aos clientes da Companhia para aquisição de produtos;
- (iii) **Outros serviços:** compreende a (a) prestação de serviços de administração de consórcios, por meio de sua controlada, Luiza Administradora de Consórcio, que tem como objeto principal a administração de consórcios aos clientes da Companhia, para aquisição de produtos; (b) serviços de gerenciamento de entregas de produtos por meio de sua controlada, Magalu Log Serviços Logísticos Ltda.; e (c) serviços de desenvolvimento de softwares por meio de sua controlada, Luizalabs.

Os principais fatores de risco de mercado que podem afetar os negócios da Companhia são, sumariamente, os seguintes:

Risco de Crédito: o risco de crédito decorre da possibilidade de a Companhia vir a incorrer em perdas resultantes do não recebimento de valores faturados a seus clientes, cujo saldo consolidado em 31 de março de 2025 era de R\$ 5.458.314 mil (R\$ 6.437.203 mil em 31 de dezembro de 2024).

Grande parte das vendas da Companhia são realizadas utilizando como modalidade de pagamento o cartão de crédito, que são substancialmente securitizadas com as administradoras de cartões de crédito. Para as demais contas a receber, a Companhia também avalia o risco como sendo baixo, tendo em vista a pulverização natural das vendas em função do grande número de clientes.

Contudo, não há garantias reais de recebimento do saldo total de contas a receber, em virtude da natureza dos negócios da Companhia. Nada obstante, o risco de crédito é gerenciado por meio de análises periódicas do nível de inadimplência (com critérios consistentes para suportar os requerimentos da IFRS 9), bem como pela constante busca e adoção de formas de cobrança mais eficazes. Em 31 de março de 2025, a Companhia mantinha em contas a receber saldos que estariam vencidos ou perdidos, cujos termos foram renegociados, no montante de R\$ 301.063 mil (R\$ 309.541 mil em 31 de dezembro de 2024), os quais estão adicionados à análise sobre a necessidade de constituição de provisão para perda esperada de créditos. Maiores informações acerca do "contas a receber" constam da nota explicativa nº 5 ao ITR de 31.03.2025.

A política da Companhia para investimentos em títulos de dívida (aplicações financeiras) é a de investir em títulos que possuem rating atribuído pelas principais agências de risco de crédito e que tenham uma classificação igual ou superior ao rating soberano (em escala global). Em 31 de março de 2025, a maioria dos investimentos mantidos pela Companhia possuem tal nível de rating, atingindo o montante de R\$ 638.907 mil (R\$ 789.938 mil em 31 de dezembro de 2024) na Controladora e R\$ 1.367.613 mil (R\$ 1.861.829 mil em 31 de dezembro de 2024) no Consolidado.

Risco de Mercado: decorre do possível desaquecimento do varejo no cenário econômico do País. O gerenciamento dos riscos envolvidos nessas operações é realizado por meio do estabelecimento de políticas operacionais e comerciais e do monitoramento constante das posições assumidas. Os principais riscos relacionados são as variações na taxa de juros, na taxa de inflação e nas taxas de câmbio.

Risco Cambial: Apesar de muitos dos produtos que a Companhia comercializa, especialmente itens de tecnologia, serem fabricados localmente, tais produtos possuem diversos componentes importados, de forma que seus custos podem variar com a variação cambial. Assim, a gestão do risco cambial "indireto" está bastante ligada à gestão comercial, de preço e margem de produtos e é realizada juntamente com seus fornecedores, que procura não repassar grandes oscilações aos clientes finais.

Risco de Taxas de Juros: a Companhia está exposta a taxas de juros flutuantes vinculadas ao “Certificado de Depósito Interbancário (CDI)”, relativas a aplicações financeiras, empréstimos e financiamentos em reais, para os quais realizou análise de sensibilidade, conforme descrito abaixo.

Análise de Sensibilidade

Em 31 de março de 2025 a Administração efetuou análise de sensibilidade considerando um cenário provável e cenários com reduções e aumentos de 25% e 50% nas taxas de juros esperadas.

O cenário provável, de redução e aumento nas taxas de juros, foi mensurado utilizando-se taxas de juros futuros divulgadas pela B3 e/ou BACEN, considerando uma taxa base de CDI em 15% a.a.

Os efeitos esperados das despesas financeiras de empréstimos e financiamentos líquidas de receitas com aplicações financeiras para os próximos três meses são como segue:

	Controladora 31/03/2025	Consolidado 31/03/2025
Certificados de depósitos bancários (nota 3)	509.115	1.135.304
Fundos de investimentos não exclusivos (nota 3)	-	30.977
Equivalentes de caixa	509.115	1.166.281
Títulos e valores mobiliários (nota 4)	129.792	201.332
Total equivalentes de caixa e títulos e valores mobiliários	638.907	1.367.613
 Empréstimos e financiamentos (nota 18)	 (4.178.925)	 (4.590.398)
Exposição líquida	(3.540.018)	(3.222.785)
 Despesa financeira de juros - exposição a CDI		
Impacto no resultado financeiro, líquido de impostos:		
Cenário base - taxa de 15,00% a.a.	(215.578)	(240.095)
Cenário aumento 25%- taxa de 18,75% a.a.	(269.473)	(300.118)
Cenário aumento 50% - taxa de 22,50% a.a.	(323.367)	(360.142)
 Cenário redução 25%- taxa de 11,25% a.a.	 (161.684)	 (180.071)
Cenário redução 50% - taxa de 7,50% a.a.	(107.789)	(120.048)

Para os fins deste item 4.4, consideramos como processos individualmente relevantes: (i) processos com valor individual igual ou superior a R\$ 100 milhões; e (ii) processos que individualmente possam vir a impactar negativamente a nossa imagem.

A Companhia apresenta a seguir uma breve descrição dos processos mais relevantes em que figura como parte, segregados por sua natureza.

Processos de natureza trabalhista

Em 31 de março de 2025, a Companhia figurava como parte em 82 procedimentos preparatórios e inquéritos civis públicos instaurados pelo Ministério Público do Trabalho e em 37 TACs/acordos dos Estados de Alagoas, Bahia, Brasília, Ceará, Goiás, Minas Gerais, Paraíba, Pernambuco, Pará, Paraná, Rio Grande do Norte, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Rio de Janeiro, Palmas, Piauí, Mato Grosso do Sul, Mato Grosso, Rio de Janeiro e São Paulo, cujos objetos, em linhas gerais, versam sobre: (i) cumprimento de cota de aprendizes; (ii) contrato de trabalho intermitente; (iii) notificação para prestar informações; (iv) duração de jornada de trabalho/horas extras; (v) apresentação de documentos; (vi) temas relacionados à saúde e segurança do trabalho; (vii) cumprimento da legislação trabalhista; (viii) COVID-19¹; (ix) investigação de assédio moral; (x) estorno de comissão; (xi) desvio de função; (xii) cota de PCD; (xiii) contribuição sindical, entre outros.

Em relação às demandas judiciais trabalhistas, a Companhia figurava como parte em 4.386 ações judiciais, cujo valor provisionado era, em 31 de março de 2025, de R\$ 78,4 milhões.

Dentre os principais objetos envolvidos nas Reclamações Trabalhistas movidas em face da Companhia, destacam-se: (i) pagamento de horas extras, nulidade dos controles de jornadas, horas extras decorrentes do não enquadramento no artigo 62, inciso II da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), com respectivos reflexos; (ii) intervalo intrajornada e interjornada; (iii) diferenças de prêmios e comissões; (iv) acúmulo de função; (v) indenização por danos morais; e (vi) reversão de demissão por justa causa.

Dentre os processos de natureza trabalhista individualmente relevantes para a Companhia, em 31 de março de 2025, destacam-se, em razão do valor e/ou da relevância da matéria discutida, os seguintes:

¹ Normalmente as fiscalizações relacionadas ao coronavírus requisitam a juntada de documentos, tais como: Plano de contingenciamento da contaminação, PPRA e PCMSO atualizados, fotos das medidas de proteção coletiva; fotos do interior do estabelecimento disponibilizando álcool gel aos empregados; fotos dos banheiros com sabão líquido e papel toalha. Essas fiscalizações também determinam a manifestação sobre eventuais denúncias, bem como, especificação de todas as medidas adotadas pela empresa quando o retorno ao trabalho é autorizado. Recebemos também, além de fiscalizações, Notificações Recomendatórias de atuação do MPT no combate ao coronavírus. Essas notificações se referem às providências e acompanhamento das medidas de prevenção e de contenção do vírus na empresa.

Ação Civil Pública nº 0000790-37.2020.5.10.0015	
a. Juízo	Tribunal Regional do Trabalho da 10ª Região
b. Instância	1ª instância – 15ª vara do Trabalho de Brasília/DF
c. Data de instauração	05/10/2020
d. Partes no processo	Defensoria Pública da União (DPU) x Magazine Luiza S.A.
e. Valores, bens ou direitos envolvidos	R\$ 10.000.000,00 (valor da causa)
f. Principais fatos	A DPU ajuizou ação civil pública com pedido de tutela de urgência sob alegação de que o Programa de Trainees instituído pelo Magazine Luiza e voltado somente para profissionais negros seria inconstitucional porque caracterizaria discriminação aos demais. Foram formulados os seguintes pedidos: (i) concessão de tutela de urgência, impondo à ré a obrigação de conduzir o programa de trainee em andamento sem restrições fundadas em raça, cor, etnia ou origem nacional, devendo a ré reiniciar o período de inscrições, pelo seu prazo integral, dando iguais condições de inscrição para todos os trabalhadores interessados em participar de seu certame; ou, subsidiariamente, suspender a seleção já iniciada até ulterior julgamento da ação; (ii) confirmação da tutela de urgência, caso deferida; (iii) deixar de limitar as inscrições para o programa de trainee em andamento por meio de critérios discriminatórios, mormente com base em raça, cor da pele ou etnia dos candidatos, conduzindo todo o processo de recrutamento com base em tal premissa; (iv) compelir a Companhia a abster-se de condutas que discriminem o trabalhador, a qualquer título que seja, mormente nos termos do artigo 7º, inciso XXX, da Constituição da República, neste ou em futuros programas de seleção de trainees, estagiários, empregados e qualquer outro tipo de trabalhadores; (v) condenação ao pagamento de indenização por danos morais coletivos, em valor não inferior a R\$ 10.000.000,00 (dez milhões de reais); (vi) pagamento de honorários sucumbenciais; (vii) fixação de multa pelo descumprimento (astreintes), por dia de mora, a reverter ao fundo de aperfeiçoamento da DPU (Defensoria Pública da União). A tutela de urgência requerida pela DPU (Defensoria Pública da União) foi indeferida em 08/05/2021. Apresentada contestação em 30/03/2021. Em 05/04/2021, a DPU foi intimada a apresentar manifestação à contestação juntada pelo Magazine Luiza. Em 17/06/2022, foi realizada a audiência, que restou adiada em razão da ausência do DPU por motivo de saúde. Em 30/09/2022, foi realizada audiência do caso, ouvido o preposto do Magazine Luiza, e foi encerrada a instrução processual. Em 03/11/2022, a ação foi julgada improcedente. Em 12/01/2023, foi anulada a sentença eis que o prazo para as razões finais da DPU ainda estava em curso. Em 01/02/2023, foi publicada nova sentença julgando a ação totalmente improcedente. Em 25/02/2023, a DPU opôs embargos de declaração. Em 08/03/2023, o Magazine apresentou contraminuta aos embargos. Em 17/03/2023, foi publicada sentença que negou provimento aos embargos e manteve a improcedência da ação. A DPU recorreu da decisão, tendo o recurso sido incluído em pauta para julgamento em 22/11/2023. Despachados memoriais com sustentação oral pela Magazine. Em 23/11/2023, foi negado provimento ao recurso. DPU recorreu, aguardando julgamento do recurso.
g. Resumo das decisões de mérito proferidas	A sentença entendeu por julgar a ação totalmente improcedente, reconhecendo que a implementação do programa de trainees voltado para a população negra se trata de uma política afirmativa e que visa ajustar a desigualdade nas posições de liderança do Magazine. O TRT manteve a improcedência da demanda.
h. estágio do processo	Recurso de Revista apresentado pela DUP. Aguardando a decisão do recurso de revista.
i. Chance de perda (provável, possível ou remota)	Remota

j. Motivo pelo qual o processo é considerado relevante	Porque trata sobre a validade do programa de trainee instituído pelo Magazine Luiza.
k. Impacto em caso de perda do processo	Em caso de perda, haverá impacto financeiro diante de condenação por danos morais. Ademais, a perda do processo poderá acarretar dano à imagem da Companhia, ocasionado por eventual repercussão midiática.

Ação Civil Pública nº 0000633-07.2020.5.05.0661	
a. Juízo	Tribunal Regional do Trabalho da 5ª Região
b. Instância	1ª Instância – Vara única de Barreiras/BA
c. Data de instauração	03/09/2020
d. Partes no processo	Ministério Público do Trabalho (MPT) – Procuradoria Regional do Trabalho da 5ª Região (Bahia - BA) (PRT-5) x Magazine Luiza S.A.
e. Valores, bens ou direitos envolvidos	R\$ 1.000.000,00 (valor da causa)
f. Principais fatos	O MPT, por meio da PRT-5, ajuizou ação civil pública com pedido de tutela de urgência, decorrente do inquérito civil nº 000101.2019.05.002/5-52. A ação civil pública versa sobre jornada excessiva, alegações de fraudes no controle de frequência no horário de saída da filial de Barreiras/BA, assédio moral, práticas vexatórias em face dos empregados e cobrança de cumprimento de metas de produtividade. O MPT requereu a condenação da Ré ao cumprimento das seguintes obrigações de fazer e não fazer: (i) abster-se de praticar assédio moral; (ii) estabelecer declaração de princípios referentes ao assédio moral; (iii) estabelecer mecanismo de recebimento de denúncias e investigação de assédio moral e abuso de poder no âmbito da empresa; (iv) abster-se de realizar vinculação a resultados (alcance de metas); (v) racionalizar as metas por meios de estudos e viabilidade de alcance; (vi) abster-se da imposição de metas abusivas; (vii) manter registros de jornada fidedignos; (viii) fixação de multa diária de R\$ 50.000,00 por descumprimento e (ix) condenação ao pagamento de indenização por danos morais coletivos no valor de R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais). Apresentada contestação pela Magazine, em que se alegou a: (i) inexistência de condutas reiteradas e homogêneas aptas a justificar a tutela inibitória; (ii) ilegitimidade ativa do Sindicato; (iii) impossibilidade jurídica da cumulação de pedidos; (iv) impossibilidade jurídica do pedido; (v) necessidade de exclusão dos empregados que exercem cargo de confiança (62,II, CLT); (vi) verificação de pedido genérico quanto à indenização por danos morais coletivos; (vii) inexistência de suposto assédio moral; (viii) violação ao princípio do contraditório e da ampla defesa. Após a contestação da Companhia, foi realizada audiência inicial em 08/06/2022 e, posteriormente, restando as partes inconciliadas, foi designada audiência de instrução para o dia 24/10/2022. Durante a realização da audiência do dia 24/10/2022, durante as tratativas conciliatórias, a Magazine sinalizou a existência de TACs firmados pela ré em outras jurisdições, razão pela qual foi concedido prazo para juntada nos autos os aludidos acordos. Realizada audiência de instrução em 26/04/2023 às 11h. A Magazine juntou aos autos os acordos celebrados e requereu a extinção da ação diante da coisa julgada. Após manifestação das partes, foi proferido despacho determinando que o MPT se manifeste no prazo de 60 dias para requerer o que entender de direito, considerando o acordo formulado entre as partes. Manifestação protocolada em 02/04/2024.

g. Resumo das decisões de mérito proferidas	Não houve decisões de mérito proferidas até o momento. Acordo realizado em audiência no último dia 26/04/2023, em que foi celebrado acordo entre o Magazine Luiza e o MPT, limitado à circunscrição da PTM de Barreiras (atualmente 04 filiais) nos seguintes termos: 1. A Demandada se compromete ao cumprimento das seguintes obrigações de fazer e não fazer, sob pena de pagamento de multa de R\$ 10.000,00 (dez mil reais) por cada item descumprido, a cada constatação de descumprimento; 1.1. ABSTER-SE de, por quaisquer de seus representantes, administradores, diretores, gerentes ou pessoas que possuam poder hierárquico, utilizar práticas vexatórias ou humilhantes contra seus empregados e trabalhadores próprios ou terceirizados, especialmente as que consistam em pressioná-los, coagi[1]los ou intimidá-los, ou por intermédio de palavras agressivas ou de qualquer outro comportamento que os submeta a constrangimento físico ou moral ou que atente contra a honra e a dignidade da pessoa humana, nos termos do art.6º do Decreto nº 9.571/2018, especialmente seus incisos I, V, IX, X, XII, XIII e XIV e inciso III do art.1º da Constituição da República 1.2. MANTER CONSTANTEMENTE ATIVO mecanismo de recebimento de denúncias e investigação de assédio moral e de abuso de poder no âmbito da empresa, no qual sejam previstas as fases de recepção de denúncias, processamento, instrução, relatório e julgamento, bem como de que a vítima não sofrerá retaliações pela reclamação que vier a fazer para a comissão instituída na conformidade desta cláusula, garantindo que, na investigação das causas do fenômeno, deverão ser identificados os elementos do contexto organizacional que constituem a gênese dos conflitos que se transformam em violência psicológico 1.3. ABSTER-SE de empregar meios indignos de cobrança de cumprimento de metas de produtividade, tais como imposição de metas abusivas e exposição intimidatória dos níveis de aproveitamento de seus empregados ou qualquer outro meio constrangedor de exposição de desempenho. 2. A Demandada se obriga, ainda, ao pagamento de R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais) a título de indenização por dano moral coletivo, a ser pago em quatro parcelas mensais, com vencimento nos dias 26/05/2023, 26/06/2023, 26/07/2023 e 28/08/2023, a ser revertido em favor de entidade ou órgão a ser oportunamente apontado pelo Ministério Público do Trabalho, cuja finalidade guarde consonância com a reconstituição dos bens jurídicos lesados ou, subsidiariamente, ao FUNTRAD. Obrigação cumprida.
---	--

h. estágio do processo	Homologação do acordo firmado em audiência de instrução e julgamento.
i. Chance de perda	Possível
j. Motivo pelo qual o processo é considerado relevante	O pedido do MPT envolve obrigações de fazer/não fazer que podem trazer consequências negativas para o negócio, eis que visam interferir no modo como as metas são estipuladas pelo Magazine Luiza. Existe ainda no processo pedido de condenação ao pagamento de indenização por danos morais coletivos no valor de R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais).
k. Impacto em caso de perda do processo	Em caso de descumprimento do acordo firmado com o Ministério Público do Trabalho, incidência da multa pelo descumprimento e outras penalidades.

Inquérito Civil nº 000018.2021.04.002/1-02	
a. Juízo	Ministério Público do Trabalho de Porto Alegre
b. Instância	Administrativa
c. Data de instauração	26/02/2021
d. Partes no processo	MPT x Magazine Luiza S.A.
e. Valores, bens ou direitos envolvidos	Não mensurável
f. Principais fatos	Trata-se de procedimento investigatório instaurado pelo MPT, inicialmente pela filial de Santa Maria/SC, com relação à ergonomia da filial. O procurador requereu a apresentação de uma série de documentos, os quais foram apresentados no prazo informado. O procedimento tramita, atualmente, junto à PRT regional em Porto Alegre e passou a ter âmbito nacional, versando sobre a ergonomia dos vendedores no momento de finalização das vendas. A Companhia apresentou as adequações realizadas nas filiais de Santa Maria e pediu audiência com a procuradora regional. Após apresentar a regularização e apresentação de documentos, observamos que o escopo da investigação se estendeu à apuração da ergonomia dos vendedores em todo o Brasil. Em 05/12/2023, foi realizada audiência onde foi apresentada uma proposta de adequação de todas as lojas com o fornecimento de cadeiras no prazo de 12 meses, o que foi aceito pela procuradora. As cadeiras foram fornecidas e o procedimento se encontra em fiscalização de cumprimento. Serão oferecidos treinamentos como forma complementar para adaptação das equipes.
g. Resumo das decisões de mérito proferidas	Atualmente temos prazo trimestral para informação do andamento do projeto de entrega das cadeiras.
h. estágio do processo	inicial
i. Chance de perda	Possível
j. Motivo pelo qual o processo é considerado relevante	Abrangência Nacional
k. Impacto em caso de perda do processo	Em caso de perda, haverá impacto financeiro diante das investigações. Ademais, a perda do procedimento poderá acarretar dano à imagem da Companhia, ocasionado por eventual repercussão midiática.

Ação Civil Pública nº 0000777-48.2023.5.06.0143	
a. Juízo	Tribunal Regional do Trabalho da 06ª Região
b. Instância	1ª instância – 03ª Vara do Trabalho de Jaboatão/PE
c. Data de instauração	28/07/2023
d. Partes no processo	Sindicato dos Trabalhadores na Movimentação de Mercadorias em Geral do Estado de Pernambuco ("Sindicato") x Netshoes S/A ("NS2")
e. Valores, bens ou direitos envolvidos	Não mensurável
f. Principais fatos	Trata-se de ACP proposta pelo Sindicato em face da NS2, requerendo a condenação da empresa ao pagamento de horas extras, intervalo intrajornada e interjornada, bem como danos morais coletivos entre 0,1% a 20% do faturamento bruto da empresa. A sentença de primeira instância acolheu a tese de ilegitimidade do Sindicato. Houve recurso por parte do Sindicato que modificou a decisão preliminar. O processo se encontra em Recurso de Revista com a finalidade de modificar a decisão.
g. Resumo das decisões de mérito proferidas	Está sendo discutida a legitimidade do sindicato.
h. estágio do processo	Aguardando julgamento do RR.
i. Chance de perda (provável, possível ou remota)	Possível.
j. Motivo pelo qual o processo é considerado relevante	Por se tratar de ação coletiva em que, caso haja condenação, a empresa terá que realizar o pagamento de horas extras de todos os empregados substituídos. Adicionalmente, existe o risco de condenação em danos morais coletivos e possibilidade de exposição negativa de mídia em caso de divulgação da decisão pelo TRT.
k. Impacto em caso de perda do processo	Não há como estimar no momento.

