

| MENSAGEM DA DIRETORIA

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Luizacred e os Novos Serviços do Ecossistema Magalu

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

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

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

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

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

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

O Futuro Começou

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

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

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

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

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

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

A DIRETORIA

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Destaques Financeiros de 2024



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



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



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



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



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



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



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

O Magalu é a maior plataforma de varejo multicanal do Brasil e oferece um amplo sortimento de produtos e serviços para brasileiros de todas as classes, com a entrega mais rápida e a melhor experiência de compra – seja nas lojas, no site ou no seu aplicativo, que possui cerca de 54 milhões de usuários ativos mensais. A Companhia possui uma forte presença geográfica, com 21 centros de distribuição e 175 *cross-dockings* estrategicamente localizados, além de 1.245 lojas distribuídas em 20 estados do país. Em 31 de dezembro de 2024, a Companhia contava com mais de 35 milhões de clientes ativos.

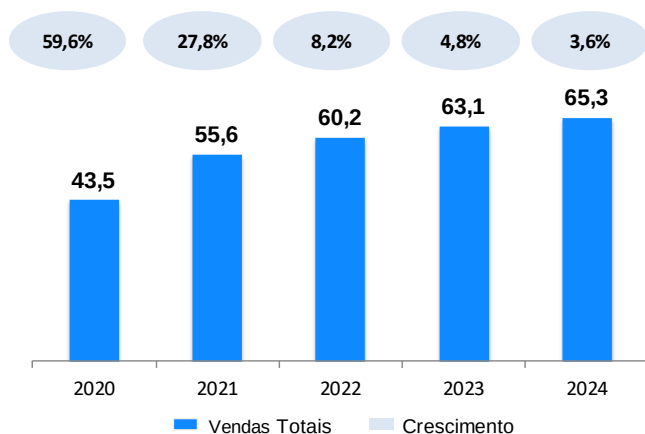
DESEMPENHO FINANCEIRO CONSOLIDADO

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

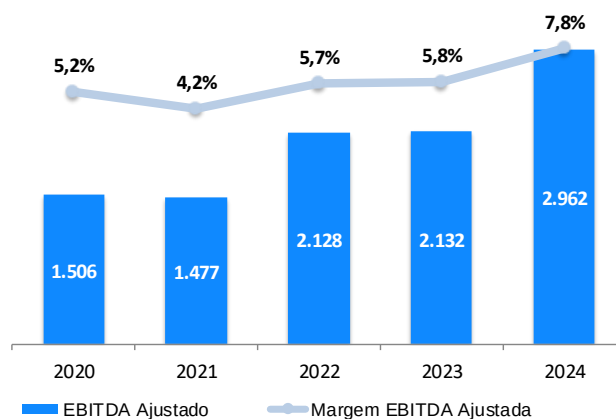
DRE CONSOLIDADO (em R\$ milhões)	12M24	12M24 Ajustado	AV	12M23 Ajustado	AV	Var(%)
Receita Bruta	47.277,0	47.277,0	124,3%	45.591,0	124,0%	3,7%
Impostos e Cancelamentos	(9.239,0)	(9.239,0)	-24,3%	(8.822,8)	-24,0%	4,7%
Receita Líquida	38.038,1	38.038,1	100,0%	36.768,1	100,0%	3,5%
Custo Total	(26.410,8)	(26.410,8)	-69,4%	(26.018,0)	-70,8%	1,5%
Lucro Bruto	11.627,3	11.627,3	30,6%	10.750,1	29,2%	8,2%
Despesas com Vendas	(7.131,6)	(7.131,6)	-18,7%	(7.002,1)	-19,0%	1,8%
Despesas Gerais e Administrativas	(1.373,7)	(1.373,7)	-3,6%	(1.335,2)	-3,6%	2,9%
Perda em Liquidação Duvidosa	(452,7)	(452,7)	-1,2%	(386,2)	-1,1%	17,2%
Outras Receitas Operacionais, Líq.	78,0	144,5	0,4%	124,1	0,3%	16,4%
Equivalência Patrimonial	148,5	148,5	0,4%	(19,0)	-0,1%	-
Total de Despesas Operacionais	(8.731,5)	(8.665,0)	-22,8%	(8.618,3)	-23,4%	0,5%
EBITDA	2.895,7	2.962,2	7,8%	2.131,8	5,8%	39,0%
Depreciação e Amortização	(1.333,3)	(1.293,1)	-3,4%	(1.242,7)	-3,4%	4,1%
EBIT	1.562,4	1.669,2	4,4%	889,1	2,4%	87,7%
Resultado Financeiro	(1.475,0)	(1.534,5)	-4,0%	(2.058,3)	-5,6%	-25,4%
Lucro Operacional	87,4	134,6	0,4%	(1.169,2)	-3,2%	-
IR / CS	361,3	142,1	0,4%	619,1	1,7%	-77,1%
Lucro Líquido	448,7	276,7	0,7%	(550,1)	-1,5%	-
Vendas Totais Varejo¹	65.330,9	65.330,9	-	63.056,3	-	3,6%
Crescimento nas Vendas Mesmas Lojas Físicas	11,7%	11,7%	-	4,7%	-	-
Crescimento nas Vendas Totais Lojas Físicas	10,1%	10,1%	-	4,0%	-	-
Crescimento nas Vendas E-commerce (1P)	-0,4%	-0,4%	-	-1,3%	-	-
Crescimento nas Vendas Marketplace (3P)	3,4%	3,4%	-	16,8%	-	-
Crescimento nas Vendas E-commerce Total	1,1%	1,1%	-	5,1%	-	-
Participação E-commerce Total nas Vendas Totais	70,6%	70,6%	-	72,3%	-	-1,7 pp
Quantidade de Lojas - Final do Período	1.245	1.245	-	1.286	-	-41 lojas
Área de Vendas - Final do Período (M²)	686.976	686.976	-	716.298	-	-4,1%

