

COMUNICADO AO MERCADO

MAGAZINE LUIZA S.A.

Companhia Aberta
CNPJ/MF nº 47.960.950/0001-21
NIRE 35.3.0010481.1
Código B3: MGLU3

MAGAZINE LUIZA S.A. (“Companhia”), em atendimento ao Ofício nº 233/2026/CVM/SEP/GEA-2, de 16 de outubro de 2026, cuja cópia segue anexa (“Ofício”), por meio do qual foi solicitada manifestação da Companhia a respeito da notícia veiculada em 15 de outubro de 2026 no portal do jornal Valor Econômico, intitulada “Magalu avança em marketplaces e faz parceria para vender na Shopee” (“**Notícia**”), presta os seguintes esclarecimentos

A parceria comercial celebrada entre a Companhia, a Kabum S.A. e a Shopee constitui mais uma iniciativa de implantação da estratégia comercial da Companhia de ampliação de seu alcance no ambiente on-line por meio de parcerias com plataformas de terceiros — estratégia já em execução e previamente divulgada ao mercado —, de modo que a referência, na Notícia, às parcerias com Amazon, Mercado Livre e, agora, Shopee, e à concentração de esforços em seu desenvolvimento, inclusive a afirmação de que a Companhia teria encerrado, “por ora”, parcerias do tipo, representa a execução dessa estratégia e não alteração de seu direcionamento. Tal afirmação reflete a priorização operacional corrente da Companhia, de concentrar esforços na maturação das parcerias já celebradas, podendo ser revista a qualquer tempo.

Quando da celebração da parceria com a Shopee, a administração da Companhia avaliou a natureza, as características e os potenciais efeitos da iniciativa e concluiu que ela não possuía aptidão para influir de modo ponderável (i) na cotação dos valores mobiliários de emissão da Companhia ou a eles referenciados; (ii) na decisão dos investidores de comprar, vender ou manter tais valores mobiliários; ou (iii) na decisão dos investidores de exercer quaisquer direitos inerentes à condição de titular desses valores mobiliários, não se caracterizando, portanto, como ato ou fato relevante nos termos do artigo 2º da Resolução CVM nº 44/21, considerando, em particular, que (a) constitui mais uma etapa de execução de estratégia comercial previamente divulgada ao mercado e já implantada por meio de outras plataformas de terceiros, inclusive Amazon e Mercado Livre, de modo que a adesão a uma nova plataforma, no contexto dessa estratégia já conhecida, não agrega ao mercado informação nova apta a alterar a avaliação dos investidores; (b) trata-se de contrato comercial não exclusivo, celebrado em condições usuais de mercado, sem investimentos relevantes ou compromissos de volume mínimo; e (c) sua celebração, por si só, não permitia antecipar volume de vendas, receita, resultado incremental ou qualquer outro impacto econômico-financeiro que pudesse ser individualmente mensurado de forma confiável ou considerado material para a Companhia.

A estratégia na qual se insere a parceria com a Shopee foi expressamente divulgada pela Companhia anteriormente à sua celebração, em particular na Apresentação de Resultados do 2T26, disponibilizada no Sistema Empresas.NET em 07 de agosto de 2026 (slides 3, 7 e 8). Adicionalmente, em 3 de setembro de 2026, em resposta ao Ofício nº 197/2026/CVM/SEP/GEA-2, a Companhia divulgou Comunicado ao Mercado esclarecendo que a parceria então celebrada com o Mercado Livre constituía mais uma iniciativa de implantação dessa mesma estratégia, já em execução por meio de outras plataformas de terceiros, incluindo a Amazon.

Quanto às declarações atribuídas ao Diretor Vice-Presidente de Operações acerca do aumento das vendas on-line observado em setembro e outubro de 2026, do potencial crescimento das vendas on-line no quarto trimestre de 2026 e ao longo de 2027 e da potencial exposição a novos clientes, estas traduzem percepções e expectativas de caráter qualitativo, como consequência à execução da estratégia já divulgada, cercadas de incertezas e dependentes de premissas que podem ou não se materializar, não tendo sido acompanhadas de estimativa quantitativa de vendas, receita, resultado ou de qualquer outro indicador econômico-financeiro, e não constituem

projeção, orientação (*guidance*), compromisso ou garantia de desempenho futuro. As vendas on-line representam apenas um dos canais de vendas da Companhia, e sua evolução em determinado período não permite, isoladamente, inferir o desempenho consolidado de receita, margens ou resultado. A Companhia esclarece que não divulga projeções e estimativas, conforme a seção 3 de seu Formulário de Referência, e que seus resultados do terceiro trimestre de 2026 serão divulgados em 10 de novembro de 2026, conforme seu calendário de eventos corporativos.