Processos de natureza tributária e previdenciária

Em 31 de março de 2025, a Companhia figurava como ré em, aproximadamente, 1.306 processos administrativos e judiciais de natureza tributária e previdenciária.

Para as questões tributárias, a Companhia havia provisionado, em 31 de março de 2025, o montante total de R\$ 1.756,8 milhões, em cumprimento à nossa política interna e às normas contábeis aplicáveis, referentes a: (i) processos tributários passivos, que, de acordo com a análise de seus assessores jurídicos e da administração da Companhia, possuem chances prováveis de perda, no montante de R\$ 996,1 milhões; (ii) valor justo identificado em processo de alocação de preço de compra durante a combinação de negócio de suas adquiridas, no montante de R\$ 104,3 milhões; e (iii) depósitos judiciais de contingências tributárias ativas, no montante de R\$ 656,4 milhões.

Dentre os processos de natureza tributária e previdenciária individualmente relevantes para a Companhia, em 31 de março de 2025, destacam-se em razão do valor e da matéria discutida, os seguintes:

Processo nº 0002988-52.2016.4.01.3400 (Processo Administrativo vinculado nº 13855.721.993/2019-66)	
a. juízo	4ª Vara Federal do Distrito Federal
b. instância	Segunda Instância Judicial
c. data de instauração	15/01/2016
d. partes no processo	Autor: Magazine Luiza S.A. Réu: União Federal
e. valores, bens ou direitos envolvidos	R\$ 1.319.345.688,00, valor do principal
f. principais fatos	Ação proposta para reconhecimento do direito da Companhia em manter o benefício da aplicação de alíquota zero das Contribuições ao PIS e COFINS sobre a receita bruta advinda da venda de produtos eletrônicos (smartphones, tablets etc.), conforme estabelecido na Lei nº 11.196/2005 ("Lei do Bem"), enquanto perdurarem os efeitos da Lei nº 13.241/2015. Para suportar os termos desta discussão, a Companhia contratou 2 (dois) pareceres de escritório de advocacia de primeira linha e 1 (um) parecer de jurista renomado, os quais corroboram a linha adotada pela Companhia. Além disso, a Companhia tem tutela de urgência vigente que afasta a aplicação de multa. Não obstante a isso, contrariando decisão judicial e a legislação vigente, a Receita Federal do Brasil - RFB constituiu o crédito tributário acima referenciado e aplicou indevidamente a multa no valor de R\$ 808.471.982,00, que foi definitivamente cancelada pelo Conselho Administrativo de Recursos Fiscais (CARF) mediante decisão administrativa proferida em 19/03/2024. O processo administrativo prossegue somente em relação ao principal.
g. Resumo das decisões de mérito proferidas	Em 27/03/2017, houve o julgamento da Ação Ordinária em 1ª Instância Judicial, em sentido contrário à empresa, por suposta legalidade da revogação de benefício por prazo certo e com determinadas condições. Em 19/09/2018, o Tribunal Regional Federal da 1ª Região restabeleceu a tutela de urgência favorável à Companhia em sede de Apelação, devido à plausibilidade dos argumentos apresentados e da presença do perigo da demora. O mérito da discussão foi analisado pelas 1ª e 2ª Turmas do Superior Tribunal de Justiça (STJ) em sentido favorável aos contribuintes.
h. estágio do processo	Atualmente, a tutela favorável segue vigente e a Apelação da empresa segue pendente de julgamento.
i. chance de perda	Remota.
j. motivo pelo qual o processo é considerado relevante	Processo com valor individual superior a R\$ 100 milhões.
k. análise do impacto em caso de perda	Em caso de perda, se existir à época imposto a pagar, avaliaremos a possibilidade de parcelamento ou a utilização de outros créditos que eventualmente possamos ter contra a União, de modo que nosso caixa não seja afetado de forma relevante.

Processo Administrativo 11000-748.643/2024-30	
a. juízo	Processo Administrativo Fiscal - Federal
b. instância	Primeira Instância Administrativa
c. data de instauração	31/10/2024
d. partes no processo	Autor: União Federal Réu: Magazine Luiza S.A
e. valores, bens ou direitos envolvidos	R\$ 468.142.720,78
f. principais fatos	Cobrança de supostos débitos de PIS/COFINS do período de 2020 e 2021 referentes ao (i) aproveitamento de crédito sobre insumos essenciais e relevantes para suas operações e (ii) ausência de tributação de reembolsos de despesas e de alienação de ativo intangível. A Companhia apresentou consistentes argumentos em Impugnação Administrativa, demonstrando a essencialidade e relevância das despesas para a operação da empresa, bem como evidenciando que os reembolsos e proventos da alienação de ativo intangível não constituem receitas tributáveis pelas referidas Contribuições.
g. Resumo das decisões de mérito proferidas	Não foram proferidas decisões de mérito no caso.
h. estágio do processo	Atualmente, aguarda-se julgamento da Impugnação pela Delegacia Regional de Julgamento – DRJ.
i. chance de perda	Possível.
j. motivo pelo qual o processo é considerado relevante	Processo com valor individual superior a R\$ 100 milhões.
k. análise do impacto em caso de perda	Em caso de perda do processo administrativo levaremos a discussão ao Poder Judiciário, o qual poderá levar de 5 a 8 anos para se findar, e, se ao final a decisão for contrária, avaliaremos a possibilidade de parcelamento ou a utilização de outros créditos que eventualmente possamos ter contra a União, de modo que nosso caixa não seja afetado de forma relevante.

Processo nº 1020392-31.2018.4.01.3400 (Processo Vinculado nº 5001602-12.2020.4.03.6113)	
a. juízo	21ª Vara Federal do Distrito Federal
b. instância	Segunda Instância Judicial
c. data de instauração	28/09/2018
d. partes no processo	Autor: Magazine Luiza S.A. Réu: União Federal
e. valores, bens ou direitos envolvidos	R\$ 280.148.704,32
f. principais fatos	Trata-se de Ação Anulatória movida contra cobrança oriunda do Processo nº 13855.721.049/2011-51 e vinculada à Execução Fiscal nº 5001602-12.2020.4.03.6113. PIS/COFINS – supostos créditos indevidos a título de bonificações concedidas pelos fornecedores da Companhia nas aquisições de mercadorias para revenda, reembolsos de verbas de propaganda, créditos decorrentes da não cumulatividade e outros. Possuímos Seguro Garantia garantindo integralmente o crédito tributário.
g. Resumo das decisões de mérito proferidas	Proferida sentença de parcial de procedência em 23/02/2024, anulando a exigência do PIS/COFINS sobre bonificações, reembolsos de verbas de propaganda e parte dos créditos decorrentes da não cumulatividade. Foi mantida apenas a exigência de créditos relacionados a algumas despesas de insumos essenciais e relevantes às atividades da empresa.
h. estágio do processo	Atualmente, aguarda-se julgamento dos Recursos de Apelação interpostos pela empresa, em 25/03/2024, e pela União Federal, em 18/04/2024, enquanto a Execução Fiscal vinculada encontra-se sobrestada desde 08/09/2020.
i. chance de perda	Possível.
j. motivo pelo qual o processo é considerado relevante	Processo com valor individual superior a R\$ 100 milhões.
k. análise do impacto em caso de perda	Em caso de perda da discussão no Poder Judiciário, que poderá levar de 5 a 8 anos para se findar, parcelaremos o débito, de modo que nosso caixa não será afetado de forma relevante.

Processo nº 3.133.424-6	
a. juízo	Processo Administrativo Fiscal – Estado de São Paulo
b. instância	Segunda Instância Administrativa
c. data de instauração	13/07/2010
d. partes no processo	Autor: Estado de São Paulo Réu: Magazine Luiza S.A.
e. valores, bens ou direitos envolvidos	R\$ 110.763.015,09
f. principais fatos	A Companhia foi autuada em razão (i) da não comprovação da origem de créditos relativos ao ICMS de janeiro a outubro de 2007 e (ii) da não apresentação de documentos fiscais no curso de processo de fiscalização. A decisão de 1ª instância administrativa foi proferida em 04/02/2011. Foi apresentado recurso à Câmara Ordinária do Tribunal de Impostos e Taxas de São Paulo (“TIT”), a qual julgou parcialmente favorável à empresa em 04/12/2013. Na sequência, apresentou-se Recurso Especial à Câmara Especial do TIT, a qual anulou a decisão da Câmara Ordinária em 12/05/2015 e determinou que fosse feito novo julgamento com base nas provas acostadas aos autos. Ato seguinte, em 10/12/2015, a Câmara Ordinária do TIT ordenou a baixa do processo em diligência e, em 30/05/2019, proferiu nova decisão para cancelar parcialmente a cobrança.
g. Resumo das decisões de mérito proferidas	A decisão de 1ª instância administrativa, proferida em 04/02/2011, reconheceu como válida parte do crédito e manteve integralmente a autuação com relação ao descumprimento das obrigações acessórias. Em 10/12/2015, a Câmara Ordinária do TIT ordenou a baixa do processo em diligência e, em 30/05/2019, proferiu nova decisão para cancelar integralmente a (i) cobrança em razão da não comprovação da origem de créditos relativos ao ICMS de janeiro a outubro de 2007; e manter parcialmente (ii) a multa por não apresentação de documentos fiscais durante o processo de fiscalização; resultando na exigência remanescente de valor equivalente a menos que 1% da autuação originária
h. estágio do processo	Atualmente, aguarda-se julgamento do Recurso Especial apresentado pela Fazenda em 25/07/2019.
i. chance de perda	Remota.
j. motivo pelo qual o processo é considerado relevante	Processo com valor individual superior a R\$ 100 milhões.
k. análise do impacto em caso de perda	Em caso de perda do processo administrativo levaremos a discussão ao Poder Judiciário, o qual poderá levar de 5 a 8 anos para se findar, e se ao final a decisão for contrária, parcelaremos o débito, de modo que nosso caixa não será afetado de forma relevante.

Processo nº 0044346-41.2021.8.16.0014 (Processo Vinculado nº 6.622.479-1)	
a. juízo	2ª Vara de Execuções Fiscais da Comarca de Londrina
b. instância	Segunda Instância Judicial
c. data de instauração	24/08/2021
d. partes no processo	Autor: Estado do Paraná Réu: Magazine Luiza S.A.
e. valores, bens ou direitos envolvidos	R\$ 104.682.783,64
f. principais fatos	Cobrança de supostos débitos de ICMS referentes à divergência de cálculos de ICMS decorrente da não aplicação de diferimento parcial em determinadas operações e reduções de base de cálculo. A Companhia apresentou consistentes argumentos na esfera administrativa (Processo nº 6.622.479-1), porém, a autuação foi mantida. Após o ajuizamento da Execução Fiscal, a Companhia apresentou seguro garantia nos autos e, em 17/11/2021, distribuiu Embargos à Execução, esclarecendo que a empresa tem amparo expresso na legislação paranaense, nos termos da qual há dispensa de aplicar o diferimento exigido e permite reduzir a base de cálculo de ICMS das mercadorias relacionadas na cobrança. Em 17/06/2024, foi proferida sentença de procedência integral dos Embargos à Execução Fiscal, a qual declarou inexigível a cobrança. Aguarda-se julgamento do Recurso de Apelação da Fazenda Estadual.
g. Resumo das decisões de mérito proferidas	Em 17/06/2024, foi proferida sentença cancelando integralmente o crédito tributário pretendido, confirmando que a Companhia observou corretamente a legislação estadual aplicável.
h. estágio do processo	Atualmente, aguarda-se julgamento do Recurso de Apelação do Estado.
i. chance de perda	Possível.
j. motivo pelo qual o processo é considerado relevante	Processo com valor individual superior a R\$ 100 milhões.
k. análise do impacto em caso de perda	Em caso de perda da discussão no Poder Judiciário, que poderá levar de 5 a 8 anos para se findar, parcelaremos o débito, de modo que nosso caixa não será afetado de forma relevante.

Processos de natureza cível

Em 31 de março de 2025, a Companhia figurava no polo passivo em 19.785 processos judiciais de natureza cível. Os processos referem-se, principalmente, a pedidos de indenização por danos materiais e morais movidos por consumidores em decorrência de alegados vícios de produtos, atrasos na entrega de produtos comercializados pela Companhia, entre outros. Há também processos relacionados aos produtos Cartão Luiza e ao Crédito Direto ao Consumidor, versando sobre fraudes, contratação não reconhecida e negativação indevida.

De acordo com a análise dos advogados da Companhia, em 31 de março de 2025, o valor provisionado para os processos de natureza cível era de R\$ 23,2 milhões.

Em 31 de março de 2025, a Companhia figurava no polo passivo de 8 (oito) ações civis públicas que discutem matérias de direito do consumidor relacionadas ao modelo de negócios da Companhia, como (i) cartazamento; (ii) alegações de prática de venda casada; (iii) política de troca; entre outros.

Em 31 de março de 2025, a Companhia figurava em 240 ações judiciais imobiliárias, cujo valor total provisionado era de R\$18,8 milhões. Referidos processos são, em sua grande maioria, ações renovatórias movidas pela Companhia visando a renovação dos contratos de locação, em conformidade com a Lei 8.245/91.

Dentre os processos de natureza cível individualmente relevantes para a Companhia, em 31 de março de 2025, destacam-se em razão do valor e/ou da relevância da matéria discutida os seguintes:

Ação Civil Pública nº 027827-45.2008.8.16.0014	
a. juízo	4ª Vara Cível da Comarca de Londrina/PR 7ª Câmara Cível em Composição Reduzida do TJ/PR 4ª Turma do STJ
b. Instância	Superior Tribunal de Justiça
c. data de instauração	06/03/2018
d. partes no processo	Autor: Ministério Público do Estado do Paraná Réus: Magazine Luiza S.A. e outros
e. valores, bens ou direitos envolvidos	Valor envolvido: R\$ 10.000,00 (valor da causa histórico).
f. principais fatos	Trata-se de Ação Civil Pública ajuizada pelo MP-PR em face do Magazine Luiza e outras varejistas, com fundamento em uma alegada deficiência na prestação de informações relativas ao preço dos produtos colocados à venda, sobretudo em razão da (i) indicação de preço de produtos com ênfase apenas no valor da prestação mensal, em detrimento do preço à vista, do total a prazo, do plano de pagamento pelo produto e da taxa de juros; e (ii) indicação de produtos ofertados na vitrine sem informação sobre o preço. Em 12/06/2008, a demanda foi julgada procedente, condenando os réus a disponibilizarem os preços dos produtos de forma correta e clara, em razão da suposta violação ao Código de Defesa do Consumidor. Aplicou, assim, a desarrazoada multa de R\$ 5.000,00 por dia de descumprimento, sem fixar qualquer prazo limite para sua incidência. Contra a sentença, o Magazine Luiza interpôs apelação, comprovando que há anos adota formato padrão para exposição dos preços de seus produtos no referido Estado, tendo agido em estrita conformidade com as normas aplicáveis. Demonstrou, ainda, que a suposta "infração" utilizada como fundamento para a condenação que lhe foi imposta foi pontual e não uma prática da companhia. Foi prolatado acórdão em 26/02/2019 conferindo parcial provimento ao recurso, apenas para reduzir a multa para o valor de R\$ 2.500,00 em caso de eventual descumprimento. Diante de omissões verificadas, o Magazine Luiza opôs embargos de declaração, que foram acolhidos para esclarecer que as rés têm o prazo de 2 meses para implementar as correções apontadas ao longo do processo, sendo que a multa fixada só deverá incidir após o decurso deste período, ficando limitada a 60 dias. Afirmou, contudo, que o valor da multa diária deve ser mantido, considerada a "peculiaridade" do caso, que permitiria o patamar elevado fixado. Diante disso, foi interposto recurso especial com fundamento no art. 105, inc. III, alínea "a", da Constituição Federal, apontando violação ao conjunto probatório constante dos autos, aos princípios da isonomia e da livre concorrência e o <i>bis in idem</i>, já que sujeitou o Magazine Luiza, simultaneamente, às penalidades previstas no art. 56 do CDC e às astreintes. O recurso especial e respectivo agravo em REsp foram inadmitidos, razão pela qual foi interposto agravo interno, que aguarda apreciação.

g. resumo das decisões de mérito proferidas	Em 12/06/2008, o Juízo entendeu que a questão discutida nos autos era unicamente de direito, julgando antecipadamente a lide para dar procedência aos pedidos iniciais, a fim de que os réus se adequassem à Lei nº 8.078/90 e ao Decreto nº 5.903/2006, no prazo de 60 dias a contar da liminar concedida nos autos, sob pena de multa diária de R\$ 5.000,00. Em 07/07/2009, após a interposição de apelações pelo Magazine Luiza e demais varejistas contra a sentença, foi prolatado acórdão que deu provimento aos recursos para anular a sentença, retornando os autos ao Juízo de origem, a fim de apreciar a inversão do ônus probatório e proceder à instrução do processo. Em 18/04/2017, após o retorno dos autos ao Juízo de origem, foi proferida sentença dando provimento aos pedidos do MP-PR, condenando os réus a disponibilizarem os preços dos produtos de forma correta e clara, em razão de uma suposta violação. Foi aplicada, ainda, multa de R\$5.000,00 por dia de descumprimento, sem ser fixado qualquer prazo limite para sua incidência. Em 26/02/2019, foi prolatado acórdão que deu parcial provimento à apelação do Magazine Luiza, apenas para reduzir a multa diária para o valor de R\$2.500,00 por dia em caso de eventual descumprimento da determinação judicial. Em 22/11/2019, foi prolatado acórdão que não acolheu os embargos de declaração opostos pelo Magazine Luiza, mantendo os fundamentos da decisão: Em 01/12/2020, diante da rejeição dos embargos de declaração sem que os vícios apontados tenham sido sanados, o Magazine Luiza interpôs o recurso especial. Houve provimento ao recurso, a fim de anular o acórdão proferido no julgamento dos embargos de declaração e determinar que outro fosse proferido, considerando-se as matérias expressamente suscitadas naquela oportunidade. Em 18/02/2022, após o retorno dos autos ao Tribunal de Justiça do Estado do Paraná, foi prolatado novo acórdão que acolheu os embargos de declaração do Magazine Luiza para esclarecer que os réus têm o prazo de 2 meses para implementar as correções apontadas ao longo do processo, sendo que a multa fixada só deverá incidir após o decurso deste período, ficando limitada a 60 dias. Afirmou, contudo, que o valor da multa diária deve ser mantido, considerada a "peculiaridade" do caso, que permitiria o patamar elevado fixado. Em 27/04/2022, diante do acórdão dos embargos de declaração, como o E. TJ-PR não esclareceu os parâmetros para a fixação da multa, foi interposto recurso especial. Desta forma, foi proferida decisão, pelo Vice-Presidente do TJPR, inadmitindo o referido recurso, com base nos mesmos fundamentos. Em 27/10/2022, após a distribuição dos autos no Superior Tribunal de Justiça, foi proferida decisão monocrática conhecendo do agravo em recurso especial e lhe negando provimento. Agravo interno protocolado, que aguarda julgamento após pedido de vista do Min. Raul Araújo, realizado após voto do Min. Antônio Carlos Ferreira (relator) negando provimento ao Agravo Interno.
h. estágio do processo	Fase recursal em sede de agravo interno no AREsp nº 2175963/PR.
i. chance de perda	Provável
j. motivo pelo qual o processo é considerado relevante	Trata-se de uma ação civil pública com possibilidade de impactos operacionais, reputacionais e financeiros para o Magazine Luiza, em caso de procedência.

k. impacto em caso de perda do processo	Em caso de perda, a companhia será obrigada a informar, de forma clara e precisa, o preço à vista dos produtos expostos, bem como, em caso de outorga de crédito, o valor da respectiva parcela, taxa de juros aplicável, o valor total da operação e demais condições de financiamento, sob pena de multa diária. Ressalta-se que não haverá impacto, pois a companhia já adota as referidas informações como padrão no referido Estado.
--	---

Ação Civil Coletiva nº 0029552-98.2014.8.16.0001	
a. juízo	9ª Vara Cível da Comarca de Curitiba/PR
b. instância	Primeira Instância Judicial
c. data de instauração	19/08/2014
d. partes no processo	Autor: Ministério Público do Estado do Paraná Réus: Magazine Luiza S.A. e outros
e. valores, bens ou direitos envolvidos	R\$ 100.000,00 (valor da causa histórico)
f. principais fatos	Trata-se de Ação Civil Coletiva ajuizada pelo MP-PR em face de múltiplas empresas varejistas em razão do suposto não atendimento aos consumidores com a garantia dos produtos no próprio local da compra, com encaminhamento às assistências técnicas.
g. resumo das decisões de mérito	Em 14/09/2023, a ação foi julgada procedente, tendo sido reconhecida suposta abusividade da política de troca de produtos eletrônicos e encaminhamento dos consumidores diretamente à assistência técnica; condenando os réus à obrigação de não fazer, consubstanciada na abstenção de encaminhamento à assistência técnica do consumidor que pretender reclamar por vícios do produto diretamente em suas sedes ou filiais, sob pena de multa de R\$ 5.000 (cinco mil reais) por dia de descumprimento, limitado a 60 (sessenta) dias, a contar do trânsito em julgado da sentença; e condenando os réus à obrigação de fazer, consubstanciada na promoção de coleta em suas sedes de quaisquer produtos adquiridos sobre os quais o consumidor indique a existência de vício, sob pena de multa de R\$ 5.000 (cinco mil reais) por dia de descumprimento, limitado a 60 (sessenta) dias, a contar do trânsito em julgado da ação. Interposta Apelação. Autos conclusos com o relator.
h. estágio do processo	Fase Recursal
i. chance de perda	Provável
j. motivo pelo qual o processo é relevante	Trata-se de uma ação civil coletiva com possibilidade de impactos operacionais, reputacionais e financeiros para o Magazine Luiza, em caso de procedência.
k. impacto em caso de perda do processo	Em caso de perda, a Companhia poderá ser condenada a realizar alterações em seu processo de pós-venda, sob pena de multa diária, cujo pedido formulado pelo Ministério Público é de R\$50.000,00 (cinquenta mil).