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

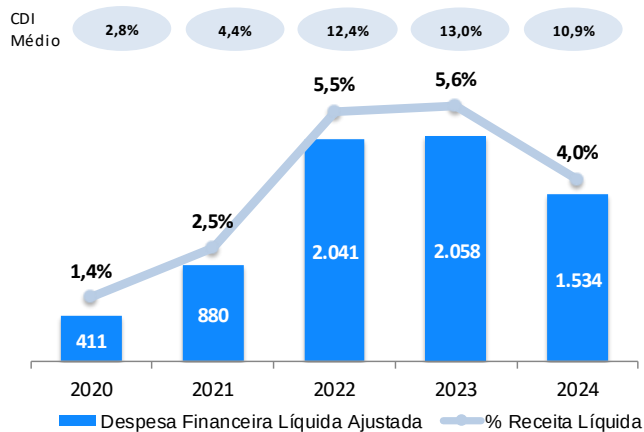
Evolução de Vendas Totais (R\$ bilhões)



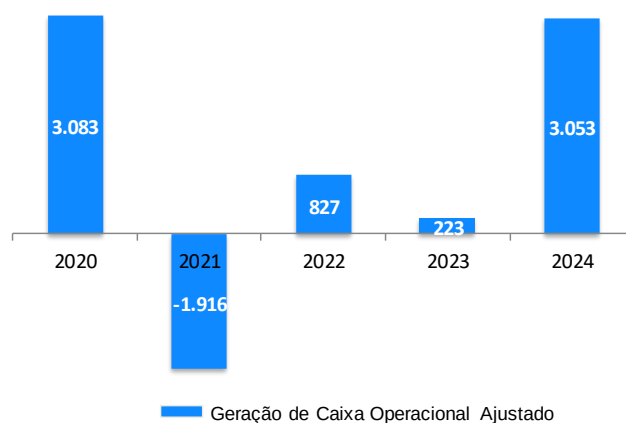
Evolução do EBITDA Ajustado (R\$ milhões)



Despesa Financeira Líquida Ajustada (R\$ milhões)