Pelas razões expostas, a Companhia reafirma seu entendimento de que a parceria com a Shopee não configura ato ou fato relevante, nos termos da Resolução CVM nº 44/21, e reitera seu compromisso com a observância da regulamentação aplicável e de sua Política de Divulgação de Ato ou Fato Relevante, mantendo o mercado informado sobre qualquer fato relevante que venha a ocorrer. Adicionalmente, as declarações contidas neste Comunicado ao Mercado e na Notícia relativas a perspectivas de negócios e expectativas de crescimento constituem declarações prospectivas, baseadas em premissas e expectativas atuais da administração, estando sujeitas a riscos e incertezas, inclusive de natureza macroeconômica, concorrencial e operacional, e não constituem garantia de desempenho futuro.

Por fim, em atendimento ao artigo 4º, parágrafo único, da Resolução CVM nº 44/21, a Companhia inquiriu seus administradores e acionistas controladores, os quais informaram não ter conhecimento de informações que devam ser divulgadas ao mercado sobre o tema.

A Companhia acredita ter prestado os esclarecimentos solicitados e permanece à disposição da CVM para quaisquer informações adicionais que se façam necessárias.

São Paulo, 19 de outubro de 2026.

Roberto Bellissimo Rodrigues
Diretor Financeiro e de Relações com Investidores



COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS

Rua Sete de Setembro, 111/2-5º e 23-34º Andares, Centro, Rio de Janeiro/RJ – CEP: 20050-901 – Brasil - Tel.: (21) 3554-8686
Rua Cincinato Braga, 340/2º, 3º e 4º Andares, Bela Vista, São Paulo/ SP – CEP: 01333-010 – Brasil - Tel.: (11) 2146-2000
SCN Q.02 – Bl. A – Ed. Corporate Financial Center, S.404/4º Andar, Brasília/DF – CEP: 70712-900 – Brasil -Tel.: (61) 3327-2030/2031
www.cvm.gov.br

Ofício nº 233/2026/CVM/SEP/GEA-2

Rio de Janeiro, 16 de outubro de 2026.

Ao Senhor

Roberto Bellissimo Rodrigues

Diretor de Relações com Investidores da

Magazine Luiza S.A

E-mail: ri@magazineluiza.com.br

C/C: Superintendência de Listagem e Supervisão de Emissores da B3 S.A. - Brasil, Bolsa, Balcão

E-mails: emissores@b3.com.br; ana.pereira@b3.com.br; ana.zane@b3.com.br;
diane.freo@b3.com.br

Assunto: **Solicitação de esclarecimentos - Notícia divulgada na mídia.**

Senhor Diretor,

1. Fazemos referência à notícia veiculada na página do jornal *Valor Econômico* na rede mundial de computadores em 15/10/2026, intitulada "*Magalu avança em marketplaces e faz parceria para vender na Shopee*", contendo as seguintes informações:

O Grupo Magalu vai começar a vender produtos do portfólio da varejista Magazine Luiza e da plataforma de e-commerce KaBuM!, duas de suas marcas, no marketplace da Shopee a partir desta quinta-feira (15). A parceria entre o grupo brasileiro e a plataforma de comércio eletrônico asiática amplia a lista de iniciativas que o Magalu tem tomado para ampliar a presença em marketplaces de parceiros, reduzir a dependência apenas de canais próprios e aumentar as vendas on-line.

A última parceria do tipo foi feita com o Mercado Livre, no mês passado, mas o grupo já havia firmado tratativas similares com Amazon, AliExpress, Americanas, Itaú Shop e Livelo. Assim como nestes acordos anteriores, toda a operação de entrega de produtos do grupo na Shopee será feita pelo Magalog, o operador logístico independente da companhia que ao mesmo tempo atende cerca de 100 clientes externos.

“Neste ano, tomamos a decisão de entrar na Amazon, no Mercado Livre e, agora, também na Shopee, que são as três principais plataformas no país junto com o Magalu”, disse ao Valor Fabrício Garcia, vice-presidente comercial e operacional do Magalu. “Encerramos, por ora, parcerias do tipo e, agora, vamos fazer essas três parcerias andarem bastante.”