Ação Civil Pública nº 0020334-13.2008.8.24.0008	
a. juízo	1º Vara da Fazenda Pública da Comarca de Blumenau/SC
b. instância	Primeira Instância Judicial
c. data de instauração	15/08/2008
d. partes no processo	Autor: Ministério Público do Estado de Santa Catarina Réus: Magazine Luiza S.A. e Construtora Stein Ltda.
e. valores, bens ou direitos envolvidos	R\$ 150.000,00 (valor da causa histórico)
f. principais fatos	Trata-se de Ação Civil Pública, ajuizada pelo MP-SC, em razão de obra realizada pela Lojas Madol Ltda (incorporada pelo Magazine Luiza) em prédio tombado pelo patrimônio histórico na cidade de Blumenau/SC, pedindo a condenação no valor indenizatório de R\$ 150.000,00 (cento e cinquenta mil reais) pelo dano histórico-cultural coletivo supostamente causado. Em sua defesa, o Magazine Luiza pleiteou, em resumo, sua ilegitimidade passiva, já que o imóvel em discussão pertencia à Lojas Madol Ltda. e a referida reforma foi anterior à incorporação pelo Magazine Luiza, além do fato estar prescrito. No mérito, esclareceu que a reforma foi realizada pela Construtora Stein Ltda, contratada pela proprietária do imóvel na ocasião, observando as disposições legais aplicáveis, além de inexistir comprovação de qualquer dano ao patrimônio público a justificar a pretensão indenizatória. Em 08/03/2017, sobreveio sentença julgando procedente o pedido do MP-SC para condenar a Construtora Stein Ltda e o Magazine Luiza, na condição de incorporadora de Lojas Magazine Luiza-Sul Ltda., solidariamente, ao pagamento de indenização no montante de R\$ 100.000,00 (cem mil reais), além da condenação ao pagamento das custas processuais. As partes apresentaram recurso de apelação, que afastou a tese de prescrição e determinou o retorno dos autos à primeira instância. Constam nos autos de segunda instância parecer da 34ª Procuradoria de Justiça Cível reconhecendo a prescrição dos fatos, bem como a ilegitimidade do Magazine Luiza para figurar no polo passivo, o que inclusive subsidiou a interposição de REsp. Os recursos não foram providos e os autos retornaram para a primeira instância para prosseguimento da fase instrutória.
g. resumo das decisões de mérito proferidas	Em 08/03/2017, foi proferida sentença julgando procedente o pedido do Ministério Público para condenar o Magazine Luiza e a Construtora Stein Ltda, solidariamente, ao pagamento de indenização no montante de R\$ 100.000,00 (cem mil reais) ao Fundo Estadual para Recomposição de Bens Lesados, pela conduta alegadamente ilícita praticada contra o patrimônio histórico-cultural do município de Blumenau/SC, além da condenação ao pagamento das custas processuais Em 15/06/2023, a apelação foi julgada afastando a tese de prescrição, mas acolhendo a preliminar de cerceamento de defesa, determinando o retorno dos autos para primeira instância para realização de prova pericial. Em 11/10/2023 foi proferida decisão monocrática que não deu seguimento ao REsp. Foi interposto Agravo Interno contra a decisão que não deu seguimento ao RESp. Em 11/12/2024, o Agravo Interno foi desprovido e os autos remetidos para a primeira instância.
h. estágio do processo	Fase de instrução
i. chance de perda	Possível
j. motivo pelo qual o processo é considerado relevante	Trata-se de uma ação civil pública com possibilidade de impactos reputacionais para o Magazine Luiza, em caso de procedência.

k. impacto em caso de perda do processo	Em caso de perda, o Magazine Luiza poderá ser condenado até o valor histórico de R\$ 100.000,00 (cem mil reais) e manterá direito de regresso contra terceiros.
--	---

Ação Civil Pública nº 5008759-86.2019.8.24.0023	
a. juízo	2ª Vara da Fazenda Pública da Comarca de Florianópolis 6ª Câmara de Direito Civil do Tribunal de Justiça de Santa Catarina
b. instância	Segunda Instância Judicial
c. data de instauração	09/10/2019
d. partes no processo	Autor: Ministério Público do Estado de Santa Catarina Réu: Magazine Luiza S.A.
e. valores, bens ou direitos envolvidos	R\$ 50.000.000,00 (cinquenta milhões de reais), a título de danos morais coletivos. Além disso, há um valor inestimável em relação (i) ao pedido de obrigação de fazer e não-fazer e (ii) à obrigação de indenizar os danos materiais e morais aos consumidores individualmente considerados.
f. principais fatos	Trata-se de Ação Civil Pública, ajuizada pelo MP-SC, na qual pede a condenação do Magazine Luiza ao pagamento de danos morais coletivos, no valor de R\$ 50.000.000,00 (cinquenta milhões de reais), e individuais, de valor inestimável, em decorrência da suposta comercialização dos produtos “Original Ervas”, “Royal Slim”, “Bio Slim”, “Natural Dieta”, “Yellow Black” e “Natuplus” (“<u>Produtos</u>”), produtos cujas fórmulas seriam inadequadas ao consumo sem as devidas licenças e/ou prescrição médica. É pedido, ainda, a proibição de venda desses produtos no marketplace do Magazine Luiza – o que já havia sido atendido antes mesmo de tomar ciência da ação civil pública, ainda em fase administrativa –, além da condenação do Magazine Luiza em obrigação de fazer, consistente em publicar eventual sentença de procedência da ação em jornais impressos e eletrônicos de grande circulação e nas plataformas do Magazine Luiza. Em 17/10/2019, o pedido liminar do MP-SC foi parcialmente deferido para (i) determinar que o Magazine Luiza removesse qualquer conteúdo de publicidade e oferta de venda dos Produtos de todas as plataformas digitais por ele administradas, condicionando o cumprimento da ordem ao fornecimento das URLs pelo MPSC e (ii) determinar a intimação do Magazine Luiza, por ofício com aviso de recebimento, para, no prazo de 5 dias, declinar o canal de comunicação para que fosse possível informar as URLs a serem removidas. Contra essa decisão, o MP-SC interpôs agravo de instrumento para (i) que fosse deferido o pedido de implementação de ferramentas de controle prévio no âmbito do seu procedimento interno de publicação de conteúdo, sobretudo para destacar a exposição à venda dos Produtos e (ii) demonstrar que a imposição ao MP-SC de indicar as URLs relacionadas aos Produtos que pretendia remover seria incabível. Em 25/07/2022, foi proferida Sentença para condenar o Magazine Luiza a: (i) implementar ferramentas para identificar de imediato a exposição à venda dos Produtos em 30 dias, sob pena de multa diária de R\$ 100.000,00; (ii) remover de qualquer conteúdo de publicidade e oferta de venda, atual e futura, os Produtos de todas as plataformas digitais por si administradas, em até 24h após serem submetidos à sua análise pelo usuário anunciante; e (iii) publicar a sentença na rede mundial de computadores. Em 10/8/2022, foi interposta apelação pelo MP-SC requerendo a reforma da sentença proferida para

	que condene o Magazine Luiza ao pagamento de indenização pelos danos morais causados à coletividade de consumidores. Em 24/08/2022, foi realizado o julgamento do agravo de instrumento interposto em face da decisão que concedeu a tutela de urgência, ocasião em que o recurso não foi conhecido por ter havido perda do objeto, uma vez que foi proferida sentença. Em 14/11/2022, foi interposta apelação pelo Magazine Luiza, com pedido de efeito suspensivo, requerendo a reforma parcial da sentença, de modo a julgar improcedentes todos os pedidos. Em 19/01/2023, foi proferida decisão que deferiu o pedido formulado pelo Magazine Luiza para atribuição de efeito suspensivo à apelação. Em 04/11/2024, o recurso foi incluído para julgamento na sessão presencial de 26/11/2024. Em 26/11/2024, o Relator Des. Renato Luiz Carvalho Roberge votou para desprover o recurso do MP-SC e dar parcial provimento ao recurso do Magazine Luiza, <i>"para alforriar a ré de implementar ferramentas para identificação autônoma da exposição à venda dos produtos, bem como para condicionar sua obrigação de remover, em 24 horas, conteúdos de publicidade e oferta dos produtos supracitados à indicação expressa da url do anúncio, fixando pena de multa diária de R\$ 100.000,00 para cada anúncio não retirado como ordenado"</i>. Na sequência, o Des. Marcos Fey Probst votou no sentido de negar provimento aos recursos, no que foi acompanhado pelo Des. João de Nadal. Diante da divergência, o julgamento foi sobrestado nos termos do art. 942 do CPC.
g. resumo das decisões de mérito proferidas	Em 25.07.2022, foi proferida sentença de parcial procedência para condenar o Magazine Luiza na: a) obrigação de implementar ferramentas para identificar de imediato a exposição à venda dos produtos "Original Ervas", "Royal Slim", "Bio Slim", "Natural Dieta", "Yellow Black" e "Natuplus" em 30 dias, sob pena de multa diária de R\$ 100.000,00; b) obrigação de remoção de qualquer conteúdo de publicidade e oferta de venda, atual e futura, dos produtos "Original Ervas", "Royal Slim", "Bio Slim", "Natural Dieta", "Yellow Black" e "Natuplus" de todas as plataformas digitais por si administradas, em até 24h após serem submetidos à sua análise pelo usuário anunciante, sob pena de multa diária de R\$ 100.000,00 para cada anúncio; c) obrigação de publicar a sentença na rede mundial de computadores.
h. estágio do processo	Fase recursal
i. chance de perda	Possível
j. motivo pelo qual o processo é considerado relevante	Trata-se de uma ação civil pública com possibilidade de impactos operacionais, reputacionais e financeiros para o Magazine Luiza, em caso de procedência.
k. impacto em caso de perda do processo	Em caso de perda, o Magazine Luiza poderá ser condenado a pagar danos morais coletivos, cujo pedido formulado pelo Ministério Público requer que seja de R\$ 50.000.000,00 (cinquenta milhões). Contudo, de acordo com a jurisprudência e legislação aplicável, estima-se que, em caso de eventual condenação, o valor dos supostos danos morais coletivos deverá ser inferior ao pretendido pelo MP-SC. Além disso, o Magazine Luiza também poderá ser condenado a pagar danos morais e materiais individuais, o que não pode ser estimado neste momento, pois depende de liquidação. Por fim, o Magazine Luiza

	poderá ser condenado em relação ao pedido de obrigação de fazer e não fazer, embora já tenha cumprido a ordem de exclusão da URL e já tenha implementado mecanismos para impedir o anúncio de produtos emagrecedores fitoterápicos com os termos "Original Ervas", "Royal Slim", "Bio Slim", "Natural Dieta", "Yellow Black" e "Natuplus".
--	--

Ação Civil Pública nº 5039702-39.2019.8.21.0001	
a. juízo	1º Juízo da Vara Estadual das Ações Coletivas do Foro Central da Comarca de Porto Alegre/RS 16ª Câmara Cível do Tribunal de Justiça do Estado do Rio Grande do Sul
b. instância	Segunda Instância Judicial
c. data de instauração	28/12/2019
d. partes no processo	Autor: Ministério Público do Estado do Rio Grande do Sul Réu: Magazine Luiza S.A.
e. valores, bens ou direitos envolvidos	R\$ 2.000.000,00 (valor da causa histórico)

f. principais fatos	Trata-se de Ação Civil Pública de consumo, cumulada com indenização por dano moral coletivo e pedido de tutela de urgência antecipada, ajuizada pelo MP-RS em razão de suposta prática de venda casada. A ação originou-se de um inquérito civil para apurar a prática de venda casada, que foi instaurado em razão de ação cível ajuizada por uma cliente contra o Magazine Luiza e BNP Paribas Cardif ("Cardif"), em razão de cobrança de seguro denominado "Casa Protegida" sem a autorização da autora. Esta ação foi julgada procedente, para condenar solidariamente a Magazine Luiza e a Cardif à restituição em dobro do valor do seguro. Em sede de tutela antecipada, o Ministério Público requer a condenação do Magazine Luiza: (i) à implementação de termos de contratos de adesão específicos para cada produto ou serviço disponibilizado, contendo o objeto valor e forma de pagamento, os quais devem ser entregues ao contratante, assim como sejam exibidos nas lojas cartazes esclarecendo que se tratam de serviços opcionais e contendo informações destacadas acerca da possibilidade de devolução em dobro dos valores por eles pagos, caso contratados sem prévio conhecimento do consumidor, sob pena de multa de R\$ 20.000,00 (vinte mil reais) por descumprimento; (ii) ao pagamento de danos morais coletivos, no valor mínimo de R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais); e (iii) veiculação em 3 jornais de grande circulação da capital eventual sentença de procedência da presente demanda, a fim de que os consumidores tomem conhecimento da demanda, sob pena de multa de R\$ 100.000,00 (cem mil reais). Em 31/10/2019, foi concedida a medida liminar, reduzindo a multa por descumprimento para R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) por ato. Contra esta decisão, o Magazine Luiza interpôs agravo de instrumento com pedido de efeito suspensivo, o qual foi atribuído. A Turma Julgadora deu provimento ao agravo, determinando a revogação da decisão liminar e das multas por descumprimento das obrigações. Não obstante, o MP-RS opôs embargos de declaração pleiteando a desconstituição do acórdão em razão de nulidade no julgamento, por não ter sido intimado para apresentar parecer, os quais foram acolhidos pelo Tribunal, que entendeu pela nulidade do acórdão de mérito, desconstituindo-o. A decisão transitou em julgado em 23/02/2021 e os autos tiveram baixa definitiva. Não houve continuidade do julgamento para revogação definitiva da liminar. Em 11/11/2024, foi proferida sentença de improcedência do pleito autoral sob o fundamento de que o MP-RS não trouxe aos autos provas sólidas da prática irregular ser reiterada pela companhia, e que o Magazine Luiza demonstrou amplamente possuir mecanismos internos para coibir eventuais desvios e garantir a transparência na contratação de serviços adicionais. O MP-RS interpôs recurso de apelação em 27/11/2024, buscando a reversão da sentença sob a alegação de que o inquérito civil é prova suficiente a demonstrar supostos atos ilícitos da companhia. Os autos encontram-se na 16ª Câmara Cível do TJ-RS conclusos para decisão.
-----------------------------------	--

g. resumo das decisões de mérito proferidas	Em 31/10/2019, foi concedida a tutela para que o Magazine Luiza adote termos de contrato de adesão específico para cada produto/serviço contratado; e disponibilize cartazes em suas lojas com informações dos serviços de seguro como opcionais. Ambas as determinações já eram amplamente atendidas pelo Magazine Luiza anteriormente à ação. Em 11/11/2024, foi proferida sentença de improcedência, destacando todas as medidas e políticas internas do Magazine Luiza para que o consumidor não seja lesado, o procedimento de pré e pós-venda, bem como os treinamentos e penalidades existentes para coibir tais ocorrências.
h. estágio do processo	Fase recursal.
i. chance de perda	Possível
j. motivo pelo qual o processo é considerado relevante	Trata-se de uma ação civil pública com possibilidade de impactos operacionais, reputacionais e financeiros para o Magazine Luiza em caso de procedência.
k. análise do impacto em caso de perda	Em caso de perda, o Magazine Luiza poderá ser condenado, além da veiculação de eventual condenação em imprensa local, ao pagamento de danos morais coletivos, cujo pedido formulado pelo Ministério Público é de no mínimo de R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais). Contudo, de acordo com a jurisprudência e legislação aplicável, estima-se que em eventual condenação o valor dos supostos danos morais coletivos deverá ser inferior ao pretendido pelo MP-RS. Por fim, o Magazine Luiza poderá ser condenado em relação ao pedido de obrigação de fazer e não-fazer, embora entenda-se que todas as medidas pleiteadas pelo MP-RS já eram praticadas pelo Magazine Luiza anteriormente ao processo.

Ação Civil Pública nº 1008364-66.2022.8.26.0100	
a. juízo	Juízo da 16ª Vara Cível do Foro Central Cível da Comarca de São Paulo/SP
b. instância	Segunda Instância Judicial
c. data de instauração	02/02/2022
d. partes no processo	Autor: Defensoria Pública do Estado de São Paulo Réu: Magazine Luiza S.A.
e. valores, bens ou direitos envolvidos	R\$ 250.000,00
f. principais fatos	Trata-se de Ação Civil Pública ajuizada pela Defensoria Pública do Estado de São Paulo ("DP-SP") com base em investigação no procedimento administrativo nº 16/2014, que tramitou no Núcleo Especializado de Defesa do Consumidor, sob o fundamento de que o Magazine Luiza lesou direitos de uma coletividade de consumidores ao, supostamente, praticar venda casada de produtos com seguros. A DP-SP requer a imposição antecipada e definitiva de seis obrigações em face do Magazine Luiza, dentre elas a de inserção da informação acerca do caráter facultativo dos seguros e a de orientar funcionários a coibirem a prática de venda casada, sob pena de multa diária de R\$ 5.000,00 pelo descumprimento de cada obrigação. Também pleiteia a condenação da empresa ao pagamento de indenização por danos morais coletivos em, ao menos, 0,5% do lucro líquido da empresa no período de um ano.
g. resumo das decisões de mérito proferidas	Em 02.02.2022, o pedido de tutela antecipada formulado pela DP-SP foi rejeitado pelo Juízo. Em 10.05.2022, sobreveio sentença de total improcedência da ação. A sentença entendeu que a DP-SP não comprovou que a alegada conduta ilícita do Magazine Luiza representava prática atual da empresa, e reconheceu que a empresa adota diversas medidas para coibir a violação de direitos consumeristas, tais como conscientização de funcionários, treinamentos e amplo material informativo. Em 29.10.2024, a apelação da DP-SP foi parcialmente provida, condenando o Magazine Luiza ao pagamento de indenização por danos morais coletivos no valor de R\$250.000,00 (duzentos e cinquenta mil reais) e obrigações de adoção de medidas para destacar que a contratação do seguro é opcional.
h. estágio do processo	Em 04.12.2024, o Magazine Luiza opôs embargos de declaração contra o acórdão para apontar a omissão quanto à apreciação de elementos de prova e precedentes jurisprudenciais. Em 18.12.2024, a DP-SP opôs embargos de declaração contra o acórdão para pleitear a majoração do valor dos danos morais coletivos
i. chance de perda	Possível
j. motivo pelo qual o processo é considerado relevante	Trata-se de uma ação civil pública com possibilidade de impactos operacionais, reputacionais e financeiros para o Magazine Luiza, em caso de procedência.
k. impacto em caso de perda do processo	Em caso de perda, o Magazine Luiza poderá ser condenado ao (i) pagamento de danos morais coletivos, cujo pedido formulado pela DP-SP é de, ao menos, 0,5% do lucro líquido da empresa em um ano, a ser apurado em liquidação; e (ii) atendimento das obrigação de fazer e não-fazer, sob pena de multa diária de R\$ 5.000,00 por cada obrigação, embora entenda que todas as medidas pleiteadas pela DP-SP já eram praticadas pelo Magazine Luiza anteriormente ao processo, conforme ressaltado pelo próprio Juízo em sentença.

Ação Civil Pública nº 1040641-72.2021.8.11.0041	
a. juízo	Vara Especializada em Ações Coletivas da Comarca de Cuiabá/MT
b. instância	Primeira Instância Judicial
c. data de instauração	12/11/2021
d. partes no processo	Autor: Instituto do Consumidor e da Previdência ("ICONPREV") Réu: Magazine Luiza S.A. e outras
e. valores, bens ou direitos envolvidos	R\$ 50.000,00 (valor da causa histórico)
f. principais fatos	Trata-se de Ação Civil Pública, ajuizada pelo INCOPREV, na qual alega que as Rés ofertam produtos no e-commerce sem informar preço e validade no momento da compra, descumprindo o CDC e a Lei 7962/13. Por isso, pleiteia, em resumo: (i) que seja determinada a inclusão/disponibilização da data de validade nos produtos perecíveis em todas as plataformas das requeridas, no prazo de até 30 (trinta) dias; (ii) que seja determinada a inclusão/disponibilização da data de validade de todos os produtos ofertados em suas plataformas eletrônicas, em local de destaque e de fácil visualização, em atenção à previsão do artigo 2º do Decreto Lei nº 7.962/2013, sob pena de suspensão das atividades da plataforma eletrônica enquanto a irregularidade não for sanada; (iii) a condenação das demandadas ao pagamento de danos morais coletivos, no valor de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais), reversível ao Fundo Estadual de Defesa do Consumidor; e (iv) a publicação do edital ao qual se refere o art. 94, do CDC. Em 18/02/2022, foi proferida decisão que indeferiu o pedido de tutela antecipada formulado pelo INCOPREV, bem como designou audiência. Em 22/03/2022, foi proferido despacho suspendendo a realização da audiência, uma vez que não houve a citação de todos os réus. Foi determinada a intimação do INCOPREV para informar o atual endereço das empresas que não foram localizadas para citação. Em 07/04/2022, o INCOPREV interpôs agravo de instrumento com pedido de antecipação de tutela recursal, buscando reformar a decisão que indeferiu a liminar, reforçando seu pedido para as rés a disponibilizarem as validades dos produtos em suas plataformas em 30 dias. Em 20/04/2022, foi proferida decisão que indeferiu o pedido de antecipação de tutela recursal e, subsequentemente, houve a interposição de agravo de instrumento pelo INCOPREV.
g. resumo das decisões de mérito proferidas	Não há decisão de mérito.
h. estágio do processo	Fase de conhecimento
i. chance de perda	Possível
j. motivo pelo qual o processo é considerado relevante	Trata-se de uma ação civil pública com possibilidade de impactos operacionais, reputacionais e financeiros para o Magazine Luiza, em caso de procedência.
k. impacto em caso de perda do processo	Em caso de perda, o Magazine Luiza deverá disponibilizar a data de validade em destaque e fácil visualização nos produtos comercializados no e-commerce, o que, se descumprido pelo Magazine Luiza, poderia ocasionar, em última instância, segundo requerimento do INCOPREV, a suspensão das atividades da plataforma eletrônica. Também poderá sofrer condenação ao pagamento de danos morais coletivos, no valor de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais).