Evolução Geração de Caixa Operacional Ajustada (R\$ milhões)



| DECLARAÇÃO DOS DIRETORES

Em cumprimento às disposições constantes no artigo 25 da Instrução CVM 480, os Diretores da Companhia declaram que discutiram, revisaram e concordaram com as opiniões expressas no relatório de auditoria da Ernst & Young Auditores Independentes S.S., emitido em 13 de março de 2025, com as demonstrações financeiras relativas ao exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2024.

| RELACIONAMENTO COM OS AUDITORES INDEPENDENTES

Informamos que a Companhia e suas controladas e controladas em conjunto adotam como procedimento formal consultar os auditores independentes Ernst & Young Auditores Independentes S.S. (EY), no sentido de assegurar-se de que a realização da prestação de outros serviços não venha afetar sua independência e objetividade necessária ao desempenho dos serviços de auditoria independente. A política da Companhia na contratação de serviços de auditores independentes assegura que não haja conflito de interesses, perda de independência ou objetividade.

| AGRADECIMENTOS

Queremos agradecer, nesta oportunidade, a todos nossos clientes, colaboradores, acionistas, fornecedores, parceiros e a comunidade em geral pela confiança e parceria ao longo do ano de 2024.

São Paulo, 13 de março de 2025.

A Diretoria

MESSAGE FROM THE EXECUTIVE DIRECTORS

The year 2025 will mark the conclusion of Magalu's current strategic cycle, a period of profound transformation that began in 2021, focused on building and consolidating a powerful business ecosystem. It is time, therefore, to take stock of the results achieved during this cycle and to point out what lies ahead. Our ecosystem concept, a business network based on interconnection, intensive use of technology, multichannel and a unique culture - was developed with a clear purpose: to shield the Company from adverse macroeconomic effects. By expanding our product and service offerings — through the acquisition of companies such as Netshoes, KaBuM!, and Hub Fintech, and the creation of Magalog, Magalubank, Magalu Ads and Magalu Cloud — we diversify our revenue sources and enhance our resilience to external instabilities.

We are heading towards the end of a transformational cycle, and the 2024 results reported herein, evidence how successful this process has been so far.

In December—amid a high and rising interest rate environment—we completed five consecutive quarters of profitable operations. In 2024 to date, profit reached R\$277 million. We ended 2024 with an EBITDA of R\$3 billion – up 39% from the previous year. Magalu's EBITDA margin reached 7.8% in 2024, 2 percentage points higher than in 2023. The Company's operating income, before taxes, advanced more than R\$1.3 billion in 2024, directly reflecting a notable improvement in operating results and a reduction of more than 25% in financial expenses.

These results were combined with an operating cash flow generation of R\$3 billion in 2024, with a conversion of 100% of EBITDA. In 2024, gross debt declined by nearly R\$3 billion. At the year-end, Magalu's cash totaled R\$8 billion, while net cash reached R\$3.3 billion in December – an advance of R\$1.6 billion within 12 months.

This occurred during a period of significant monetary tightening, characterized by frequent interest rate increases and restrictions on credit, a scenario that could be particularly challenging for a leading durable goods retailer. The double-digit Selic interest rate was our great litmus test. The figures reported in this 2024 balance sheet clearly evidence our ability to successfully navigate this headwind.

The surge in interest rates has profound implications for the ecosystem consolidation cycle, akin to the impact of the pandemic on our digitalization process, which commenced in 2016 and culminated in 2020. During that year of tragic pandemic, we were compelled to close all our physical stores. Despite these circumstances, in 2020, the Company achieved unprecedented results, solidifying Magalu's status as a thriving digital enterprise.

In the process of consolidating our ecosystem, we reinforced our belief in a unique competitive advantage: multichannel capabilities. We aim to replicate the experience customers have at Magalu and the benefits our physical stores provide across all our brands. Therefore, a key milestone in 2024 and this final phase of the cycle is to establish a physical presence within our business ecosystem. We recently inaugurated outlet stores for KaBuM! and Netshoes, and by midyear, we will open a concept store in the Conjunto Nacional in São Paulo's Avenida Paulista. This store will feature all our retail brands: Magalu, Netshoes, KaBuM!, Época Cosméticos, and Estante Virtual.