Atualmente, a Shopee é acessada mensalmente por cerca de 90 milhões de consumidores no Brasil, que a partir de agora vão poder comprar produtos nas lojas oficiais da Magazine Luiza e da KaBuM! no próprio canal da asiática. O Magalu disse que vai pagar uma comissão sobre essas vendas.

“Estamos performando bem em loja física e queríamos voltar a crescer no on-line. Essas parcerias foram a forma que vimos de fazer isso”, disse o executivo. O grupo não abre números do desempenho dos acordos firmados até o momento, mas disse que já viu aumento nas vendas on-line em setembro e em outubro. “Tenho certeza que vamos crescer a venda on-line no trimestre em que estamos [o quarto], depois de uns dois anos sem crescimento, e esperamos continuar crescendo ao longo do ano que vem”, disse Garcia.

A economia com o custo de atrair clientes para o próprio canal é um ponto de interesse. O Magalu disse que o investimento em mídia paga subiu e encareceu vendas diretas. “O custo do clique cresceu muito, por isso decidimos fazer parcerias com plataformas que têm mais tráfego, que são complementares à nossa e que não vão nos canibalizar muito, já que vai ser uma venda para um público que não seria atingido no nosso canal próprio.”

A empresa estima que três quartos dos clientes que comprem seus produtos no Mercado Livre e na Amazon sejam novos consumidores do grupo.

Na nova parceria, serão vendidos na Shopee produtos do segmento de bens duráveis da Magazine Luiza, como eletroeletrônicos e móveis, além de jogos de videogames e produtos de informática da KaBuM!, segmento pelo qual a plataforma de e-commerce do Magalu é conhecida.

Garcia disse que soluções de vendas em redes sociais (“social commerce”) da asiática, como o Shopee Lives, o Shopee Vídeos e o alcance entre criadores e afiliados no país, é um dos benefícios que o grupo espera acessar. “A Shopee tem uma operação bastante focada nos influenciadores, e vamos, com certeza, nos beneficiar deles. Não é só tráfego orgânico, tem também os influenciadores que trazem tráfego para a plataforma.”

O grupo também está de olho em práticas promocionais tradicionais da Shopee. A campanha de datas duplas, modelo no qual a asiática promove eventos promocionais nas datas em que o número do dia e do mês coincidem, é uma delas. “Nossa expectativa para o final do ano é muito boa, porque vem a fase mais promocional do ano, com ‘Black Friday’, datas duplas como o 11 de novembro, que é muito forte, e depois tem o Natal”, completou Garcia.

No lado da asiática, a chegada do Magalu deve aumentar a presença de produtos com tickets maiores dentro da plataforma, conhecida pela presença daqueles menores. E também deve aumentar ainda mais a proporção de vendas feitas por brasileiros dentro da plataforma. Atualmente, 95% das vendas na Shopee são geradas por vendedores do Brasil, primeiro país fora da Ásia onde a asiática chegou, em 2019.

[grifos nossos]

2. A propósito do conteúdo da notícia, em especial dos trechos destacados, requeremos a manifestação de V.S^a sobre a veracidade das informações prestadas na notícia, e, caso afirmativo, solicitamos esclarecimentos adicionais a respeito do assunto, bem como informar os motivos pelos quais entendeu não se tratar o assunto de Fato Relevante, nos termos da Resolução CVM nº 44/21.
3. Também deverá ser informado em que documentos já protocolados no Sistema Empresas.NET constam informações sobre o assunto.

4. Tal manifestação deverá incluir cópia deste Ofício e ser encaminhada por meio do Sistema Empresas.NET, categoria “Comunicado ao Mercado”, tipo “Esclarecimentos sobre questionamentos da CVM/B3”. O atendimento à presente solicitação de manifestação por meio de Comunicado ao Mercado não exime a eventual apuração de responsabilidade pela não divulgação tempestiva de Fato Relevante, nos termos da Resolução CVM nº 44/21.