Ação Declaratória de Inexigibilidade de Débito c.c. Reconvenção de n.º 1115116-96.2021.8.26.0100	
a. Juízo	Juízo da 30ª Vara Cível do Foro Central da Comarca de São Paulo
b. Instância	Primeira Instância Judicial
c. Data de instauração	25/10/2021
d. Partes no processo	Social Bank S.A. (Social Bank) x Hub Pagamentos S.A. ("Hub")
e. Valores, bens ou direitos envolvidos	Social Bank busca o reconhecimento de inexigibilidade de dívida no valor total de R\$ 35.644.862,94 e a restituição de valores retidos pela Hub ao longo de 2021 no valor total histórico de R\$ 18.762.621,25, acrescidos dos encargos moratórios contratuais. Hub Pagamentos busca o recebimento de R\$ 27.768.825,73 atualizados até 30.11.2023, valor esse que já computa todas as retenções efetuadas pela Hub até a data da reconvenção.
f. Principais fatos	Trata-se de processo por meio do qual o Social Bank pleiteou o reconhecimento da inexistência de qualquer dívida sua frente à Hub, em especial o valor de R\$ 35.644.862,94 indicado pela Hub em notificação enviada em 15/10/2021 e a restituição dos valores retidos ao longo de 2021. Em 05/11/2021, foi proferida decisão liminar que: a) impediu que a Hub realizasse retenções de valores devidos ao Social Bank; e b) liberou um canal de cobranças utilizado pelo Social Bank que estava bloqueado pela Hub. Em 09/12/2021, após a sua citação, a Hub ofereceu a sua contestação com reconvenção, na qual demonstrou que o Social Bank é devedor da quantia total de R\$ 27.768.825,73 atualizada até novembro de 2021, dos quais R\$ 19.958.353,00 foram reconhecidos como devidos pelo Social Bank em e-mails de agosto de 2021. A Hub pleiteou que a decisão liminar concedida em favor do Social Bank fosse condicionada à prestação de uma garantia em valor equivalente ao da dívida exigida em sede de reconvenção, sendo que, em 16/12/2021 o Juízo deferiu o pedido da Hub, determinando a apresentação de uma contracautela pelo Social Bank. Em 11/02/2022, o Social Bank apresentou resposta à reconvenção da Hub, sem prestar a garantia determinada pelo Juízo, motivo pelo qual, em 15/02/2022, o Juízo revogou a liminar anterior, permitindo que a Hub retomasse as retenções sobre valores devidos ao Social Bank. Em 23/02/2022, a Hub pleiteou a concessão de uma tutela de urgência adicional para suspender a fase de transição contratual que poria fim à relação entre as Partes até que houvesse a retenção de valores suficientes à formação da garantia determinada pelo Juízo, sendo a tutela de urgência deferida em 02/03/2022. O processo segue em fase de instrução.
g. Resumo das decisões de mérito proferidas	Não houve decisões de mérito até o momento.
h. Estágio do processo	Fase de instrução
i. Chance de perda	A chance de perda da Hub no âmbito da Ação Declaratória movida pelo Social Bank é remota. A chance de perda da Hub no âmbito do pedido reconvenicional por ela formulado contra o Social Bank também é remota.
j. Motivo pelo qual o processo é considerado relevante	Trata-se de uma discussão com possibilidade de impactos reputacionais e financeiros para a Hub.
k. Impacto em caso de perda do processo	Em caso de perda, a Hub deixaria de receber o crédito buscado e teria que restituir valores retidos ao longo de 2021 para fins de compensação com a dívida do Social Bank no valor total histórico de R\$ 18.762.621,25, os quais seriam acrescidos dos encargos moratórios previstos em contrato.

Ação Civil Pública nº 0882831-75.2023.8.14.0301	
a. Juízo	3ª Vara de Infância e Juventude de Belém/PA
b. Instância	Primeira Instância Judicial
c. Data de instauração	20/09/2023
d. Partes no processo	Autor: Ministério Público do Estado do Pará ("MPPA") Réu: Magazine Luiza S/A
e. Valores, bens ou direitos envolvidos	R\$ 10.000,00 (valor da causa histórico)
f. Principais fatos	Trata-se de Ação Civil Pública na qual o MPPA requer a confirmação de seu pedido de tutela de urgência para que o Magazine Luiza celebre Termo de Cooperação Técnica com a Fundação da Criança e do Adolescente do Pará e a Fundação Papa João XXIII para a oferta de vagas de aprendizagem profissional para socioeducandos, consistente em 20% do total necessário como determinado na Consolidação das Leis Trabalhistas ("CLT"). Em 11/10/2023, foi proferida decisão deferindo parcialmente o pedido de tutela de urgência. Em 09/02/2024, foi apresentada contestação pelo Magazine Luiza. Em 14/02/2024, foi apresentada petição pelo Magazine Luiza informando a interposição de agravo de instrumento (autos nº 0801912-95.2024.8.14.0000 – "Agravo de Instrumento") e requerendo a reconsideração da decisão agravada. Em 04/03/2024, foi apresentada réplica pelo MPPA. Em 04/03/2024, o Magazine Luiza apresentou petição informando sobre a concessão de efeito suspensivo ao Agravo de Instrumento. Em 27/03/2024, foi proferida decisão determinando a inclusão do feito em pauta de audiência de conciliação. Em 15/04/2024, o Magazine Luiza opôs embargos de declaração em face da referida decisão, alegando que as preliminares prejudiciais não foram analisadas. Em 02/05/2024, foi juntado aos autos termo de audiência informando que as partes não chegaram a um acordo. Em 10/05/2024, o MPPA apresentou suas alegações finais. Em 22/05/2024, o Magazine Luiza apresentou suas alegações finais. Em 07/10/2024, foi proferida decisão rejeitando os embargos de declaração opostos pelo Magazine Luiza.
g. Resumo das decisões de mérito proferidas	Em 11/10/2023, foi proferida decisão deferindo parcialmente o pedido de tutela de urgência formulado pelo MPPA para que o Magazine Luiza (i) apresentasse em 30 dias o Termo de Cooperação Técnica assinado com a Fundação da Criança e do Adolescente do Pará e com a Fundação Papa João XXIII para a oferta de 20% de vagas determinadas na CLT; e (ii) apresentasse em 60 dias a relação de socioeducandos atendidos por seu programa de vagas e que já estejam trabalhando. Além disso, foi fixada multa de R\$ 3.000,00 (três mil reais) por dia em caso de descumprimento, limitado a 30 (trinta) dias. Em 07/10/2024, foi proferida decisão rejeitando os embargos de declaração opostos pelo Magazine Luiza, por não haver qualquer omissão, contradição ou obscuridade na decisão que determinou a data e hora do local da audiência de conciliação.
h. Estágio do processo	Fase decisória, aguardando prolação da sentença.
i. Chance de perda	Provável
j. Motivo pelo qual o processo é considerado relevante	Os pedidos formulados pelo MPPA possuem o condão de impactar a forma pela qual o Magazine Luiza realiza as contratações dos grupos previstos no artigo 429 da CLT, pois ao menos no Estado do Pará, ter-se-á que reservar 20% das vagas previstas para aprendizes socioeducandos.
k. Impacto em caso de perda do processo	Como mencionado, a procedência dos pedidos formulados pelo MPPA poderá impactar a forma de contratação do Magazine Luiza, o qual terá que destinar um percentual específico do quantum estabelecido no artigo 429 da CLT para aprendizes socioeducandos.

Em 31 de março de 2025, o valor total provisionado envolvendo os processos relevantes descritos no item 4.4 deste Formulário de Referência era de R\$ 0,00 milhões.

Na data deste Formulário de Referência, a Companhia e suas controladas figuravam como parte em um processo sigiloso conforme segue abaixo, que não foi divulgado nos itens anteriores.

Procedimento Arbitral CAM-CCBC nº 74/2023 – Procedimento Sigiloso

Trata-se de procedimento arbitral sigiloso instaurado por dois acionistas minoritários, Leandro Camargo Ramos e Thiago Camargo Ramos, contra Magazine Luiza SA e Kabum SA. Em seu requerimento inicial, os requerentes indicaram que o negócio jurídico central do litígio será o contrato de compra e venda de ações de emissão da Kabum (“Compra e Venda Kabum”), celebrado em 14 de julho de 2021 entre os Requerentes e as Requeridas. Além disso, naquela petição, os Requerentes também anunciaram que sua pretensão englobará pedidos envolvendo (i) a anulação da Compra e Venda Kabum; (ii) a entrega ou restituição de ações de emissão da Companhia ou do Kabum, conforme o caso; e (iii) o pagamento de complemento do *earn-out* previsto no contrato de Compra e Venda Kabum. Após a formação do Tribunal Arbitral (TA), os Requerentes impugnaram o TA, o qual renunciou. Assim, o procedimento arbitral encontra-se em estágio inicial, não havendo sido constituído ainda o novo TA e nem assinado o termo de arbitragem. Com base nos elementos conhecidos até o momento, a Companhia tem a expectativa de que o Procedimento Arbitral contemplará uma disputa de natureza cível e trabalhista, de cunho estritamente contratual, na qual os Requerentes pretendem rediscutir as condições acordadas para a Compra e Venda Kabum, as quais já foram devidamente cumpridas pela Companhia. Assim, diante de tais elementos, as chances de perda deste procedimento são avaliadas por seus assessores legais como “remota”.

Contingências Cíveis

Em 31 de março de 2025, havia 10 Termos de Ajustamento de Conduta de natureza Cível, firmados entre a Companhia e o Ministério Público Estadual e outros órgãos, nos quais a Companhia se comprometeu a envidar seus melhores esforços junto a seus colaboradores para que situações envolvendo possíveis vendas casadas não sejam praticadas em suas filiais, entre outros assuntos. Há também, entre estes, o Termo de Ajustamento de Conduta firmado entre a Netshoes e o Ministério Público do Distrito Federal e Territórios envolvendo o incidente de segurança das informações sobre a base de clientes Netshoes, resultando no arquivamento do Inquérito Civil Público nº 08190.044813/18-44 da Comissão de Proteção de Dados Pessoais, sendo certo que as obrigações assumidas no respectivo compromisso permanecem sendo integralmente cumpridas pela Netshoes. As multas, em caso de eventual descumprimento dos Termos de Ajustamento de Conduta, serão aplicadas nos termos pactuados no respectivo instrumento.

Contingências Trabalhistas

Em 31 de março de 2025, havia 22 Termos de Ajustamento de Conduta (TAC) e 15 acordos judiciais em ações civis públicas firmados entre a Companhia e o Ministério Público do Trabalho, nos quais nossa Companhia se compromete a não mais incorrer em irregularidades relacionadas: (i) ao cumprimento da jornada de trabalho; (ii) a salário e benefícios; (iii) ao cumprimento da cota de deficientes; (iv) a cotas de aprendizes; (v) à contratação de cooperativas; (vi) a assédio moral; (vii) a notificação para prestar informações; (viii) ao cumprimento da legislação; (ix) a desvio de função; (x) à contribuição sindical; (xi) ao fornecimento de fardamento; (xii) ao pagamento de comissões; (xiii) a descontos indevidos no holerite; entre outros.

Dentre os casos mencionados acima, importante ressaltar os temas envolvendo assédio moral, jornada de trabalho, PCD e contratação por meio de cooperativas, sendo eles:

Assédio Moral – 2 Termos de ajustamento de conduta e 1 acordo judicial firmado em Ação Civil Pública:

- (i) Ministério Público do Trabalho – Procuradoria Regional do Trabalho da 5ª Região (Bahia) x Magazine Luiza (Inquérito Civil nº 000003.2009.05.001/9-60, TAC nº 920100670): A Lojas Maia se comprometeu, por prazo indeterminado, a abster-se de praticar, por qualquer de seus representantes ou chefes, (i) ato que configure assédio moral, sob pena de multa de R\$ 1.000,00 (mil reais) por trabalhador prejudicado e cláusula descumprida; (ii) ato que configure assédio sexual, sob pena de multa de R\$ 10.000,00 (dez mil reais) pelo descumprimento da obrigação; (iii) a aplicação de punição em razão do não cumprimento de metas estabelecidas pela empresa, sob pena de multa de R\$ 10.000,00 (dez mil reais) pelo descumprimento da obrigação; e (iv) prática de desvio de função, sob pena de multa de R\$ 10.000,00 (dez mil reais) pelo descumprimento da obrigação. O inquérito civil no qual foi firmado o TAC está arquivado desde 08/01/2015.
- (ii) Ministério Público do Trabalho – Procuradoria Regional do Trabalho da 7ª Região (Ceará) x Magazine Luiza (Inquérito Civil nº 000474.2009.07.002/0, TAC nº 1109/2012): A Companhia se comprometeu, por prazo indeterminado, a abster-se de praticar ou permitir que se pratique qualquer conduta discriminatória e/ou de Assédio Moral, que possa ocasionar lesões à integridade física, psíquica ou moral de seus trabalhadores, sendo vedadas, a título exemplificativo, as seguintes condutas: xingamentos, tratamento grosseiro, agressões físicas, ameaças, humilhações, gritos, tratamento disciplinar degradante ou vexatório, imposição de penalidades abusivas ou desproporcionais, imposição de metas de trabalho

impossíveis, retaliações, perseguições, pressões exageradas e tratamento diferenciado entre empregados que exerçam a mesma função, sob pena de multa de R\$ 1.000,00 (mil reais) por trabalhador prejudicado e cláusula descumprida. Abster-se de realizar revistas em bolsas e sacolas, sob pena de multa no valor de R\$ 500,00 (quinhentos reais) por descumprimento. Com a comprovação do cumprimento do TAC, o Inquérito Civil foi arquivado em 22/09/2017. Contudo, em 30/11/2020, foi juntado aos autos do Inquérito Civil Despacho de nº 7029.2020 oriundo do IC nº 000259.2019.04.002 instaurado pela Procuradoria Regional do Trabalho da 4ª Região (Município de Santa Maria – RS), em virtude de atos de assédio moral praticados na loja Magazine Luiza naquele município (CNPJ nº 47.960.950/0341-07), de modo que houve descumprimento ao presente TAC, considerando a sua abrangência nacional. Como se extrai dos autos, as irregularidades teriam ocorrido no município de Santa Maria/RS. A multa aplicada foi no valor de R\$ 15.000,00.

- (iii) Ministério Público do Trabalho – Procuradoria Regional do Trabalho da 15ª Região x Magazine Luiza (Ação Civil Pública nº 0000276-91.2010.5.15.0081): Firmado acordo judicial em ACP, por prazo indeterminado, no qual a empresa se comprometeu a abster-se de: (i) praticar ato que configure assédio moral; e (ii) manipular o controle de jornada dos seus empregados, por meio de registro na entrada e saída. O descumprimento das obrigações acima implicará na aplicação de multa de R\$ 2.000,00 (dois mil reais) por item descumprido e por trabalhador encontrado em situação irregular. A Companhia também se comprometeu a abster-se de descumprir obrigações legais referentes à jornada – limite de duas horas extras diárias, não desrespeitar os intervalos intra e interjornada, conceder descanso semanal remunerado –, abster-se de alterar as condições ou cláusulas do contrato individual de trabalho sem o consentimento do empregado, bem como não promover alterações contratuais lesivas. No caso de descumprimento de referidas obrigações, haverá aplicação de multa de R\$ 2.000,00 (dois mil reais). As multas estão limitadas ao valor total de R\$ 100.000,00 (cem mil) reais por mês. Doação de bens no importe de R\$ 100.000,00 (cem mil reais) para quitação do dano moral coletivo. A abrangência do referido acordo é a unidade da Sociedade de Matão/SP.

Jornada de Trabalho: 1 Termo de ajustamento de conduta

- (i) Ministério Público do Trabalho – Procuradoria Regional do Trabalho da 3ª Região (Uberlândia) x Magazine Luiza (Procedimento prévio investigatório nº 000017.2007.03.001/8 ; TAC nº 01671-2007-103-03-00-3):

A empresa comprometeu-se a obedecer a legislação no que se refere (i) à jornada de trabalho; (ii) ao máximo de 2 horas extras por dia; (iii) ao registro livre pelo empregado; (iv) ao DSR após 6 dias laborados; (v) ao intervalo entre jornada nunca inferior a 11 horas; (vi) ao horário de almoço de, no mínimo, 1 hora e, no máximo, 2 horas; (vii) à manutenção de banco de horas quando houver determinação na CCT; (viii) ao não uso de cláusula de direito de imagem nos contratos de trabalho; sob pena de multa por estabelecimento que vier a descumprir. Máximo R\$ 30.000,00 mensais. Multa limitada - máximo R\$ 300.000,00.

PCD: 1 Termo de ajustamento de conduta

- (ii) Ministério Público do Trabalho – Procuradoria Regional do Trabalho da 15ª Região (Ribeirão Preto) x Magazine Luiza (Procedimento prévio investigatório nº 001043.2001.15.000/0-82; TAC nº 03.0824.01-11):

A empresa comprometeu-se a obedecer a legislação no que se refere ao cumprimento da cota de PCD (pessoa com deficiência).

No caso de descumprimento, a empresa poderá ser cobrada no valor de R\$ 1.000,00 (mil reais) por cada vaga que deveria ter sido preenchida por portador de necessidades especiais e/ou reabilitado qualificado, de acordo com a cota prevista na lei. O TAC tem abrangência Nacional.

Contratação de Cooperativas: 1 Termo de ajustamento de conduta

- (iii) Ministério Público do Trabalho – Procuradoria Regional do Trabalho da 3ª Região (Minas Gerais/Uberlândia) x Magazine Luiza (Procedimento prévio investigatório nº 636/2004; TAC nº 51/2005):

A Companhia se comprometeu, por prazo indeterminado, a abster-se de contratar trabalhadores por intermédio de cooperativas de mão de obra para prestar serviços em quaisquer de suas atividades fim ou meio, quando presentes os caracteres da relação de emprego, sob pena de multa de R\$ 1.000,00 por trabalhador encontrado em situação irregular.

Há, ainda, mais 2 TAC da Kabum, conforme abaixo:

- (i) Termo de Ajustamento de Conduta nº 64/2024:** Ministério Público do Trabalho (MPT) – Procuradoria Regional do Trabalho da 17ª Região x Kabum S/A:

Firmado Termo de Ajustamento de Conduta com o MPT em 29/04/2024, por meio do qual o Kabum compromete-se a implementar, no prazo de 6 (seis) meses, medidas corretivas que visem reduzir a exposição a valores de IBUTG para abaixo do limite de tolerância. Dentre as adequações acordadas, destacam-se a: (a) modificação do processo ou da operação de trabalho, tais como a redução da temperatura ou da emissividade das fontes de calor, mecanização ou automatização do processo; (b) utilização de barreiras refletoras ou absorventes; (c) adequação da ventilação; (d) redução da umidade relativa do ar; (e) alternância de operações que geram exposições a níveis mais elevados de calor com outras que não apresentem exposições ou impliquem exposições a menores níveis, resultando na redução da exposição horária; (f) reorganização de bancadas e postos de trabalho; (g) alteração das rotinas ou dos procedimentos de trabalho; (h) introdução de pausas; e (i) disponibilização de locais climatizados ou termicamente mais amenos para recuperação térmica. O descumprimento do termo resultará na aplicação de astreinte de R\$20.000,00 por cláusula descumprida.

O Kabum, em cumprimento às obrigações assumidas, realizou nos meses de dezembro/2024 e janeiro e fevereiro/2025 medições para avaliações de calor, na unidade do seu CD em Viana/ES, a fim de verificar se o valor de IBUTG está dentro do limite estabelecido na NHO-06 da Fundacentro. Os respectivos laudos técnicos das 3 medições, cujo resultado foi de ambiente salubre, foram juntados ao TAC.

Em caso de perda, haverá impacto financeiro decorrente da aplicação da multa estabelecida no TAC (R\$ 20.000,00). Ainda, é possível um dano à imagem do Kabum em decorrência de eventual repercussão midiática negativa.

- (ii) Termo de Ajustamento de Conduta nº 29/2020:** Ministério Público do Trabalho (MPT) – Procuradoria Regional do Trabalho da 17ª Região x Kabum S.A.