Our business is anchored in a physical space, which we use to generate revenue, reduce costs, and promote consumer relationships, as a lever for our digital platform, the center of our business model. We are continually strengthening the foundations of this model. Over the past decade, bolstered by multichannel, digital sales have grown exponentially, from R\$2 billion to R\$46 billion, and will remain as a major driver of revenue for the Company. Our platform caters to a diverse customer base, offering a wide range of products. In 2024, Magalu's total sales reached R\$65 billion, with more than 70% of these sales originating from digital platforms. Our 1P (own inventory) recorded R\$27 billion in sales for the year, with significant operating margin gains.

The marketplace accounted for 40% of our online sales, and Magalu's 3P Fulfillment doubled in size compared to 2023, reaching 24% of orders. In July, we entered into a groundbreaking partnership with AliExpress for cross-border product sales on Magalu. This initiative significantly expanded the availability of low-ticket items on our platform, sold by Chinese sellers from Alibaba. At the same time, we began offering our own assortment (1P) on AliExpress' digital channels in Brazil, further strengthening our market presence.

And, in further evidence of the importance of multichannel for our business model, physical stores advanced 12% in the same-store sales (SSS) concept, leading to new market share gains.

The significance of financial results is magnified by the progress achieved in enhancing customer experience during the period. During the 'Encanta Magalu' year, the Corporate NPS attained 77 points in the fourth quarter, the highest level ever recorded by the Company for the period. This outcome is primarily attributable to the enhancement of marketplace service standards, which led to an increase of 14 points in the 3P's NPS in the quarter.

Luizacred and Magalu Ecosystem New Services

The year 2024 revealed significant advances in Luizacred's results. The operation's annual net income reached R\$295 million, reversing the R\$98 million loss recorded in 2023. Annualized ROE (Return on Equity) reached 31% in 4Q24. The quality of the portfolio continues to evolve consistently: in December, the short-term NPL was 2.7% and the long-term NPL was 8.1%, down 0.4 p.p. and 1.7 p.p. from 2023, respectively. In the last three months of the year, Luizacred's loan portfolio grew again, albeit conservative approval criteria.

Strategic verticals, such as Luizacred, and the ecosystem's other businesses have been paramount to expanding the Company's margins - the management's main directive at present. Making a profit remains Magalu's financial priority, and offering services linked to the ecosystem has been fundamental to achieving our goals.

In addition to Luizacred's notable advancement of results, Magalubank has made significant strides in Direct Consumer Credit (CDC), particularly in the e-commerce with the rollout of the CDC Digital. The recent approval by the Brazilian Central Bank of Magalu's new finance company, Magalupay SCFI, paves the way for an enhanced and profitable CDC operation, both fiscally and in terms of funding costs. Magalupay SCFI also facilitates the introduction of new services, such as seller loans and investment options (interest-bearing balances) for digital account holders.

In the second half of 2024, Magalu Ads recorded key milestones in its growth and innovation journey. In October, substantial advancements were made to the Sponsored Products Platform and Display, impacting three key areas: (1) enhancements to the platform's algorithm, performance, and user experience; (2) the initiation of a self-service model for large customers; and (3) the refinement of the Display product.

Magalu Ads demonstrated remarkable growth, with an 103% revenue increase in 2024. Notably, the fourth quarter saw a significant rise of 220% compared to the previous year. The number of single advertisers classified as key accounts recorded an average growth of 15% throughout the year, 20% in the last quarter.

Magalu Cloud's initial product release occurred in 2024, accounting for nearly 40% of Magalu's own workloads. This has led to a substantial reduction in the technological infrastructure costs of our ecosystem. Currently, the solution is being utilized by nearly 300 external customers, especially designed to meet the demands of small and medium-sized Brazilian enterprises. As the era of artificial intelligence progresses and impacts businesses across various sectors, the strategic importance of Magalu Cloud will become increasingly evident.