5. Ressaltamos que, nos termos do artigo 3º da Resolução CVM nº 44/21, cumpre ao Diretor de Relações com Investidores divulgar e comunicar à CVM e, se for o caso, à bolsa de valores e entidade do mercado de balcão organizado em que os valores mobiliários de emissão da companhia sejam admitidos à negociação, qualquer ato ou fato relevante ocorrido ou relacionado aos seus negócios, bem como zelar por sua ampla e imediata disseminação, simultaneamente em todos os mercados em que tais valores mobiliários sejam admitidos à negociação.

6. Lembramos ainda da obrigação disposta no parágrafo único do artigo 4º da Resolução CVM nº 44/21, de inquirir os administradores e acionistas controladores da Companhia, bem como todas as demais pessoas com acesso a atos ou fatos relevantes, com o objetivo de averiguar se estas têm conhecimento de informações que devam ser divulgadas ao mercado.

7. Nos termos do parágrafo único do artigo 6º da Resolução CVM nº 44/21, é dever dos acionistas controladores ou administradores da companhia aberta, diretamente ou através do Diretor de Relações com Investidores, divulgar imediatamente o ato ou fato relevante pendente de divulgação, na hipótese de a informação escapar ao controle ou se ocorrer oscilação atípica na cotação, preço ou quantidade negociada dos valores mobiliários de emissão da companhia aberta ou a eles referenciados. Assim sendo, em havendo o vazamento da informação relevante (sua divulgação por meio de um veículo de imprensa, por exemplo), o Fato Relevante tem de ser divulgado, independentemente do fato de a informação ser ou não originária de manifestações de representantes da Companhia.

8. Conforme orienta o Ofício Circular/Anual-2026-CVM/SEP, *"a CVM vem entendendo que, na hipótese de vazamento da informação ou se os papéis de emissão da companhia oscilarem atipicamente, o fato relevante deve ser imediatamente divulgado, ainda que a informação se refira a operações em negociação (não concluídas), tratativas iniciais, estudos de viabilidade ou até mesmo à mera intenção de realização do negócio (vide julgamento do Processo CVM nº RJ2006/5928 e do PAS CVM nº 24/05)"* (grifos nossos).

9. Além disso, uma vez que se constate a veiculação de notícia na imprensa envolvendo informação ainda não divulgada pelo emissor, por meio do Sistema Empresas.NET, ou a veiculação de notícia que acrescente fato novo sobre uma informação já divulgada, compete à administração da companhia e, em especial, ao seu DRI analisar o potencial de impacto da notícia sobre as negociações e, se for o caso, manifestar-se de forma imediata sobre as referidas notícias, por meio do Sistema Empresas.NET, e não somente após recebimento de questionamento da CVM ou da B3.

10. Destacamos também que o artigo 8º da Resolução CVM nº 44/21 dispõe que cumpre aos acionistas controladores, diretores, membros do conselho de administração, do conselho fiscal e de quaisquer órgãos com funções técnicas ou consultivas, criados por disposição estatutária, e empregados da companhia, guardar sigilo das informações relativas a ato ou fato relevante às quais tenham acesso privilegiado em razão do cargo ou posição que ocupam, até sua divulgação ao mercado, bem como zelar para que subordinados e terceiros de sua confiança também o façam, respondendo solidariamente com estes na hipótese de descumprimento.

11. De ordem da Superintendência de Relações com Empresas, alertamos que caberá a esta autoridade administrativa, no uso de suas atribuições legais e, com fundamento no inciso II, do art. 9º, da Lei nº 6.385/76, e no art. 7º, combinado com o art. 8º, da Resolução CVM nº 47/21, determinar a aplicação de multa cominatória, sem prejuízo de outras sanções administrativas, no valor de R\$ 1.000,00 (mil reais), pelo não cumprimento das exigências formuladas, **até o dia 19 de outubro de 2026.**

Atenciosamente,



Documento assinado eletronicamente por **Moises Washington de Oliveira, Inspetor Federal do Mercado de Capitais**, em 16/10/2026, às 14:43, com fundamento no art. 6º do Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015.



Documento assinado eletronicamente por **Fernando D'Ambros Lucchesi, Gerente Substituto**, em 16/10/2026, às 14:46, com fundamento no art. 6º do Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site https://sei.cvm.gov.br/conferir_autenticidade, informando o código verificador **2861466** e o código CRC **AE983DAC**.
*This document's authenticity can be verified by accessing https://sei.cvm.gov.br/conferir_autenticidade, and typing the "Código Verificador" **2861466** and the "Código CRC" **AE983DAC**.*