Condições: (1) (a) Abster-se de exigir de seus empregados ou permitir que a jornada de trabalho dos mesmos exceda o limite de 02 (duas) horas extras diárias, inclusive quando adotar regime de compensação de horários, de modo que a carga total diária não ultrapasse o limite de dez horas, respeitada a redução ficta do horário noturno (artigo, 73 da CLT), salvo nas situações excepcionadas pelo artigo 61 da CLT ou nos casos de adoção dia escala 12 x 36, nos estritos termos do que prevê a Súmula 444 do TST, e desde que não haja prorrogação de horário; e (b) Conceder a todos os empregados o intervalo intrajornada de, no mínimo, 01 (uma) hora e, salvo acordo escrito ou contrato coletivo em contrário, de no máximo 02 (duas) horas, em qualquer trabalho contínuo, cuja duração exceda 06 (seis) horas diárias, nos termos do art. 71 da CLT; (2) Multa. Pelo descumprimento de cláusula (a), o compromitente sujeitar-se-á ao pagamento de multa no valor de R\$1.000,00 (mil reais), devida a cada constatação e multiplicado pelo número de trabalhadores atingidos pela prática irregular. (2) Multa. Pelo descumprimento de cláusula (b), o compromitente sujeitar-se-á ao pagamento de multa no valor de R\$ 500,00 (quinhentos reais), devida a cada constatação e multiplicado pelo número de trabalhadores atingidos pela prática irregular, limitado ao valor mensal de R\$ 15.000,00 (quinze mil reais). Em caso de se verificar que o TAC não está sendo suficiente para cessação das irregularidades, poderá ser rediscutida esta cláusula. (3) Os valores das multas incidentes no TAC serão devidamente atualizados a partir da data da assinatura do presente termo, pela tabela de correção dos débitos trabalhistas judiciais, e serão reversíveis através de bens à entidade sem fins lucrativos ou órgão público que o Ministério Público do Trabalho irá oportunamente indicar, nos termos dos artigos 5º, parágrafo 6º e art. 13 da Lei nº 7.347/85. (4) A cobrança da multa não desobriga o compromitente do cumprimento das obrigações contidas no termo. (5) O Termo de Ajuste evita a propositura de Ação Civil Pública para discutir os fatos apurados até a presente data nesta investigação e produz efeitos legais a partir da data de sua celebração e terá eficácia de título executivo extrajudicial, conforme disposto nos artigos 50, § 6º da Lei 7347/85 e artigo 876 da CLT.

Sem novos andamentos desde 2023.

Em caso de perda, haverá impacto financeiro decorrente da aplicação das multas estabelecidas no TAC. Ainda, é possível um dano à imagem do Kabum em decorrência de eventual repercussão midiática negativa.

Contingências Tributárias

Cumpra destacar, ainda, que a Companhia figura como autora (no polo ativo das ações) em outros processos tributários de diversas naturezas. Ou seja, a Companhia ingressou com ações contra os vários entes tributantes a fim de recuperar tributos pagos e/ou cobrados indevidamente por tais entes. Dentre as principais ações, destacamos:

Processo nº 0024893-26.2010.4.01.3400	
a. juízo	8ª Vara Federal do Distrito Federal
b. instância	Segunda Instância Judicial
c. data de instauração	18/05/2010
d. partes no processo	Magazine Luiza S.A. x União Federal
e. valores, bens ou direitos envolvidos	R\$ 288.535.104,37
f. principais fatos	Ação proposta para afastar a cobrança indevida da Contribuição sobre a folha de pagamentos calculada a partir do índice RAT, majorado indevidamente em 2010. A Companhia realiza mensalmente depósito judicial dos valores discutidos, totalizando em 31/03/2025 a quantia de R\$288 milhões. Foi proferida sentença contrária em 1ª instância em 29/08/2019. Em 20/09/2022, foi julgada improcedente a Apelação apresentada pela empresa. Em 17/10/2022, foram apresentados embargos declaratórios pela empresa.
g. Resumo das decisões de mérito proferidas	A decisão de 1ª instância foi desfavorável à Companhia em razão de considerar legal e constitucional a majoração da alíquota realizada via Decreto, ignorando os argumentos legais apresentados pela empresa e o próprio laudo pericial judicial que corroborou com a pretensão da empresa. Já a decisão de 2ª instância manteve a sentença, sob a alegação de que o índice FAP é constitucional. Os Embargos de Declaração foram apresentados para corrigir o erro da matéria julgada pelo Tribunal Regional Federal.
h. estágio do processo	Atualmente, aguarda-se o julgamento dos Embargos de Declaração da empresa em face da decisão de Apelação.
i. Chance de perda	Possível.
j. Motivo pelo qual o processo é considerado relevante	Processo com valor individual superior a R\$ 100 milhões.
k. Impacto em caso de perda do processo	Em caso de perda, não haverá impacto para a Companhia, pois utilizaremos o depósito judicial. No entanto, em caso de êxito, tais valores serão levantados pela empresa impactando positivamente seu caixa e resultado.

Processo nº 0037538-20.2009.4.01.3400; 0050195-57.2010.4.01.3400; 0005929-71.2013.4.03.6100; 0003768-88.2013.4.03.6100

a. juízo	Justiça Federal
b. instância	Segunda Instância Judicial
c. data de instauração	23/11/2009; 25/10/2010; 05/04/2013; 04/03/2013
d. partes no processo	Magazine Luiza S.A. x União Federal
e. valores, bens ou direitos envolvidos	R\$ 725.533.832,00
f. principais fatos	Ações propostas para reconhecer o direito da Companhia em apropriar créditos de despesas de determinados insumos de sua operação na apuração das Contribuições ao PIS e COFINS. 0037538-20.2009.4.01.3400: Houve decisão de 1ª Instância desfavorável à empresa em 17/05/2011. Em seguida, foi interposto Recurso de Apelação pela Companhia. 0050195-57.2010.4.01.3400: Houve decisão de 1ª Instância desfavorável à empresa em 18/05/2012. Em 11/08/2020, o Recurso de Apelação interposto pela Companhia foi desprovido. Proferidas decisões que negaram seguimento ao Recurso Especial e ao Recurso Extraordinário interpostos pela empresa, em 24/06/2024, foram interpostos Agravos Internos pela Companhia. Aguarda-se o julgamento dos recursos. 0005929-71.2013.4.03.6100: Houve decisão de 1ª Instância desfavorável à empresa em 30/01/2014, embora tenha sido confeccionado laudo pericial judicial em que ficou constatada a essencialidade e relevância das despesas. Em 09/04/2024, foi negado provimento ao Recurso de Apelação da Companhia. Em 15/08/2024, foram interpostos Recurso Especial e Recurso Extraordinário pela Companhia. Em 01/12/2024, foi proferida decisão que não admitiu o Recurso Especial e negou seguimento ao Recurso Extraordinário. Em 23/12/2024, foram interpostos Agravo em Recursos Especial, além de Agravo Interno e Agravo em Recurso Extraordinário pela empresa. Atualmente, aguarda-se julgamento dos recursos interpostos.. 0003768-88.2013.4.03.6100: Houve decisão de 1ª e de 2ª Instâncias desfavoráveis à empresa, proferidas, respectivamente, em 12/02/2015 e em 03/03/2016. Em 08/03/2016, foram opostos Embargos de Declaração pela empresa, os quais foram rejeitados em 04/08/2016. Em 01/09/2016, foram interpostos Recurso Especial e Extraordinário pela empresa. Em 13/10/2016, foi proferida decisão determinando o sobrestamento dos Recursos Especial e Extraordinário pelo Tema nº 756/STF. Atualmente, o caso encontra-se suspenso, aguardando o julgamento de Recursos Especial e Extraordinário interpostos pela Companhia.

g. Resumo das decisões de mérito proferidas	0037538-20.2009.4.01.3400: Houve decisão de 1ª Instância desfavorável à empresa em razão de suposta ausência de autorização de apropriação de créditos de insumos por empresas que exercem atividade comercial e por restringir o conceito de insumos, diferentemente do que fora definido em repercussão geral pelo Superior Tribunal de Justiça. 0050195-57.2010.4.01.3400: As decisões de 1ª e 2ª Instâncias foram desfavoráveis à empresa em razão de suposta ausência de autorização de apropriação de créditos de insumos por empresas que exercem atividade comercial e por restringir o conceito de insumos, diferentemente do que fora definido em repercussão geral pelo Superior Tribunal de Justiça. 0005929-71.2013.4.03.6100: Houve decisão de 1ª e 2ª Instância desfavoráveis à empresa por restringir o conceito de insumos, diferentemente do que fora definido em repercussão geral pelo Superior Tribunal de Justiça. 0003768-88.2013.4.03.6100: As decisões de 1ª e 2ª Instâncias foram desfavoráveis à empresa em razão de suposta ausência de autorização de apropriação de créditos de insumos por empresas que exercem atividade comercial e por restringir o conceito de insumos, diferentemente do que fora definido em repercussão geral pelo Superior Tribunal de Justiça.
h. estágio do processo	0037538-20.2009.4.01.3400: Aguardando julgamento de Recurso de Apelação interposto pela Companhia. 0050195-57.2010.4.01.3400: Aguardando julgamento dos Agravos Internos interpostos pela Companhia. 0005929-71.2013.4.03.6100: Atualmente, aguarda-se julgamento dos Agravos em Recursos Especial e Extraordinário, bem como do Agravo Interno em Recurso Extraordinário interpostos pela Companhia. 0003768-88.2013.4.03.6100: Atualmente, o caso encontra-se suspenso, aguardando o julgamento de Recursos Especial e Extraordinário interpostos pela Companhia.
i. chance de perda	Possível.
j. motivo pelo qual o processo é considerado relevante	Processos com valores individuais superiores a R\$ 100 milhões.
k. análise do impacto em caso de perda	Em caso de perda, não haverá impacto para a Companhia, pois os tributos foram devidamente recolhidos ao longo dos anos. Em caso de ganho, o impacto será positivo para a companhia a qual terá o direito de recuperar os tributos pagos indevidamente, devidamente corrigidos.

Processo nº 5001623-85.2020.4.03.6113	
a. juízo	2ª Vara Federal de Franca
b. instância	Segunda Instância Judicial
c. data de instauração	21/07/2020
d. partes no processo	Autor: Magazine Luiza S.A. Réu: União Federal
e. valores, bens ou direitos envolvidos	R\$ 213.285.758,92
f. principais fatos	Ação proposta para afastar a cobrança parcialmente indevida das contribuições destinadas ao Sistema S. Houve sentença parcialmente favorável à empresa em 28/10/2020, a qual foi objeto de Embargos de Declaração. Em seguida, foi interposta Apelação pela empresa e pela Fazenda, sendo proferido acórdão que deu parcial provimento aos Recursos em 21/08/2024. Aguarda-se julgamento dos Embargos de Declaração de ambas as partes.
g. Resumo das decisões de mérito proferidas	A sentença reconheceu o direito da empresa a limitar o recolhimento das contribuições previdenciárias a Entidades Terceiras, exceto quanto ao salário educação. Em 21/08/2024, em sede de Apelação, foi reformada a sentença para reconhecer o direito da Companhia em limitar parcialmente a base de cálculo das Contribuições ao Sistema S até 02/05/2024 (Tema 1079/STJ), exceto para as Contribuições de Salário-Educação, INCRA e SEBRAE.
h. estágio do processo	Atualmente, aguarda-se julgamento dos Embargos de Declaração apresentados pela empresa e pela Fazenda.
i. chance de perda	Possível.
j. motivo pelo qual o processo é considerado relevante	Processo com valor individual superior a R\$ 100 milhões.
k. análise do impacto em caso de perda	Em caso de perda, não haverá impacto para a Companhia, pois os tributos foram devidamente recolhidos ao longo dos anos. Em caso de ganho, o impacto será positivo para a companhia a qual terá o direito de recuperar os tributos pagos indevidamente, devidamente corrigidos.

Processo nº 0858771-11.2018.8.20.5001	
a. juízo	2ª Vara de Execução Fiscal e Tributária de Natal
b. instância	Segunda Instância Judicial
c. data de instauração	01/11/2018
d. partes no processo	Magazine Luiza S.A. x Estado do Rio Grande do Norte
e. valores, bens ou direitos envolvidos	R\$107.381.194,59
f. principais fatos	Ação proposta para afastar a cobrança do ICMS Diferencial de Alíquota cobrado pelo Estado do Rio Grande do Norte nas vendas interestaduais destinadas a consumidor final não contribuinte do imposto em operações ocorridas até o final de 2021. A Companhia realizava mensalmente depósito judicial dos valores discutidos, totalizando em 31/03/2025 a quantia de R\$ 107 milhões. Após sentença em sentido contrário, proferida em 07/10/2020, a empresa interpôs Apelação, que foi julgada e manteve a íntegra da sentença em 18/07/2022. Em seguida, a Companhia interpôs Recurso Especial e Recurso Extraordinário. Em 24/05/2023, o Recurso Extraordinário foi admitido e o Recurso Especial inadmitido. Foi interposto Agravo em Recurso Especial pela empresa, que não foi conhecido no STJ. Posteriormente, em sede de Recurso Extraordinário, foi determinada a remessa dos autos à origem para juízo de retratação em sentido favorável ao pleito da Companhia. Em 17/09/2024, em juízo de retratação, o Tribunal de Justiça do Rio Grande do Norte decidiu de forma contrária à Companhia, aplicando equivocadamente precedentes de matéria distinta à discutida. Atualmente, aguarda-se julgamento dos Embargos de Declaração opostos pela Companhia para que seja corrigida a decisão, aplicando-se o entendimento favorável à empresa, nos termos já definidos pelo Supremo Tribunal Federal.
g. Resumo das decisões de mérito proferidas	A sentença proferida em 23/10/2020 alegou ser constitucional a cobrança do ICMS Diferencial de Alíquota para as operações ocorridas até o ano de 2021. Mesmo após o STF julgar a matéria favoravelmente aos contribuintes em sede de repercussão geral (Tema 1093), a Apelação da empresa foi julgada integralmente desfavorável em 27/07/2022, sob o argumento de que a Ação Judicial fora ajuizada em momento anterior à fixação da Tese do Tema 1093. Em 08/05/2024, o STF determinou o retorno dos autos ao Tribunal Local para exercício de retratação, de modo a aplicar o entendimento fixado no Tema 1093/STF favoravelmente à Companhia. Em 17/09/2024, o Tribunal de Justiça do Rio Grande do Norte decidiu de forma contrária à Companhia, aplicando equivocadamente precedentes de matéria distinta à discutida.
h. estágio do processo	Atualmente, aguarda-se julgamento dos Embargos de Declaração opostos pela empresa, a fim de que seja aplicada a Tese do Tema 1093, fixada pelo STF em sentido favorável aos contribuintes.
i. chance de perda	Remota.
j. motivo pelo qual o processo é considerado relevante	Processo com valor individual superior a R\$ 100 milhões.

k. análise do impacto em caso de perda

Em caso de perda, não haverá impacto para a Companhia, pois utilizaremos o depósito judicial. No entanto, em caso de êxito, tais valores serão levantados pela empresa impactando positivamente seu caixa e resultado.

Processo nº 5155004-74.2016.8.13.0024	
a. juízo	4ª Vara de Feitos Tributários do Estado da Comarca de Belo Horizonte
b. instância	Segunda Instância Judicial
c. data de instauração	21/10/2016
d. partes no processo	Magazine Luiza S.A. x Estado de Minas Gerais
e. valores, bens ou direitos envolvidos	R\$ 125.860.640,73
f. principais fatos	Ação proposta para reconhecer o direito à restituição do valor de ICMS recolhido a maior nos casos de substituição tributária "para frente" em razão da indevida restrição ao creditamento quando a base de cálculo presumida é superior ao valor de venda efetivamente praticado, apenas nas operações havidas nos 5 anos anteriores ao ajuizamento da Ação. Em 06/10/2017, foi proferida sentença parcialmente favorável à Companhia. Em 10/12/2018, houve o julgamento das Apelações de ambas as partes, tendo o Tribunal de Justiça decidido de forma integralmente desfavorável à Companhia. Em 21/01/2019, a empresa opôs Embargos de Declaração em face do acórdão. Em 30/03/2019, os Embargos de Declaração opostos pela empresa foram julgados favoravelmente à empresa, com efeitos infringentes, para reconhecer o direito pleiteado, porém, absteve-se sobre a restituição dos créditos. Em 18/04/2023, o Estado interpôs Recurso Especial, o qual foi sobrestado em 06/10/2023. Atualmente, aguarda-se julgamento do Agravo Interno interposto pela empresa em 20/08/2024 para sanar a omissão sobre o direito à restituição dos créditos.
g. Resumo das decisões de mérito proferidas	A decisão de 1ª Instância Judicial foi parcialmente favorável à empresa, reconhecendo apenas o direito à restituição em parte do período pleiteado. O Tribunal de Justiça, em sede de Apelação, deu provimento ao Recurso do Estado, afastando o direito da Companhia por ausência de comprovação fática. Em 30/03/2019, foram julgados Embargos de Declaração da Companhia contra o acórdão da Apelação, declarando efeitos infringentes para reconhecer o direito da Companhia aos créditos pleiteados, sem, contudo, se pronunciar sobre a restituição desses créditos..
h. estágio do processo	Atualmente, aguarda-se o julgamento do Agravo Interno da Companhia apenas no que atine à recuperação dos créditos pleiteados e do Recurso Especial interposto pelo Estado.
i. chance de perda	Remota.
j. motivo pelo qual o processo é considerado relevante	Processo com valor individual superior a R\$ 100 milhões.
k. análise do impacto em caso de perda	Em caso de perda, não haverá impacto para a Companhia, pois os tributos foram devidamente recolhidos ao longo dos anos. Em caso de ganho, o impacto será positivo para a companhia a qual terá o direito de recuperar os tributos pagos indevidamente, devidamente corrigidos.

Processo nº 1032528-26.2019.4.01.3400	
a. juízo	14ª Vara Federal Cível do Distrito Federal
b. instância	Segunda Instância Judicial
c. data de instauração	18/10/2019
d. partes no processo	Magazine Luiza S.A. x União Federal
e. valores, bens ou direitos envolvidos	R\$ 100.772.133,14
f. principais fatos	Ação proposta para afastar a cobrança de IRPJ/CSLL/PIS/COFINS sobre os juros de indébito tributário especificamente relacionados aos processos que reconheceram o direito da Companhia em excluir o ICMS da base de cálculo do PIS/COFINS. A Companhia realizou o depósito judicial dos valores discutidos, totalizando em 31/03/2025 a quantia de R\$ 100 milhões. Após sentença em sentido contrário, proferida em 19/03/2020, a empresa interpôs Apelação, que foi julgada parcialmente favorável em 17/03/2023. Em seguida, a Companhia opôs Embargos de Declaração. Em 20/02/2024, foi publicado o acórdão que acolheu parcialmente os Embargos de Declaração. Foram interpostos Recurso Especial e Recurso Extraordinário pela Companhia e, em 03/04/2024, foi publicada decisão que determinou o sobrestamento do processo até o julgamento do Tema 1237 pelo STJ.
g. Resumo das decisões de mérito proferidas	A sentença proferida alegou ser constitucional a cobrança de IRPJ/CSLL/PIS/COFINS sobre juros de indébitos tributários em geral, inclusive, o indébito específico questionado pela empresa. Em sede de Apelação, o Tribunal Regional Federal reformou parcialmente a sentença, reconhecendo o direito da Companhia em afastar a tributação do IRPJ/CSLL sobre os juros do indébito tributário indicado, porém, mantendo a tributação relativa ao PIS/COFINS. Posteriormente, foi determinado o sobrestamento do processo.
h. estágio do processo	Atualmente, aguarda-se julgamento do Recurso Especial e Extraordinário interpostos pela Companhia. O feito está sobrestado até o julgamento do Tema 1237 do STJ.
i. chance de perda	Possível.
j. motivo pelo qual o processo é considerado relevante	Processo com valor substancialmente igual a R\$ 100 milhões.
k. análise do impacto em caso de perda	Em caso de perda, não haverá impacto para a Companhia, pois utilizaremos o depósito judicial. No entanto, em caso de êxito, tais valores serão levantados pela empresa impactando positivamente seu caixa e resultado.

Processo nº 1012791-53.2022.8.26.0053	
a. juízo	10ª Vara da Fazenda Pública de São Paulo
b. instância	Segunda Instância Judicial
c. data de instauração	11/03/2022
d. partes no processo	Magazine Luiza S.A. / NS2.Com Internet S.A. / Campos Floridos Comércio de Cosméticos Ltda. x Estado de São Paulo
e. valores, bens ou direitos envolvidos	R\$ 242.149.434,00
f. principais fatos	Ação proposta para afastar a cobrança do ICMS Diferencial de Alíquota cobrado pelo Estado de São Paulo nas vendas interestaduais destinadas a consumidor final não contribuinte do imposto em operações ocorridas durante o ano de 2022, em razão do descumprimento da anterioridade anual. Em 10/07/2023, foi proferida sentença em sentido contrário à empresa. Em 02/08/2023, a empresa interpôs Apelação, a qual teve provimento negado em 28/02/2024. Em 24/07/2024, foram interpostos Recurso Especial e Recurso Extraordinário pela empresa. Em 16/08/2024, foi proferido despacho determinando o sobrestamento do Recurso Extraordinário por conta do Tema 1266/STF e inadmitindo o Recurso Especial. Foi interposto Agravo em Recurso Especial pela empresa e, no STJ, foi determinado o retorno dos autos ao Tribunal para o sobrestamento do feito até a publicação do acórdão paradigma do Tema 1266/STF. Autos sobrestados em 13/12/2024.
g. Resumo das decisões de mérito proferidas	As decisões de 1ª e 2ª Instâncias reconheceram ser permitida a cobrança do ICMS Diferencial de Alíquota durante o ano de 2022 sem observância da anterioridade anual pela Lei Complementar nº 190/2022. Posteriormente, foi determinado o sobrestamento do feito.
h. estágio do processo	Atualmente, o processo está suspenso até a publicação do acórdão paradigma do Tema 1266/STF.
i. chance de perda	Possível.
j. motivo pelo qual o processo é considerado relevante	Processo com valor individual superior a R\$ 100 milhões.
k. análise do impacto em caso de perda	Em caso de perda da discussão no Poder Judiciário, que poderá levar de 5 a 8 anos para se findar, será necessária a formalização da cobrança, momento no qual parcelaremos o débito, de modo que nosso caixa não será afetado de forma relevante e imediata.