The Future Has Begun

Our operation has always evolved in response to the rapid advancements in technology. Initially, it was the internet, followed by mobile technology. Now, we are preparing Magalu for the commencement of its next strategic cycle: AI-commerce, in which artificial intelligence and Lu, with a new brain designed as a powerful sales engine, will play a pivotal role.

To adapt to this new momentum, in which software, algorithms, and artificial intelligence models are increasingly decisive in the management process, we recently reorganized our structure. André Fatala, an executive who over the last 15 years has been one of the pillars of Magalu's digitalization, will now head the Platform and Business areas in a centralized manner. The marketplace, marketing, ads, technology, and cloud areas are currently under Fatala's vice-presidency. These areas' integration underscores our unwavering commitment to the power of revolution that lies ahead. With this restructuring, Magalu now relies on two strategic vice-presidencies: (i) Platforms and (ii) Retail, Physical Stores and Logistics, led by Fabrício Garcia.

The Platforms vice-presidency has also been reinforced with two new hires. Ricardo Garrido, who headed Amazon's marketplace in Brazil for the past years, is now in charge of Magalu's 3P operation, responsible for the commercial marketplace, seller development, advanced analytics and Magalu Entregas. Garrido also joins the Company's technology team focused on the Magalu platform. Marielle Paiva, who has worked at Banco Neon and Red Ventures, has taken over the newly created Growth board. Marielle will now be responsible for increasing the ecosystem's customer base and optimizing marketing and conversion investments.

These changes to our structure are taking place in the year of 'Converte Magalu.' In 2025, our focus will be on expediting the platform's sales conversion - and the merger of the technology and business areas will further boost this movement. We will work to generate more sales from our current structure and investments, optimizing each stage of the conversion funnel. The priority will be to turn the volume of visits to the platform into actual transactions, increasing current traffic's monetization.

As in life, a company's cycles overlap. While we work to consolidate our ecosystem, we are preparing for Magalu's new phase, a cycle to be based on artificial intelligence. The advent of IA-commerce portends a new era in the world of retail. We are preparing for this transformation with our characteristic enthusiasm.

We would like to thank our customers, employees, sellers, suppliers, and shareholders for another year of partnership and trust. Together, we are building the future.

EXECUTIVE MANAGEMENT TEAM

2024: EBITDA of R\$ 3.0 Billion, with 7.8% margin

R\$277 million in recurrent net income

Operational cash generation of R\$ 3.1 Billion and Total cash position of R\$7.9 Billion

MGLU
B3 LISTED NM

Magalu's total sales reached **R\$65 billion in 2024**, 4% higher than 2023.

In 2024, physical store sales were R\$19 billion, a growth of 10% compared to 2023. Regarding same stores sales, the growth reached 12%.

E-commerce reached more than R\$46 billion in sales during 2024, remaining in line with 2023 but with higher margins, representing **71% of Magalu's total sales in the period**. Sales in first-party inventory (1P) totaled R\$ 27 Billion in 2024, and marketplace sales (3P) reached R\$ 19 Billion in the period and represented 40% of the online sales.

Adjusted EBITDA totaled R\$ 3.0 Billion in the year, representing a growth of 39%, with margin of 7.8% and an expansion of 2.0 p.p. over 2023.

In 2024, Magalu reduced financial expenses by 25%, dropping them to just 4.0% of net revenue, a decrease of 1.6 p.p. over 2023. Additionally, financial expenses over EBITDA dropped from 97% to 52% in the period.

With the strong improvement in operating results and the reduction in financial expenses, **Magalu increased its operating profit before income tax by R\$ 1.3 billion in 2024. For the year, recurrent net income reached R\$ 277 million.**

For the year, operating cash flow reached R\$ 3.1 billion, with a 100% conversion of EBITDA into cash. This improvement is driven by a significant enhancement in operating performance and working capital evolution.

In 2024, we reduced our gross debt by nearly R\$ 3 billion, ending the year with a total **cash position of R\$ 7.9 billion. Net cash reached R\$ 3.3 billion in December**, an increase of R\$ 1.6 billion over the past 12 months, reflecting a solid and highly liquid capital structure.

Fulfillment Magalu accounted for 24% of marketplace orders, doubling compared to 2023. This reduced logistics costs for sellers, accelerated delivery times, and sustainably boosted conversions.

In 2024, customer experience improved significantly. **In the year of Magalu Enchants, the Corporate NPS was raised by 77 points**, its highest level ever, driven by an increase of 14 points in marketplace service, approaching the exceptional satisfaction levels of Stores and 1P.

At MagaluBank, the growth of Digital DCC drove advances in consumer credit. **The approval of MagaluPay SCFI by the Central Bank enables a more efficient and profitable operation**, while also enhancing services such as seller loans and diversification of funding sources.

At Luizacred, credit card billings reached R\$ 59 billion in 2024, with over 6 million active credit cards and a credit portfolio of R\$ 20 billion. Highlights include the **sequential decline in delinquency rates and a net income of R\$ 295 million for the year.**

| 2024 Financial Highlights



Sales growth across all channels. In 2024, total sales - including physical stores, e-commerce first-party inventory (1P) and marketplace (3P) - increased 3.6% to R\$65.3 billion, reflecting growth of 1.1% in e-commerce and a 10.1% increase in physical stores.



Marketplace reaches 40% of total online sales.

In 2024, Magalu's e-commerce sales increased by 1.1%, reaching R\$46.1 billion. Magalu's 1P e-commerce sales achieved R\$27.5 billion, remaining stable compared to 2023. In the marketplace, sales reached R\$18.7 billion, with 3.4% growth. The gain in market share was driven by the performance of the SuperApp, which reached 53.7 million monthly active users (MAU). Other contributing factors include faster delivery speeds for 1P and 3P, the growth of new categories and the evolution of the seller base and fulfillment.



Gross margin expansion. Throughout 2024, gross margin registered a growth of 1.4 p.p., reaching 30.6%. The margin of products also grew 1.4 p.p., driven in large part by the DIFAL pass-through. Moreover, the revenue growth from services such as marketplace and insurance was also a key factor in the increase of the total gross margin.



Operating expenses. The percentage of adjusted operating expenses in relation to net revenues was 23.2% in 2024. Adjusted operating expenses decreased 20 bps. compared to 2023. This dilution is primarily a reflection of greater operational leverage in physical stores and improved operational efficiency.



EBITDA and net result. The increase in contribution margin across all sales channels, including physical stores, e-commerce with own inventory, and the marketplace, contributed to the growth of adjusted EBITDA, which reached R\$ 3.0 billion in 2024, a 39% increase compared to 2023. The EBITDA margin expanded by 2.0 p.p. year-over-year, reaching 7.8%. In 2024, adjusted net income was R\$ 276.7 million, reversing the loss in 2023. Considering non-recurring net revenues, net income was R\$ 448.7 million.



Cash generation and capital structure. In 2024, cash flow from operations was R\$3.1 billion, driven by the significant evolution in the operational result and in working capital. Magalu ended the year with an adjusted net cash position of R\$3.3 billion, an increase of R\$1.6 billion over the past 12 months. The total adjusted cash position was R\$7.9 billion, including cash and financial instruments of R\$2.2 billion and available credit card receivables of R\$5.7 billion.



Fintech. Total payment volume (TPV) reached R\$100.1 billion in 2024. In Dec/24, the cardholder base reached 6.2 million credit cards. Credit card billing grew 3.4% in 2024, reaching R\$59.5 billion during the period. The credit card portfolio reached R\$20.3 billion at the end of 2023. Luizacred's profit reached R\$295.1 million in 2024, reversing the loss recorded in the previous year.

Magalu is the largest multichannel retailer in Brazil, offering a wide range of products and services to Brazilians of all classes. Among other things, Magalu offers the fastest delivery and the best shopping experience – whether in physical stores, on the website or on its SuperApp, which has about 54 million monthly active users. The Company has a strong geographic presence, with 21 distribution centers and 175 strategically located cross-docking stations, and 1,245 stores in 20 Brazilian states. As of December 31, 2024, the Company had more than 35.0 million active customers.