Processo nº 1007494-31.2023.8.26.0053	
a. juízo	2ª Vara da Fazenda Pública de São Paulo
b. instância	Terceira Instância Judicial
c. data de instauração	13/02/2023
d. partes no processo	Magazine Luiza S.A. / NS2.Com Internet S.A. / Campos Floridos Comércio de Cosméticos Ltda. x Estado de São Paulo
e. valores, bens ou direitos envolvidos	R\$ 281.907.479,22
f. principais fatos	Ação proposta para afastar a cobrança do ICMS Diferencial de Alíquota cobrado pelo Estado de São Paulo nas vendas interestaduais destinadas a consumidor final não contribuinte do imposto em operações ocorridas após a Lei Complementar nº 190/2022, em razão de falha na legislação local. A Companhia realizou mensalmente depósito judicial dos valores discutidos, totalizando em 31/03/2025 a quantia de R\$281 milhões. Em 21/03/2023, foi proferida sentença em sentido desfavorável à empresa. Em 05/07/2023, a Apelação da empresa foi julgada pelo Tribunal de Justiça, que decidiu manter os termos da sentença. Em seguida, a empresa interpôs Recursos Especial e Extraordinário, os quais foram inadmitidos em 01/11/2023. Houve a oposição de Agravos, tendo sido negado provimento ao Agravo em Recurso Especial 01/04/2024, ensejando a oposição de Agravo Interno pela empresa. Em 15/08/2024, foi publicado acórdão que negou provimento ao Agravo Interno da empresa, motivo pelo qual foram opostos Embargos de Declaração que estão pendentes de julgamento. Após a finalização do julgamento do Agravo em Recurso Especial, os autos serão remetidos ao STF para julgamento do Agravo em Recurso Extraordinário da empresa.
g. Resumo das decisões de mérito proferidas	Em 21/03/2023, foi proferida sentença que reconheceu ser permitida a cobrança do ICMS Diferencial de Alíquota com a legislação atualmente vigente no Estado de São Paulo, não reconhecendo falha na hipótese de incidência prevista. A decisão foi mantida pelo Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo.
h. estágio do processo	Atualmente, aguarda-se julgamento dos Embargos de Declaração opostos pela empresa, em face da negativa de seguimento do Agravo Interno em Agravo em Recurso Especial da empresa. Após a finalização do julgamento do Agravo em Recurso Especial, os autos serão remetidos ao STF para julgamento do Agravo em Recurso Extraordinário da Companhia.
i. chance de perda	Possível.
j. motivo pelo qual o processo é considerado relevante	Processo com valor individual superior a R\$ 100 milhões.
k. análise do impacto em caso de perda	Em caso de perda da discussão no Poder Judiciário, que poderá levar de 5 a 8 anos para se findar, será necessária a formalização da cobrança, momento no qual parcelaremos o débito, de modo que nosso caixa não será afetado de forma relevante e imediata.

(a) se o emissor possui uma política formalizada de gerenciamento de riscos, destacando, em caso afirmativo, o órgão que a aprovou e a data de sua aprovação, e, em caso negativo, as razões pelas quais o emissor não adotou uma política

As disposições sobre o gerenciamento de riscos de mercado estão compreendidas na Política de Gestão de Riscos, revisada pela Diretoria de Compliance, Integridade e PLD e Diretoria Jurídica, e aprovada pelo Conselho de Administração. A Política encontra-se em sua quarta revisão, aprovada em 25 de outubro de 2024, que trouxe critérios mais quantitativos na avaliação da severidade dos riscos, principalmente no impacto financeiro dos riscos. A revisão também abarcou atribuições e responsabilidades para áreas que gerenciam riscos específicos, como Lavagem de Dinheiro e Dados Pessoais.

A Companhia estabelece também:

- Manual Anticorrupção, que visa assegurar que todos os colaboradores entendam os preceitos da Lei Brasileira Anticorrupção, de forma a mitigar riscos relacionados às violações à lei e a garantir que durante a condução dos negócios sejam adotados os mais elevados padrões de integridade, legalidade e transparência;
- Política e um Manual de Procedimentos de Prevenção à Lavagem de Dinheiro e Combate ao Financiamento do Terrorismo, que além de atenderem aos requisitos legais estabelecidos na Lei nº 9.613/2022, estão aderentes aos requisitos regulatórios definidos para os segmentos de risco em que atua;
- Política de Neutralização de Conflitos de Interesse, que abarca as principais situações de conflito, orientando como identificá-las, evitá-las e/ou quando necessário neutralizá-las ou mitigá-las;
- Política de Segurança da Informação, que estabelece as diretrizes para implantar, manter e melhorar continuamente o sistema de gestão da segurança da informação, assim como para prever os requisitos para a avaliação e tratamento de riscos de segurança da informação voltados para as necessidades da organização. Além disso, determina a infraestrutura tecnológica necessária para assegurar a confidencialidade, integridade e disponibilidade das informações do Magazine Luiza junto a agentes e entes autorizados, em conformidade, também, com as exigências, para o segmento, estabelecidas na Lei Federal nº 13.709, de 14 de agosto de 2018;
- Política e Manual de Procedimentos de Privacidade de Dados de Pessoais, que definem todas as diretrizes e procedimentos a serem observados nos processos de tratamento de dados pessoais pela Companhia;
- Código de Ética e Conduta, que é revisado sempre que necessário e disponibilizado para todos os colaboradores, por meio do qual reforça o seu propósito, visão e valores da Companhia, e, principalmente, estabelece as diretrizes de comportamento e responsabilidades. O aceite é formalizado por meio do termo de compromisso e-aceite, renovado anualmente;
- Manual de Integridade, que dispõe sobre as diretrizes necessárias para a operacionalização do Programa de Integridade da Companhia. O referido manual determina parâmetros para a produção, acompanhamento e controle de documentos e fornece instruções para as áreas operacionais; e outros documentos, que em conjunto compõem o pilar de definição de regras e instrumentos do Programa; e auxiliam no pilar de gestão de riscos.

O Programa de Integridade visa garantir a conformidade das atividades da Companhia à legislação vigente e as regulamentações aplicáveis aos segmentos de mercado atuantes; e, ainda, assegurar a observância por todos os colaboradores do Código de Ética e Conduta, Manual Anticorrupção e das demais políticas e procedimentos internos.

A Política de Gestão de Riscos, Código de Ética e Conduta, Manual Anticorrupção e demais políticas e regimentos estão disponíveis para acesso de todos os interessados em nosso website: <https://ri.magazineluiza.com.br/>

(b) objetivos e estratégias da política de gerenciamento de riscos, quando houver, incluindo:

O objetivo da Política de Gestão de Riscos é estabelecer diretrizes e responsabilidades relacionadas à identificação, análise e classificação dos riscos que possam afetar a Companhia e, estabelecer controles e procedimentos de monitoramento, a fim de conduzir o apetite à tomada de risco no processo decisório, na busca do cumprimento de seus objetivos, e da criação, preservação e crescimento de valor da Companhia.

O processo de gestão de riscos da Companhia foi definido com base em orientações da OCDE, na norma ISO 31000:2018 e no trabalho do COSO/ERM 2004 - Enterprise Risk Management Integrated Framework com o objetivo de: (i) aumentar a probabilidade de atingir as metas estabelecidas pela Companhia; (ii) melhorar a identificação de oportunidades e ameaças; (iii) atender às políticas, normas e requisitos legais e regulatórios, padronizando conceitos e práticas; (iv) melhorar o reporte das informações ao mercado, elevando a confiança das partes interessadas e garantindo a transparência para todos os stakeholders, analistas de mercado e agências de crédito; (v) garantir base confiável de dados para a tomada de decisão e planejamento, fornecendo um fluxo dinâmico e eficiente de informação; (vi) alocar e utilizar eficazmente os recursos, melhorando o ambiente de controles; (vii) melhorar a governança, assegurando que a Governança Corporativa da Companhia seja seguida e criticamente analisada; (viii) prevenir ou minimizar perdas, envolvendo todos os agentes da estrutura em alguma etapa; e (ix) melhorar a eficácia e eficiência operacional, aumentando a resiliência, quando necessário, da organização.

A alta administração estabelece o seu planejamento estratégico e define metas operacionais a serem atingidas. Essas metas estão sujeitas a riscos de origem interna e externa com alto grau de incertezas. Esses riscos podem ser identificados pela administração e ações são planejadas e executadas para sua gestão. Neste processo participam também, no âmbito de suas respectivas competências, os Comitês de Assessoramento do CA: Comitê de Auditoria, Riscos e Compliance – CARC; Comitê de Finanças e Crédito ao Consumidor – COFIC; Comitê de Pessoas – COPES e Comitê de Estratégia e Inovação - COE.

Esse processo é muito dinâmico e sujeito a mudanças. Como parte dos esforços contínuos para aprimorar essa gestão, em outubro de 2024, foi atualizada a metodologia de avaliação de riscos, evoluindo de uma abordagem predominantemente qualitativa para um modelo mais quantitativo. Essa mudança foi orientada pelo objetivo de aumentar a precisão das análises e fortalecer a base para a tomada de decisões.

Dentre as principais mudanças introduzidas, destaca-se a adoção da abordagem quantitativa para o impacto financeiro dos riscos e a definição de critérios mais objetivos para a classificação da probabilidade e demais impactos dos riscos, permitindo uma avaliação mais precisa. A nova metodologia também incorpora, de forma expressa, a mensuração qualitativa para impactos reputacionais, regulatórios e em pessoas.

Na oportunidade, também foram reavaliadas as principais naturezas de riscos operacionais, acrescentando riscos socioambientais.

Com base nessa evolução metodológica, a Companhia procura manter atualizada sua matriz de riscos significativos, que é monitorada pela alta administração. Tais riscos significativos são avaliados e classificados de acordo com o direcionamento estratégico do negócio e as diretrizes de apetite a riscos determinadas pelo Conselho de Administração, com suporte dos Comitês de

Assessoramento. A Companhia busca a melhoria contínua do seu processo de gestão de riscos, aprimorando e aperfeiçoando seus controles e a atuação de seus colaboradores de acordo com as diretrizes da Política.

(i) os riscos para os quais se busca proteção

Os riscos tratados na Política de Gestão de Riscos, para os quais se busca proteção, são classificados da seguinte forma:

Riscos de Negócio e/ou Estratégicos: são aqueles associados à estratégia da Companhia na busca de criação, proteção e crescimento de valor. São causados por eventos de mudanças no ambiente externo, tais como político, econômico e social, saúde e segurança, mercado, competidores, fusões e aquisições, disponibilidade, inovações, tecnologias e portfólio de produtos e/ou serviços; e também pela qualidade na gestão de eventos internos relativos às suas finanças (ambiente econômico, geração de caixa operacional, rentabilidade, endividamento, alavancagem, aplicação e captação de recursos financeiros), a compliance (cumprimento de leis e regulamentos e de políticas e normas internas), à imagem e reputação e às operações (cultura empresarial, e gestão de pessoas, de processos e de demais recursos);

Riscos operacionais: são aqueles decorrentes da inadequação ou falha na gestão de processos internos, de pessoas, e de demais recursos, que possam dificultar ou impedir o alcance dos objetivos da empresa. Estes riscos estão associados tanto à operação do negócio como marketing, vendas, comercial, logística; como à gestão de áreas de suporte ao negócio tais como: administrativas (contabilidade, controladoria, controles), de tecnologia, suprimentos, saúde e segurança do trabalho, meio ambiente, fraudes e relações sindicais.

Riscos financeiros: são aqueles relacionados, entre outros, a eventos relativos a finanças (ambiente econômico, geração de caixa operacional, rentabilidade, endividamento, alavancagem, aplicação e captação de recursos financeiros). Contempla: (i) Risco de Mercado - decorre da possibilidade de perdas que podem ser ocasionadas por mudanças no comportamento das taxas de juros, do câmbio, dos preços das ações e dos preços de commodities; (ii) Risco de Crédito - definido como a possibilidade de perda resultante da incerteza quanto ao recebimento de valores pactuados com tomadores de empréstimos, contrapartes de contratos ou emissões de títulos; (iii) Risco de Liquidez - possibilidade de perda decorrente da incapacidade de realizar uma transação em tempo razoável e sem perda significativa de valor, ou a possibilidade de falta de recursos para honrar os compromissos assumidos em função do descasamento entre os ativos e passivos.

Riscos inesperados ou “cisne negro”: se caracterizam por sua probabilidade remota, mas que, caso ocorram, geram impacto gigantesco/catastrófico.

Riscos de Conformidade: são os riscos de sanções legais ou regulatórias, de perda financeira ou de reputação que a Companhia pode sofrer como resultado da falha no cumprimento da aplicação de leis, acordos/contratos, regulamentos, Código de Ética e Conduta e das políticas e procedimentos internos. Incluem os riscos de informações falsas nas demonstrações financeiras e de desvios de ativos e corrupção.

Riscos de Tecnologia: referem-se à possibilidade de perdas ou danos resultantes de falhas, vulnerabilidades ou ineficiências relacionadas a sistemas tecnológicos, inclusive de terceiros, tais como prestadores de serviços e fornecedores de softwares e hardwares. Isso abrange problemas que possam interromper operações; ameaças à segurança cibernética, como ataques hackers e vazamentos de dados; além da obsolescência tecnológica, que pode comprometer a relevância e funcionalidade dos sistemas.

Risco Socioambiental: riscos relacionados aos problemas e processos ambientais, sociais e de governança.

Riscos Prioritários: grupo de riscos com impacto potencialmente elevado para o negócio, cuja gestão deve ser priorizada e, portanto, os seus indicadores devem ser monitorados regularmente.

Riscos Emergentes: riscos que surgem de mudanças rápidas e inesperadas no ambiente econômico, socioambiental, tecnológico, político e de ações de competidores. Esses riscos podem ser difíceis de identificar e avaliar no início, pois muitas vezes estão associados a inovações, tendências ou eventos novos que não foram amplamente estudados e compreendidos.

(ii) os instrumentos utilizados para proteção

O processo de gerenciamento de riscos da Companhia é composto pelas seguintes etapas:

Identificação e Mapeamento	Análise dos processos de negócio e identificação dos riscos.
Análise e Quantificação	Risco = Probabilidade x Impacto
Avaliação	Custo x Oportunidade x Benefício
Tratamento	Definição de ações para eliminação ou mitigação dos riscos
Monitoramento	Acompanhamento contínuo

Na etapa de identificação e mapeamento são identificados os riscos inerentes que afetam diretamente o negócio, mapeando e descrevendo os eventos (incluindo causas e consequências), que possam impactar os objetivos da Companhia e a operação eficaz dos processos e/ou a alocação e utilização eficiente dos recursos.

Na etapa de análise e quantificação os riscos identificados são categorizados com base em uma metodologia que considera aspectos qualitativos e quantitativos na avaliação de sua probabilidade de ocorrência e impacto nos objetivos da organização. O resultado desta análise representa o cálculo do nível de exposição do Magazine Luiza a determinado risco.

Na etapa de avaliação verifica-se a necessidade de tratamento do risco, considerando o nível de exposição frente ao critério de aceitação de riscos definido pela alta direção. Com base nesta avaliação é possível priorizar os riscos a serem tratados, facilitando a alocação de recursos e a definição de estratégias de mitigação. A classificação da priorização deve considerar avaliação de custo x oportunidade x benefícios.

Já na etapa de tratamento, são adotadas soluções para mitigação dos riscos, visando obter riscos residuais toleráveis e, assim, minimizar a materialização dos eventos e/ou seus impactos. Os planos de ação podem contemplar um ou mais dos seguintes instrumentos: (i) revisão de processos; (ii) inclusão de controles sistêmicos; (iii) criação de relatórios e indicadores de desempenho; (iv) confecção de políticas, procedimentos e/ou instrução de trabalho; (v) implantação de mecanismos e/ou instrumentos de monitoramento e controle; e (vi) alteração de competências e atribuições de áreas ou outros instrumentos de governança.

Por fim, na execução das atividades de monitoramento, a Companhia acompanha a efetividade dos controles e assegura que eventuais alterações nos contextos interno e/ou externo, que ensejem a alteração do risco e/ou demandem a revisão dos controles aplicados, sejam devidamente endereçadas.

Em linha com o processo de desenvolvimento contínuo das práticas e processo de gestão de riscos, e em decorrência da complexidade do ambiente interno e externo, com mudanças e possibilidade de distorções, não é possível garantir que nossas práticas poderão identificar a totalidade dos riscos atrelados a todos os subprocessos, ou terá respostas integrais ou tempestivas para mitigação de seus impactos. Contudo, a Companhia empreende recursos e esforços para assegurar a efetividade e eficácia do seu processo de gestão de riscos, atualizando e/ou adaptando, sempre que necessário, seus mecanismos e instrumentos de controle e monitoramento em toda a sua cadeia de valor.

No que tange à definição de planos de continuidade de negócios, a Companhia possui diretrizes internas a fim de assegurar, prontamente, a continuidade ou restabelecimento dos processos críticos para o negócio, em caso de incidentes graves ou de desastres, e, também, para as aplicações consideradas essenciais às atividades da Companhia.

A Companhia também conta com o Comitê de Gestão de Crise, que deve nortear sua atuação pautado pelas seguintes diretrizes:

- Identificar todos os públicos que possam ser afetados pela crise, informando que o problema foi detectado, que está sendo sanado e, quando possível, falar sobre as tratativas;
- Manter-se acessível e não negar informações passíveis de serem divulgadas;
- Comunicar, se possível, todos os incidentes de uma única vez;
- Deixar um canal de comunicação aberto com o público de interesse;
- Registrar todas as ações adotadas;
- Monitorar e avaliar a situação da crise;
- Não deixar de se comunicar no momento certo;
- Tomar decisões baseadas em informações técnicas e em fatos reais;
- Expor os problemas e apontar soluções de forma tempestiva;
- Atender aos públicos interno e externo e a imprensa, sempre que possível, a fim de evitar ilações sem fundamentos acerca do incidente.

No que se refere aos Riscos Financeiros, a Companhia utiliza instrumentos financeiros derivativos com o propósito de atender às suas necessidades no gerenciamento de riscos decorrentes do descasamento entre moedas e indexadores, quando são realizadas transações em moeda estrangeira. As operações com instrumentos derivativos são realizadas por intermédio da Diretoria Financeira, de acordo com as diretrizes previamente aprovadas pelo Conselho de Administração da Companhia.

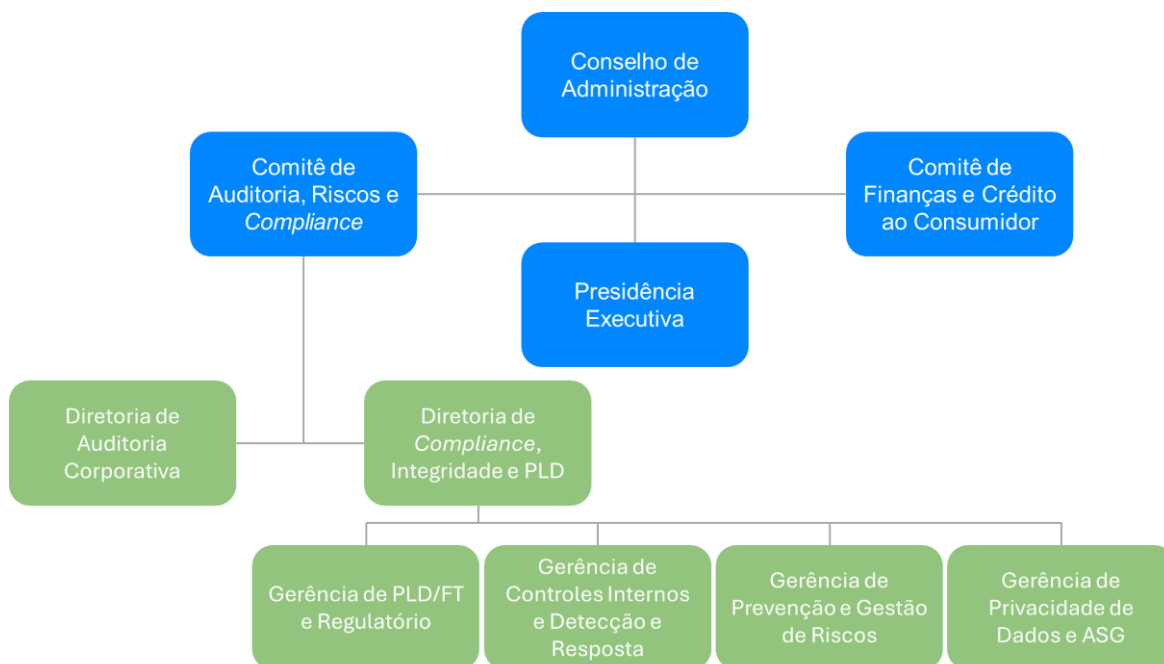
As operações de swap são o principal instrumento financeiro para proteção contra riscos relacionados à flutuação das taxas de câmbio ao qual a Companhia está sujeita em razão de contratos firmados para repasses de recursos externos. Estes contratos eliminam a exposição ao risco cambial, substituindo-a por uma exposição pós-fixada em moeda local e variação do CDI (certificados de depósitos interbancários). Entende-se que a substituição da variação cambial pela variação pós-fixada em CDI expõe a companhia a um risco menor de mercado, uma vez que nossas obrigações financeiras podem sofrer oscilações semelhantes à taxa de juros de mercado, na mesma extensão dos ativos financeiros e vendas financiadas caracterizando, assim, um componente de risco macroeconômico.