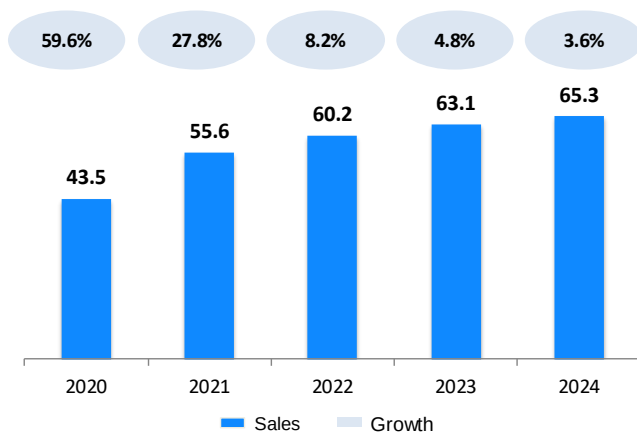
CONSOLIDATED FINANCIAL PERFORMANCE

The table below represents the consolidated income statements for the fiscal years ended December 31, 2024 and December 31, 2023.

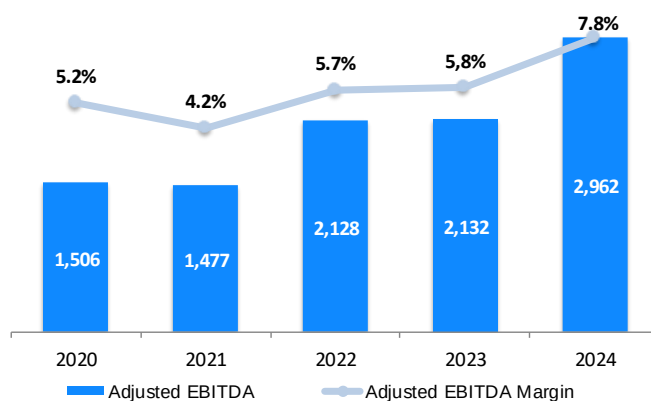
CONSOLIDATED INCOME STATEMENT (R\$ million)	12M24	12M24 Adjusted	V.A.	12M23 Adjusted	V.A.	% Chg
Gross Revenue	47,277.0	47,277.0	124.3%	45,591.0	124.0%	3.7%
Taxes and Deductions	(9,239.0)	(9,239.0)	-24.3%	(8,822.8)	-24.0%	4.7%
Net Revenue	38,038.1	38,038.1	100.0%	36,768.1	100.0%	3.5%
Total Costs	(26,410.8)	(26,410.8)	-69.4%	(26,018.0)	-70.8%	1.5%
Gross Income	11,627.3	11,627.3	30.6%	10,750.1	29.2%	8.2%
Selling Expenses	(7,131.6)	(7,131.6)	-18.7%	(7,002.1)	-19.0%	1.8%
General and Administrative Expenses	(1,373.7)	(1,373.7)	-3.6%	(1,335.2)	-3.6%	2.9%
Provisions for Loan Losses	(452.7)	(452.7)	-1.2%	(386.2)	-1.1%	17.2%
Other Operating Revenues, Net	78.0	144.5	0.4%	124.1	0.3%	16.4%
Equity in Subsidiaries	148.5	148.5	0.4%	(19.0)	-0.1%	-
Total Operating Expenses	(8,731.5)	(8,665.0)	-22.8%	(8,618.3)	-23.4%	0.5%
EBITDA	2,895.7	2,962.2	7.8%	2,131.8	5.8%	39.0%
Depreciation and Amortization	(1,333.3)	(1,293.1)	-3.4%	(1,242.7)	-3.4%	4.1%
EBIT	1,562.4	1,669.2	4.4%	889.1	2.4%	87.7%
Financial Results	(1,475.0)	(1,534.5)	-4.0%	(2,058.3)	-5.6%	-25.4%
Operating Income	87.4	134.6	0.4%	(1,169.2)	-3.2%	-
Income Tax and Social Contribution	361.3	142.1	0.4%	619.1	1.7%	-77.1%
Net Income	448.7	276.7	0.7%	(550.1)	-1.5%	-
Retail Total Sales ¹	65,330.9	65,330.9	-	63,056.3	-	3.6%
Same Physical Store Sales Growth	11.7%	11.7%	-	4.7%	-	-
Total Physical Store Sales Growth	10.1%	10.1%	-	4.0%	-	-
E-commerce Sales Growth (1P)	-0.4%	-0.4%	-	-1.3%	-	-
Marketplace Sales Growth (3P)	3.4%	3.4%	-	16.8%	-	-
Total E-commerce Sales Growth	1.1%	1.1%	-	5.1%	-	-
E-commerce Share of Total Sale	70.6%	70.6%	-	72.3%	-	-1.7 pp
Number of Stores - End of Period	1,245	1,245	-	1,286	-	-41 stores
Sales Area - End of Period (M²)	686,976	686,976	-	716,298	-	-4.1%