No reconhecimento inicial de uma relação de hedge, a Companhia classifica formalmente e documenta a relação de hedge à qual a Companhia deseja aplicar contabilidade de hedge, e seu objetivo e a estratégia de gestão de risco para levar a efeito o hedge. A documentação inclui a identificação do instrumento de hedge, o item ou transação objeto de hedge, a natureza do risco objeto de hedge, a natureza dos riscos excluídos da relação de hedge, a demonstração prospectiva da eficácia da relação de hedge e a forma como a Companhia irá avaliar a eficácia do instrumento de hedge para fins de compensar a exposição a mudanças no valor justo do item objeto de hedge ou fluxos de caixa relacionados ao risco objeto de hedge. A contratação de instrumentos financeiros é feita mediante análise da exposição ao risco que a Administração pretende cobrir em cada transação. Esses instrumentos são gerenciados pela definição de estratégias operacionais e controles internos lastreados em nossas operações e não utilizamos tais instrumentos com outros propósitos que não de proteção (hedge). Na data de divulgação deste Formulário de Referência (maio de 2025), a Companhia não possuía operações cambiais significativas negociadas diretamente.

Adicionalmente, a Companhia comercializa produtos (especialmente itens de tecnologia) que são fabricados localmente, mas que possuem diversos componentes importados, de forma que seus custos podem variar conforme oscilações das taxas de câmbio. Assim, a gestão do risco cambial “indireto” relacionado a fornecimento de produtos está ligada à gestão comercial, de preço e margem de produtos e é realizada juntamente com seus fornecedores, que procuram não repassar grandes oscilações aos clientes finais.

(iii) estrutura organizacional de gerenciamento de riscos

A gestão de riscos da Companhia está estruturada organizacionalmente da seguinte forma:



Ademais, a estrutura considera a atuação conjunta dos órgãos de governança corporativa e de gestão, de acordo com o conceito das 3 linhas de defesa:

1ª Linha de Defesa: Refere-se à gestão operacional, representada pelas diretorias, gerências e demais colaboradores, que atuam nas operações do Magazine Luiza. Reporta-se à Diretoria Executiva, e juntamente com esta é responsável por: (i) identificar, avaliar, monitorar e mitigar os riscos (tratamento) de acordo com as diretrizes da Política de Gestão de Riscos, (ii) implantar planos de ação e controles em conjunto com a área de Gestão de Riscos e Controles Internos, (iii) comunicar/reportar, em tempo hábil, informações relevantes relacionadas à gestão de riscos.

2ª Linha de Defesa: Refere-se às áreas de controle do Magazine Luiza, compreendendo, essencialmente, as funções de Gestão de Riscos, Controles Internos e Auditoria Operacional e, no que tange à execução orçamentária, a Controladoria reporta-se à Diretoria Executiva e também ao Conselho de Administração e seus Comitês de Assessoramento. A Segunda Linha de Defesa tem as seguintes responsabilidades, no âmbito de suas respectivas competências: (i) analisar, avaliar e monitorar os riscos identificados pela gestão operacional, (ii) Facilitar e monitorar a implantação das práticas de gestão de riscos pela gestão operacional (1ª linha de defesa) de acordo com o apetite a risco do Magazine Luiza, (iii) Comunicar/reportar, em tempo hábil, informações relevantes relacionadas à gestão de riscos, e (iv) Auxiliar na identificação de riscos, riscos emergentes e no desenvolvimento de processos e controles.

3ª Linha de Defesa: Diz respeito à atuação da Auditoria Corporativa e Compliance, Integridade e PLD na avaliação e supervisão da aderência e eficácia do processo de gerenciamento de riscos no Magazine Luiza. Atua de forma independente e objetiva, reportando-se ao Conselho de Administração e seus Comitês de Assessoramento.

No processo de gestão de riscos da Companhia, as atribuições e responsabilidades são distribuídas da seguinte forma:

- O Conselho de Administração tem como atribuições:

- Estabelecer as diretrizes gerais para que o gerenciamento de riscos do Grupo Magazine Luiza esteja compatível com o porte, modelo e natureza do negócio, complexidade das atividades/ operações, e com o perfil de risco da Companhia;
- Avaliar e aprovar a matriz de riscos estratégicos e as diretrizes gerais para estabelecimento dos limites aceitáveis para exposição das empresas do Grupo Magazine Luiza à riscos (apetite a riscos);
- Supervisionar, por meio dos Comitês de Assessoramento do Conselho de Administração, as atividades do processo de gerenciamento de riscos executadas pelo Presidente Executivo, Vice-Presidentes e Diretoria Executiva do Magazine Luiza, utilizando, também, os Comitês de Assessoramento no processo de validação e monitoramento dos riscos prioritários e da matriz de riscos estratégicos;
- Avaliar a adequação da estrutura (recursos humanos, financeiros e sistemas) destinada ao processo de gerenciamento de riscos do Grupo Magazine Luiza;
- Aprovar a Política de Gestão de Riscos e suas revisões.

- O Comitê de Auditoria, Riscos e Compliance, órgão independente de assessoramento do Conselho de Administração com autonomia operacional, tem como funções:

- Propor ao Conselho de Administração as definições gerais das estratégias de gestão dos riscos aplicáveis;
- Acompanhar e supervisionar, dentro de suas atribuições e especialidades, o processo de gestão de riscos e a correta aplicação dos KRIs/KPIs, por meio dos trabalhos das áreas de Gestão de Riscos, de Integridade e de Auditoria Corporativa;

- Avaliar, monitorar e informar, periodicamente, o Conselho de Administração sobre os riscos prioritários identificados pelas revisões das áreas de Gestão de Riscos, de Integridade e de Auditoria Corporativa e os planos de ação e recomendações aplicáveis;
 - Assegurar a adequação da estrutura (recursos humanos, financeiros e sistemas) destinada ao processo de gerenciamento de riscos.
- Comitê de Estratégia e Inovação tem como funções:
- Propor ao Conselho de Administração as definições gerais das diretrizes de gestão dos riscos estratégicos;
 - Avaliar e propor ao Conselho de Administração as expectativas de retorno de novos investimentos, identificando os riscos atrelados a estes;
 - Analisar e informar sobre riscos relacionados a novos investidores;
 - Identificar os riscos atrelados às estratégias, avaliando os impactos de entrada e saída de negócios e setores de atividades.
- O Comitê de Finanças e Crédito ao Consumidor têm como funções:
- Propor ao Conselho de Administração as definições gerais das estratégias de gestão dos riscos financeiros;
 - Monitorar o nível de exposição das empresas do Grupo Magazine Luiza, a riscos de mercado, de crédito e de liquidez; e
 - Acompanhar e supervisionar o processo de gestão de riscos financeiros para geração de valor do Grupo Magazine Luiza (planejamento financeiro, orçamento, decisões de investimento e captação de recursos);
 - Monitorar as decisões de investimentos e de captações de recursos, e estabelecer parâmetros de forma a assegurar que qualquer empresa do Grupo não efetue transações especulativas ou de alto risco financeiro;
 - Definir o nível de exposição de risco das aplicações financeiras e cambial;
 - Estabelecer limites de exposição por instituição financeira;
 - Avaliar, monitorar e informar, periodicamente, o Conselho de Administração sobre os riscos financeiros e de crédito;
 - Avaliar e discutir o planejamento financeiro e orçamentos junto aos responsáveis, para que sejam tomadas, preventivamente, decisões e ações de gestão financeira que criem, protejam e cresçam o valor do Grupo Magazine Luiza.
- O Comitê de Pessoas e Cultura Organizacional têm como funções:
- Propor ao Conselho de Administração as definições gerais das estratégias de gestão de pessoas, da cultura organizacional, e gestão dos riscos socioambientais do Grupo Magazine Luiza (aspectos relacionados a ASG) e
 - Monitorar a exposição a riscos relacionados a matérias de sua competência.
- No que tange à Gestão de Riscos, são atribuições da Presidência e Diretoria Executiva da Companhia:
- Garantir a execução das estratégias aprovadas, ajustadas às mudanças com a adequada gestão dos riscos e de seus controles;

- Promover a integração da gestão de riscos com os ciclos de planejamento estratégico do Grupo Magazine Luiza;
 - Promover a cultura de gestão de riscos nas empresas do Grupo Magazine Luiza;
 - Garantir a implantação de modelo eficiente de gestão de riscos no Grupo Magazine Luiza, alinhado aos objetivos de negócios e metas operacionais;
 - A partir das diretrizes gerais estabelecidas pelo Conselho de Administração, propor o nível de apetite a risco em função da relação "riscos x oportunidades x retornos" que o Grupo Magazine Luiza pretende assumir;
 - Participar na validação e priorização dos riscos estratégicos do Grupo;
 - Supervisionar as atividades de gestão de riscos a fim de que estejam compatíveis com o porte, modelo e natureza do negócio, complexidade das atividades/operações e com o perfil de risco do Grupo;
 - Tomar decisões oportunas face, principalmente, aos indicadores de riscos estratégicos, prioritários e emergentes;
 - Monitorar os indicadores dos riscos estratégicos do Grupo;
 - Prover meios para a manutenção de estrutura adequada (recursos humanos, financeiros e sistemas) destinada ao processo de gerenciamento de riscos.
- São atribuições da Diretoria de Compliance, Integridade e PLD:
- Identificar os riscos de conformidade legal, regulatória e de integridade, garantindo o seu adequado gerenciamento;
 - Quando pertinente, propor, adotar e implantar mecanismos ou instrumentos de controle, a fim de evitar riscos de que as operações e/ou negócios, de qualquer empresa do Grupo, sejam utilizados para prática de corrupção, fins irregulares, ilegais e ilícitos;
 - Revisar e acompanhar o planejamento anual da gestão de riscos, considerando todas as dimensões da estrutura definida, englobando atividades estratégicas, táticas e operacionais e reportando o resultado dos seus trabalhos ao CARC;
 - Avaliar, em conjunto com os agentes de integridade de cada área, os riscos por macroprocesso, por unidades de negócio e portfólio;
 - Elaborar, treinar, disseminar e recomendar os processos e procedimentos para a gestão de riscos;
 - Desenvolver, testar e implantar os modelos e metodologias para mensuração e gestão dos riscos;
 - Emitir parecer sobre a viabilidade das operações em relação aos riscos de integridade/compliance;
 - Assegurar, em conjunto com as áreas envolvidas, a eficácia desta Política e verificar o seu cumprimento;
 - Suportar as áreas de negócio na definição dos planos de ação para mitigação de riscos; e
 - Realizar a Due Diligence de Integridade/Compliance e Socioambiental, para identificação de riscos visando minimizar impactos reputacionais negativos em transações de M&A.
- Diretoria de Riscos e Prevenção à Fraude tem como funções:

- Mapear riscos transacionais e adotar medidas efetivas para mitigação de riscos identificados;
- Promover, sistematicamente, melhorias nos procedimentos de prevenção, monitoramento e identificação de fraudes transacionais;
- Monitorar, identificar e analisar transações e operações realizadas por clientes, fornecedores e parceiros, que sejam consideradas suspeitas;
- Acompanhar e reportar, periodicamente, indicadores de riscos de sua respectiva área;
- Informar a Gerência de Prevenção à Lavagem de Dinheiro e ao Financiamento do Terrorismo fraudes e/ou operações suspeitas de lavagem de dinheiro ou de financiamento ao terrorismo;
- Efetuar investigações de fraudes e reportar à Diretoria Executiva para avaliação e deliberação, se necessário.

- As atribuições da Gerência de Gestão de Riscos da Diretoria de Compliance, Integridade e PLD são:

- Definir a metodologia corporativa de gestão de riscos, pautada na visão integrada e sistêmica das atividades do Grupo, subsidiada pelas metodologias amplamente adotadas no mercado e melhores práticas de governança;
- Propor o planejamento anual das atividades de gestão de riscos e assegurar a sua operacionalização;
- Consolidar e comunicar os riscos prioritários do Grupo Magazine Luiza ao CARC e à Diretoria Executiva;
- Assessorar e capacitar as áreas funcionais e de negócios, do Grupo Magazine Luiza, na identificação e avaliação dos diversos tipos de riscos envolvidos;
- Elaborar, em conjunto com os gestores das áreas, as matrizes de riscos dos processos/áreas mapeadas e classificá-los de acordo com a metodologia aprovada;
- Avaliar/validar os riscos identificados pelos agentes de integridade em suas respectivas áreas;
- Executar as tarefas que permitam adequado monitoramento dos riscos, reportando os resultados de suas avaliações ao CARC, por meio de relatórios periódicos; e
- Apoiar as áreas na elaboração e monitoramento dos planos de continuidade de negócios e operacionais.

- As atribuições da Gerência de Privacidade e ASG da Diretoria de Compliance, Integridade e PLD são:

- Identificar os riscos relacionados à privacidade de dados pessoais nos processos e negócios do Grupo Magazine Luiza e adotar medidas efetivas para a sua mitigação;
- Efetuar a análise de score de risco de incidentes que impactem a privacidade de dados pessoais e comunicar a ANPD e/ou os titulares, se necessário;
- Efetuar a análise de risco de fornecedores/terceiros, nos casos em que o objeto da contratação envolva o tratamento de dados pessoais;

- Monitorar os incidentes de privacidade de dados pessoais e apoiar na implementação da estratégia de comunicação às partes afetadas;
 - Elaborar e/ou revisar cláusulas de proteção de dados pessoais nos contratos cujo objeto envolva dados pessoais;
 - Ministrando treinamento de privacidade e proteção de dados pessoais;
 - Adequar e acompanhar o Programa de Sustentabilidade na cadeia de fornecedores;
 - Mapear os riscos da cadeia de fornecedores;
 - Definir, em conjunto com a alta direção, os setores a serem monitorados;
 - Monitorar os riscos reputacionais nas questões afetas aos direitos humanos, aspectos sociais e ambientais relacionados a fornecedores;
 - Acompanhar os cadastros dos fornecedores e auditorias realizadas e, se for o caso, definir os planos de ação; e
 - Elaborar e realizar treinamentos direcionados a determinados segmentos de fornecedores.
- As atribuições da Gerência de Prevenção à Lavagem de Dinheiro e/ou financiamento ao terrorismo da Diretoria de Compliance, Integridade e PLD são:
- Identificar os riscos dos produtos ou negócios serem utilizados para lavagem de dinheiro (LD) e/ou para financiamento do terrorismo (FT);
 - Elaborar a Avaliação de Risco de LD/FT de cada empresa Grupo, em conformidade com o requisito de cada regulador aplicável;
 - Monitorar todas as transações e/ou operações a fim de identificar, tempestivamente operações e/ou transações atípicas e/ou suspeitas;
 - Propor, adotar e/ou implantar mecanismos ou instrumentos de controle para mitigar os riscos das operações e/ou negócios de qualquer empresa do Grupo sejam utilizadas para LD/FT.
- Os agentes de Integridade das áreas funcionais e operacionais têm como atribuições:
- Identificar, classificar e gerenciar os riscos das respectivas áreas de acordo com a metodologia, em conjunto com a área de gestão de riscos e controles internos;
 - Estabelecer mitigantes para os riscos das suas áreas de atuação;
 - Implantar os planos e acompanhar as ações corretivas e/ou preventivas em suas áreas;
 - Fazer a interface das áreas de negócios e funcionais com a área de gestão de riscos e controles internos; e
 - Em conjunto com a área de gestão de riscos e controles internos, definir os controles dos processos de suas respectivas áreas.
- Os Colaboradores possuem como função:
- Assegurar a operacionalização da gestão de riscos, fazendo parte do processo de identificação, avaliação e mensuração, implantando ações mitigantes preventivas e/ou corretivas; e
 - Participar de forma ativa das atividades de comunicação e treinamento que permita a disseminação de forma consciente da gestão de riscos no Grupo Magazine Luiza.

(c) adequação da estrutura operacional e controles internos para verificação da efetividade da política adotada

A execução das diretrizes estabelecidas na Política de Gestão de Riscos da Companhia é continuamente aprimorada, dado os diversos macroprocessos e operações de negócio existentes. A função de Gestão de Riscos está compreendida na Diretoria de Compliance, Integridade e PLD. Considerado este contexto, a verificação da efetividade da Política de Gestão de Riscos da Companhia é realizada de forma conjunta pelo Conselho de Administração e seus comitês de assessoramento, pela Diretoria Executiva, pela Diretoria de Auditoria Corporativa (Auditoria Interna), pela área de Controles Internos; pela área de Gestão de Riscos e por colaboradores da Companhia, por meio de indicadores, que avaliam a performance das áreas priorizadas de negócio e funcionais de suporte. Neste contexto, as atribuições e responsabilidades estão descritas no item 5.1. 'b' 'iii'.

O monitoramento dos controles pela gestão nas diversas áreas da Companhia se dá pelo processo contínuo e colaborativo de conscientização e capacitação gradual, para diagnosticar, priorizar, monitorar e gerir os seus riscos, observando as mudanças do ambiente interno e externo, a fim de reduzir a probabilidade de materialização de riscos desconhecidos ou não controlados.

Em vista do porte da Companhia, riscos correspondentes e volume de nossas interações com entes públicos e agentes do governo, entendemos que a atual estrutura operacional e de controles internos é adequada para a verificação da efetividade de atividades de gerenciamento de riscos.

(a) principais práticas de controles internos e o grau de eficiência de tais controles, indicando eventuais imperfeições e as providências adotadas para corrigi-las

A Companhia adota uma abordagem de melhoria contínua em sua estrutura de governança corporativa, com foco no fortalecimento e aprimoramento de seus controles internos.

Foi publicada a Política de Controles Internos, cujo objetivo é estabelecer diretrizes e responsabilidades necessárias para o fortalecimento do ambiente de controles internos do Magazine Luiza e suas coligadas. Essa política contempla mecanismos e instrumentos que contribuem para a mitigação dos riscos identificados nos processos.

Dentre as principais práticas adotadas destacam-se:

- Gerenciamento de riscos operacionais;
- Programa de Integridade;
- Instituição de políticas corporativas relevantes;
- Aprimoramento contínuo dos procedimentos anticorrupção;
- Canal de denúncias terceirizado e independente;
- Atuação da Auditoria Corporativa com escopo baseado em riscos e reporte direto ao Conselho de Administração e seus Comitês de Assessoramento, alinhada às melhores práticas de governança;
- Estruturação da área de Controles Internos vinculada à Diretoria de Compliance, Integridade e PLD, com o objetivo de aprimorar o sistema de controles da Companhia.

A Diretoria entende que o ambiente de controles internos da Companhia apresenta bom grau de confiabilidade. Não obstante, com a estruturação da área de controles internos, esforços têm sido constantemente envidados para aprimorar os processos e controles, sempre visando segurança e mitigação de riscos na execução das rotinas e, conseqüentemente, trazendo ganhos operacionais e financeiros.

O processo de avaliação de controles internos prevê atuação conjunta com as áreas de negócios, de backoffice e de gestão de riscos, contemplando:

- Mapeamento de processos e avaliação de riscos;
- Verificação de conformidade com políticas e normas;
- Identificação de deficiências de controle;
- Estes de eficácia e eficiência de controles implementados.

No que se refere à elaboração das demonstrações contábeis, em 2024 foi aprovada a Política de Fechamento Contábil da Companhia, que estabelece diretrizes, fundamentos, os ritos de governança e procedimentos padronizados para o fechamento das demonstrações contábeis da Companhia, garantindo a consistência, confiabilidade e tempestividade das informações financeiras consolidadas e, ainda, assegurando a conformidade com as normas contábeis brasileiras (CPC) e internacionais (IFRS), bem como à legislação aplicável às companhias abertas, incluindo a regulamentação da CVM e do Banco Central do Brasil.

O controle inicia-se com o processo de fechamento contábil, de acordo com cronograma previamente definido, no âmbito do qual é realizado o acompanhamento de módulos sistêmicos que monitoram a integração das informações financeiras. Isso inclui a análise de variações entre

dados orçados e realizados, conciliações e estimativas contábeis, bem como a necessidade de lançamentos manuais, que, se aplicável, seguem um processo rigoroso de revisão e aprovação.

O processo de fechamento contábil segue, também, as diretrizes da Política de Controle de Registros Contábeis, e é revisado, mensalmente, pela Gerência de Contabilidade, Diretoria de Controladoria e Diretoria Executiva responsável pela matéria, a fim de assegurar que os registros contábeis estão aderentes e confiáveis. Na sequência, com o uso de roteiro pré-estabelecido de informações objeto da divulgação e da avaliação interna, verifica-se se há necessidade e adequação qualitativa das divulgações. Só após este processo, a área contábil prepara as demonstrações financeiras, submetendo-a para revisão da Diretoria de Controladoria e Diretoria Executiva da Companhia.

As contas contábeis passam por revisões específicas das áreas envolvidas (Financeira, Tributária, Contábil e Controladoria), e quando aplicável, por consultores externos (no caso tributário, principalmente), que garantem segurança dos saldos apurados pertinentes às transações de riscos, como as de estimativas de valores de ativos e de passivos.

A Auditoria Corporativa, com atuação independente, realiza auditorias periódicas nos controles internos, apontando eventuais deficiências de controle, recomendando melhorias, e monitorando a evolução dos planos de ação para tratamento dos eventuais apontamentos.

Após concluídas, as demonstrações financeiras são submetidas à apreciação do Comitê de Auditoria, Riscos e Compliance, para posterior encaminhamento e revisão pelo Conselho Fiscal e Conselho de Administração. Só após a aprovação de todos estes órgãos da governança, as demonstrações financeiras são publicadas.

(b) estruturas organizacionais envolvidas

As estruturas organizacionais envolvidas compreendem:

A Diretoria de Compliance, Integridade e PLD, está estruturada em quatro gerências, dentre as quais se destacam:

- Gerência de Gestão de Riscos, responsável pela identificação, mensuração e avaliação dos riscos da Companhia;
- Gerência de Controles Internos, responsável pela identificação, mapeamento e avaliação de controles internos, e também por acompanhar o desenvolvimento e implantação dos planos de ação para mitigação dos riscos.

Essas áreas reportam-se administrativamente ao Comitê de Auditoria, Riscos e Compliance e funcionalmente ao Conselho de Administração assegurando a devida independência e a objetividade nas avaliações e recomendações.

A Gerência de Contabilidade, a Diretoria de Controladoria, e a Diretoria Executiva da Companhia têm a responsabilidade de revisão final das demonstrações financeiras, para posterior envio aos órgãos de governança, quais sejam: Comitê de Auditoria, Riscos e Compliance, Conselho Fiscal e Conselho de Administração, para a devida aprovação.

As atividades conduzidas por essas estruturas organizacionais estão em constante evolução, com foco na melhoria contínua dos processos, reforço do ambiente de controle e aprimoramento da eficiência operacional na Companhia.

(c) se e como a eficiência dos controles internos é supervisionada pela administração da Companhia, indicando o cargo das pessoas responsáveis pelo referido acompanhamento

O processo de supervisão e acompanhamento da eficiência dos controles internos voltados à elaboração e assecuração das Demonstrações Financeiras está descrito nos itens (a) e (b) acima.

No ambiente de controles da Companhia, são responsáveis pelo acompanhamento a Diretoria de Controladoria, Diretoria Executiva Financeira e Relação com Investidores, Diretoria Executiva de Administração e Controle, demais diretores, o Diretor de Auditoria Corporativa, a Diretoria de Compliance, Integridade e PLD, os membros do Conselho de Administração, Integrantes do Comitê de Auditoria, Riscos e Compliance, os demais membros do Conselho de Administração e os membros do Conselho Fiscal.

Como mencionado no item (a), o processo de fechamento contábil mensal é revisado pelas áreas de Contabilidade, Controladoria e outras áreas de controle que atuam no escopo de controles internos. A Auditoria Corporativa também realiza os trabalhos de auditoria e monitoramento independente de processos operacionais que geram saldos nas demonstrações financeiras, e se reporta diretamente ao Conselho de Administração e ao Comitê de Auditoria, Riscos e Compliance.

(d) deficiências e recomendações sobre os controles internos presentes no relatório circunstanciado, preparado e encaminhado ao emissor pelo auditor independente, nos termos da regulamentação emitida pela CVM que trata do registro e do exercício da atividade de auditoria independente

Os auditores independentes obtiveram entendimento dos controles internos relevantes da Companhia para a auditoria das demonstrações financeiras do exercício findo em 31 de dezembro de 2024 com o objetivo de determinar a natureza, oportunidade e extensão da aplicação dos procedimentos de auditoria, mas não para fins de expressar uma opinião específica sobre esses controles internos. Como resultado desta avaliação, para o exercício findo em 31 de dezembro de 2024, os auditores independentes emitiram o “Relatório de Recomendações dos Auditores Independentes sobre os Controles Internos”, que contém descritivo sobre deficiências e oportunidades de melhoria identificadas ao longo do processo de auditoria das demonstrações financeiras da Companhia, com o objetivo de contribuir para o aperfeiçoamento dos controles internos e dos procedimentos contábeis. Desse modo, considerando as ações corretivas implantadas pela Companhia em resposta aos pontos levantados na auditoria referente ao exercício de 2023, informamos que, para o exercício findo em 31 de dezembro de 2024, não foram identificadas deficiências significativas de controle interno.

(e) comentários dos diretores sobre as deficiências apontadas no relatório circunstanciado preparado pelo auditor independente e sobre as medidas corretivas adotadas

A Companhia entende que todas as recomendações e observações apresentadas pelos auditores independentes têm por finalidade contribuir para o aperfeiçoamento dos seus controles internos e dos procedimentos contábeis e das suas controladas.

A Administração discute detalhadamente as recomendações com os auditores independentes, sejam elas classificadas como significativas ou não. No exercício findo em 31 de dezembro de 2024, não foram identificadas deficiências significativas de controle interno, e, conseqüentemente, nenhuma das observações apontadas teve impacto relevante nas demonstrações financeiras. As eventuais oportunidades de melhoria identificadas foram avaliadas e endereçadas pela Companhia com planos de ação apropriados, fortalecendo seus processos internos.

Em relação aos mecanismos e procedimentos internos de integridade adotados pelo emissor para prevenir, detectar e sanar desvios, fraudes, irregularidades e atos ilícitos praticados contra a administração pública, nacional ou estrangeira, informar:

(a) se o emissor possui regras, políticas, procedimentos ou práticas voltadas para a prevenção, detecção e remediação de fraudes e ilícitos praticados contra a administração pública, identificando, em caso positivo:

A Companhia sempre teve uma cultura muito forte de honestidade e manteve o compromisso ético na realização de cada uma das suas atividades. Em resumo, sempre teve a integridade na sua rotina. Em 2017, a Companhia estruturou e formalizou todas as suas boas práticas em um Programa de Integridade, que foi implantado em consonância com o propósito e valores da Companhia. O Programa reúne um conjunto de mecanismos e procedimentos internos utilizados na prevenção, monitoramento, detecção e combate a desvios de conduta, não conformidades legais e regulatórias, fraudes e corrupção.

Com este intuito, o Programa de Integridade consolida e reforça regras e diretrizes gerais como o Código de Ética e Conduta, os Inegociáveis, Manual Anticorrupção, Política de Neutralização de Conflito de Interesses, Política de Prevenção à Lavagem de Dinheiro e ao Financiamento do Terrorismo, Gestão de Riscos e outras políticas e ações conduzidas por diversas áreas funcionais da estrutura organizacional da Companhia, em consonância com as suas respectivas atribuições, para pautar a conduta das lideranças, colaboradores, parceiros e terceiros, evidenciando o compromisso da alta administração com a disseminação da cultura de conformidade, boas práticas de gestão e a constante promoção de ambiente corporativo transparente e ético.

Os principais objetivos do Programa são: (i) promover a cultura de ética e de conformidade; (ii) consolidar todas as iniciativas de conformidade, em especial as de anticorrupção e de prevenção à lavagem de dinheiro, combate ao financiamento do terrorismo e de neutralização de conflito de interesses; (iii) implantar as melhores práticas de acordo com os mais altos padrões éticos; (iv) assegurar que as políticas e os procedimentos de cada área estejam devidamente formalizados e sejam observados pelos colaboradores; (v) estabelecer a cultura de gestão de riscos, a fim de mitigá-los por meio da prevenção; (vi) buscar a melhoria contínua com base na análise, avaliação e desenvolvimento regular do programa e do ambiente normativo aplicável; e (vii) promover a transparência.

O Programa de Integridade está estruturado em 5 pilares, quais sejam:

- (i) Comprometimento da alta direção: Tanto o Conselho de Administração quanto a Diretoria Executiva apoiam e participam ativamente das ações que suportam todos os componentes do Programa de Integridade. A definição e avaliação da eficácia e efetividade dos objetivos e estratégias do Programa são realizadas pela alta direção por meio da Análise Crítica da Alta Direção. Ademais, todos os membros da alta direção atuam diretamente na disseminação da cultura da ética, transparência e conformidade;
- (ii) Instância responsável – A Companhia dispõe de uma Diretoria de Compliance, Integridade e PLD: área independente, dedicada com autonomia, recursos materiais e humanos para garantir o funcionamento do Programa de Integridade. Esta área possui acesso e reporte direto ao Conselho de Administração e ao seu Comitê de assessoramento, denominado de Auditoria, Riscos e Compliance;
- (iii) Gestão de riscos: A Diretoria de Compliance, Integridade e PLD, por meio da sua Gerência de Gestão de Riscos, atua na identificação e monitoramento de

situações de riscos nos processos da Companhia, avaliação e classificação destes, sempre em sinergia com a equipe de Controles Internos, para a proposição e acompanhamento da implantação de planos de ação e teste de eficácia dos controles, na mitigação dos principais riscos;

- (iv) Estruturação de regras e instrumentos: A alta direção define e aprova as regras e diretrizes gerais que estão consubstanciadas no Código de Ética e Conduta, Manual Anticorrupção, Manual de Integridade, Inegociáveis, entre outros; a área de Compliance, Integridade e PLD, em conjunto com as outras áreas funcionais da Companhia, trabalha na elaboração e revisão de políticas e procedimentos internos de prevenção a irregularidades; a alta direção, em conjunto com a área de Compliance, Integridade e PLD, atuou diretamente na criação e institucionalização dos canais de denúncia e nos meios de reporte de preocupações e, também, participou na definição de medidas disciplinares para casos de violação; a área de Compliance, Integridade e PLD, em parceria com a Diretoria de Reputação e Sustentabilidade, planeja e executa a divulgação do programa e de suas ações; por fim, a Diretoria Executiva de Gestão de Pessoas, juntamente com a área de Compliance, Integridade e PLD, desenvolve e realiza os treinamentos acerca dos instrumentos e do próprio Programa;
- (v) Monitoramento contínuo: A Companhia adota mecanismos de monitoramento contínuo, entre eles: (i) Análise Crítica pela Alta Direção, que consiste no procedimento de verificação de efetividade e eficácia do Programa e revisão dos seus objetivos, estratégias e ações; (ii) avaliação, pelo Comitê de Integridade, dos incidentes e violações, o tratamento dado a estes e o efeito de suas correções; (iii) avaliação em processos de auditoria interna e externa; (iv) avaliação de aderência dos colaboradores ao Programa; e (v) acompanhamento de indicadores e, também, de instrumentos de monitoramento de diferentes situações de risco.

Em 2023, foi realizada uma avaliação abrangente da efetividade do Programa de Integridade da Companhia, por meio de pesquisa direcionada a colaboradores de todas as áreas funcionais, cobrindo dez temas essenciais do Programa. A análise resultou em um índice médio de aderência de 70%, classificando o Programa como “efetivo”.

A partir das fragilidades identificadas na avaliação, foram definidos planos de ação com foco na melhoria contínua e no fortalecimento dos pilares do Programa. Em 2024, a Companhia avançou na execução de uma dessas iniciativas, priorizando o reforço das ações de capacitação em temas de integridade, com ênfase em anticorrupção, por meio do engajamento dos Agentes de Integridade. As demais frentes de atuação permanecem em fase de desenvolvimento, com implantação alinhada às prioridades estratégicas da Companhia.

A Companhia divulga recorrentemente seu Programa de Integridade junto a todos os colaboradores, com o apoio da alta administração, por meio dos seus diversos meios de comunicação internos, materiais de divulgação, eventos internos, dentre outros.

Como mencionado, o Conselho de Administração da Companhia aprovou também o Manual Anticorrupção, que instituiu regras e diretrizes, mantendo procedimentos formais para garantir o controle e a prevenção de quaisquer violações à Lei Brasileira Anticorrupção nas relações mantidas com agentes públicos, e, também, para assegurar que durante a condução dos negócios sejam adotados os mais elevados padrões de integridade e transparência. Violações aos preceitos

anticorrupção podem resultar em severas sanções disciplinares e, ainda, a adoção de medidas judiciais civis e criminais, aplicadas isoladas ou cumulativamente aos responsáveis.

O Manual Anticorrupção considera como infração, atos ilícitos lesivos relacionados à prática de fraude, corrupção, suborno ou propina, pagamento de facilitação e vantagem indevida; e prevê que os contatos profissionais com agentes públicos devem ser transparentes e legítimos. Devem ser realizados por profissionais capacitados e de acordo com os termos do Código de Ética e Conduta e das políticas internas da Companhia. Tais contatos devem ser realizados com a participação de mais de um colaborador da Companhia, mediante agendamentos, em ambientes profissionais, sendo recomendada a elaboração de relatórios ou atas de reunião, para registro dos assuntos tratados.

Em complemento, foram mapeados todos os processos que envolvem relacionamento com órgãos públicos, e, conseqüentemente, sujeitos a práticas de corrupção, como por exemplo, a obtenção de alvarás de funcionamento de lojas. Tais processos são periodicamente auditados, a fim de identificar potenciais e/ou possíveis ilícitos, e permitir a tomada de medidas remediadoras tempestivamente.

A Companhia também dispõe de Política de Prevenção à Lavagem de Dinheiro e Combate ao Financiamento do Terrorismo, que tem o objetivo de estabelecer as responsabilidades e medidas adotadas, a fim de prevenir o uso de nossas atividades por parte de parceiros/clientes e/ou quaisquer terceiros para fins de lavagem de dinheiro, financiamento do terrorismo ou corrupção, de acordo com a legislação vigente.

Para auxiliar a Administração na adoção de mecanismos de mitigação dos riscos de não conformidade com as políticas e procedimentos internos, legislação vigente e, ainda, nas medidas voltadas à disseminação da cultura de integridade, a Companhia conta com o Comitê de Integridade. O Comitê de Integridade também tem a responsabilidade de: (i) zelar pelo cumprimento do Código de Ética e Conduta e Manual Anticorrupção; (ii) discutir e esclarecer dúvidas de interpretação do Código de Ética e Conduta; (iii) avaliar a necessidade de abertura de averiguações preliminares e de sindicâncias oriundas de denúncias recebidas; (iv) recomendar a aplicação de sanções, quando cabíveis; (v) analisar acerca da efetividade da política de consequências; e (iv) avaliar situações de potencial conflito de interesses.

(i) Principais mecanismos e procedimentos de integridade adotados e sua adequação ao perfil e riscos identificados pelo emissor, informando com que frequência os riscos são reavaliados e as políticas, procedimentos e as práticas são adaptadas

Os principais mecanismos e procedimentos de integridade adotados pela Companhia, a partir de seu Programa de Integridade são: (i) definição de diretrizes e regras claras para orientar todos os colaboradores, a saber: Código de Ética e Conduta; Manual Anticorrupção; Manual de Integridade; Política de Tratamento da Informação; Políticas de Privacidade e de Segurança da Informação; Política de Gestão de Riscos; Política de Neutralização de Conflitos de Interesses, Política de Contratação de Fornecedores Corporativos, que prevê a avaliação de integridade de fornecedores de grupo de risco; Política de Presentes, Brindes e Hospitalidades, Política de Prevenção à Lavagem de Dinheiro e Combate ao Financiamento do Terrorismo, entre outras específicas às suas áreas funcionais de negócio; (ii) treinamentos periódicos de todos os colaboradores e/ou das áreas e cargos mais suscetíveis aos riscos mapeado; (iii) adoção e acompanhamento de indicadores de monitoramento de riscos; (iv) detecção, por meio da institucionalização de canais de denúncias, de mecanismos de verificação de compliance; e de outros mecanismos de reporte

de preocupações; (iv) instituição de comitês, tais como: Disciplinar, de Integridade, de Avaliação de Operações Atípicas, de avaliação e resposta a incidentes e também de aplicação de políticas de consequências; e (v) monitoramento contínuo, a Companhia reavalia os riscos aos quais está exposta e revisa suas políticas e procedimentos internos sempre que necessário, implantando, sempre que requerido, mecanismos e instrumentos de monitoramento e controle. Em complemento, a Companhia realiza trabalhos de conscientização e divulgação, sobre a importância e a finalidade de tais mecanismos e procedimentos de integridade.

(ii) A estrutura organizacional envolvida no monitoramento do funcionamento e da eficiência dos mecanismos e procedimentos internos de integridade, indicando suas atribuições, se sua criação foi formalmente aprovada, órgãos do emissor a que se reportam, e os mecanismos de garantia da independência de seus dirigentes, se existentes

A Companhia possui uma Diretoria de Compliance, Integridade e PLD, área independente e dedicada às funções e atribuições de compliance, cuja criação foi aprovada pelo Conselho de Administração. A área é responsável pela implantação dos principais instrumentos/ mecanismos e procedimentos que devem assegurar a conformidade das operações e, também, o monitoramento do funcionamento eficiente do Programa de Integridade. Tal área possui autonomia de recursos materiais e humanos e tem acesso e reporte direto para a Alta Administração. A Companhia possui também o Comitê de Integridade.

Ademais, o Conselho Administração, por intermédio do Comitê de Auditoria, Riscos e Compliance, e Auditoria Corporativa supervisionam, avaliam e controlam se as metas do Programa de Integridade estão sendo cumpridas.

(iii) Código de ética ou de conduta:

A Companhia adota um Código de Ética e Conduta ("Código"), aprovado pela Alta Administração, que apresenta seu propósito, sua visão e seus valores. O Código define as diretrizes de comportamento esperado por parte de seus colaboradores e parceiros, o papel e as responsabilidades da liderança, diretrizes de relacionamento com fornecedores e clientes. A Companhia também reforça as condutas não toleradas em qualquer circunstância, denominados "Inegociáveis".

As disposições do Código se aplicam, irrestritamente, a todos os colaboradores, acionistas, fornecedores e parceiros da Companhia. Os preceitos estabelecidos devem ser observados por todos, em todas as relações profissionais mantidas com clientes, fornecedores, parceiros e agentes governamentais e/ou quaisquer terceiros.

Em caso de violações ao Código, a Política de Consequências prevê a adoção de medidas disciplinares, que consideram desde advertência verbal até a demissão por justa causa, não excluindo, quando cabível, a adoção de medidas judiciais, por meio de processos civis e/ou criminais. No caso de violação de leis, há previsão de cooperação total da Companhia com as autoridades competentes.

O aceite ao Código de Ética e Conduta é registrado por meio da ferramenta de assinatura eletrônica "E-aceite" e renovado anualmente ou sempre que há alterações no documento. Além disso, o Código de Ética e Conduta é disponibilizado eletronicamente para todos os colaboradores, diretores, conselheiros fiscais, conselheiros de administração, terceiros, fornecedores e prestadores de serviços da Companhia, no principal canal de comunicação interna e no website.

Adicionalmente, para disseminar a cultura e compromisso com a ética, é prática da área de Integridade, Compliance e PLD ministrar treinamentos periódicos e realizar a comunicação

contínua, relacionados à ética, integridade e a prática anticorrupção, para alta direção e demais colaboradores, por meio de módulos presenciais, nos ritos de comunhão seminários e e- learning.

(b) canal de denúncias

A Companhia conta com canal confidencial e independente para recebimento de eventuais denúncias, o qual visa assegurar que os colaboradores e terceiros sejam ouvidos de forma sigilosa e tenham o seu anonimato assegurado. Tal canal reforça a cultura de transparência e a de proteção do denunciante.

O canal de denúncias independente é administrado por empresa especializada, e as informações captadas são direcionadas para a área de tratamento pertinente. A aplicação de sanções e medidas de consequências é realizada pelo Comitê Disciplinar. O canal de denúncias pode ser utilizado tanto pelos colaboradores quanto por terceiros, e possibilita que o denunciante acompanhe o andamento dos trabalhos e investigação de forma transparente e responsável.

O canal de denúncia da Companhia pode ser acessado por:

- e-mail (magazineluiza@canalconfidencial.com.br),
- callcenter (pelo telefone 0800 792 1007) ou
- pelo site (disquedenunciamagazineluiza.com), estando disponíveis para pessoas físicas ou jurídicas, públicas ou privadas, internas ou externas.

¹ Reunião semanal com toda a equipe, que tem como finalidade alinhar estratégias, ver resultados da semana, e promover a interação /confraternização entre os colaboradores das diferentes áreas.

(c) número de casos confirmados nos últimos 3 (três) exercícios sociais de desvios, fraudes, irregularidades e atos ilícitos praticados contra a administração pública e medidas corretivas adotadas

Não houve casos, nos últimos 3(três) exercícios sociais, de desvios, fraudes, irregularidades ou qualquer ato ilícito praticado contra a administração pública.

(d) razões pelas quais o emissor não adotou regras, políticas, procedimentos ou práticas para prevenção, detecção e remediação de fraudes e ilícitos praticados contra a administração pública

Não aplicável.

Em 2024, a Política de Gestão de Riscos foi revisada para contemplar, principalmente, alterações nos critérios de avaliação da severidade dos riscos, trazendo aspectos mais quantitativos para impacto financeiro. A revisão também abarcou atribuições e responsabilidades para áreas que gerenciam riscos específicos, como Lavagem de Dinheiro e Dados Pessoais.

Neste contexto, a Companhia aperfeiçoa continuamente sua estrutura, seus processos e controles internos (inclusive de monitoramento), visando mitigar a sua exposição aos principais riscos a que está exposta. Os agentes de governança - Conselho de Administração e seus Comitês de Assessoramento, com suporte da estrutura de Auditoria Corporativa, área de Compliance, Integridade e PLD, área de Gestão de Riscos, bem como dos demais órgãos descritos no item 5.1 deste Formulário de Referência - têm atuado de forma efetiva no monitoramento dos principais riscos do negócio da Companhia em todos os níveis organizacionais.

Não há, atualmente, expectativas com relação à redução ou ao aumento relevante na exposição aos principais riscos descritos na seção 4.1 deste Formulário de Referência, dadas as premissas e objetivos atuais de negócio da Companhia.

Não há outras informações que julguemos relevantes em relação a esta Seção 5.