⁽¹⁾ Total sales include physical store sales, traditional e-commerce (1P) and marketplace (3P).

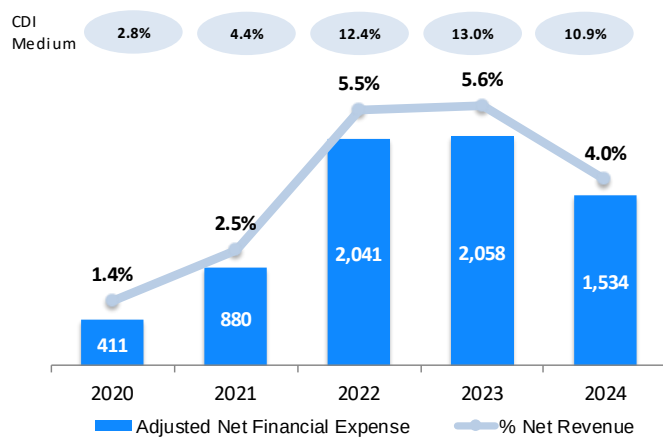
Total Sales (R\$ billion)



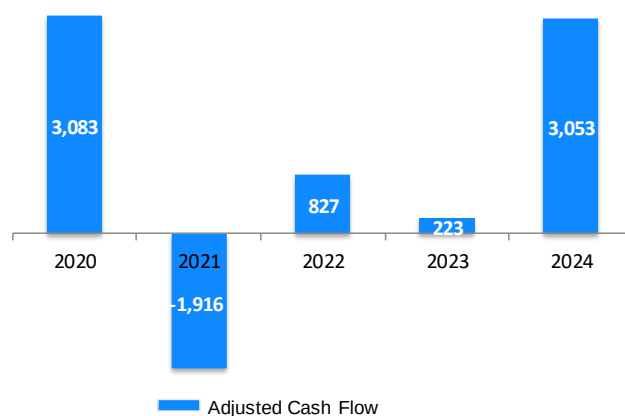
Adjusted EBITDA (R\$ million)



Adjusted Net Financial Expense (R\$ million)



Adjusted Cash Flow from Operation (R\$ million)



| MANAGEMENT STATEMENT

In compliance with the provisions of Article 25 of the Brazilian Securities and Exchange Commission (CVM) Instruction 480, the Board of Executive Officers declares that it has reviewed, discussed and agreed with the opinion rendered in the Independent Auditor's Report issued by Ernest & Young Auditores Independentes on March 13, 2025, along with the Financial Statements for the fiscal year ended on December 31, 2024.

| RELATIONSHIP WITH EXTERNAL AUDITORS

We hereby inform that the Company and its subsidiaries and jointly-owned subsidiaries adopt as a formal procedure to consult with the independent auditors Ernest & Young Auditores Independentes (EY), in order to assure that the rendering of other services do not affect their independence and the objectivity required to perform independent audit services. The Company's policy when engaging independent auditor's services assures that there is no conflict of interests, loss of independence or objectivity.

| ACKNOWLEDGEMENTS

We would like to take this opportunity to thank all of our clients, employees, shareholders, suppliers, partners, and the community in general, for their continued trust and partnership throughout 2024.

São Paulo, March 13, 2025.

Management Team