

**EBITDA cresce 10% e atinge R\$759 milhões, com 8,1% de margem.  
6º trimestre consecutivo com lucro líquido e posição de caixa total  
de R\$6,7 bilhões.**

**MGLU**  
B3 LISTED NM

As vendas totais do Magalu atingiram **R\$16 bilhões no 1T25**.

**Nas lojas físicas, as vendas totalizaram R\$5 bilhões no trimestre**, um aumento de 6% em comparação com o 1T24. **No critério mesmas lojas, o crescimento atingiu 7%**, expandindo sua participação de mercado no mundo físico.

**O e-commerce registrou R\$11,2 bilhões em vendas no 1T25**, levemente abaixo do volume do 1T24, em linha com a estratégia de foco em rentabilidade, que resultou em margens mais elevadas. As vendas no **e-commerce com estoque próprio totalizaram R\$6,6 bilhões**, e as vendas do **marketplace alcançaram R\$4,6 bilhões no mesmo período**, representando 41% das vendas online.

**A margem bruta atingiu 30,6%**, crescendo de 0,7 p.p. comparada ao 1T24, impulsionada pelo aumento na margem bruta de mercadorias e pelo crescimento da receita de serviços, como marketplace, ads e seguros.

**No trimestre, o EBITDA ajustado atingiu R\$759 milhões, com margem EBITDA de 8,1%**, um aumento de 0,7 p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior.

A melhora na margem de contribuição em todos os canais, físicos e digitais, impulsionou o EBITDA do Magalu e compensou, em parte, o impacto da alta dos juros. Esse avanço foi decisivo para alcançar um **lucro líquido recorrente de R\$11 milhões**, apesar da curva de juros estar 27% acima do 1T24.

**O Magalu encerrou o trimestre com R\$6,7 bilhões em caixa total e R\$2,1 bilhões em posição líquida**. Em abril, anunciamos duas transações relevantes que reforçam nossa estrutura de capital e liquidez: a 13ª emissão de debêntures, no valor de R\$1 bilhão e prazo de cinco anos, e um contrato de financiamento com a International Finance Corporation (IFC), no valor de US\$130 milhões, também com prazo de cinco anos e dois anos de carência.

A expansão do Fulfillment para sellers 3P reforça a multicanalidade do Magalu, ao integrar todos os canais à mesma infraestrutura logística. **No trimestre, o fulfillment representou 24% dos pedidos do 3P** (versus 16% no 1T24), contribuindo para prazos menores, redução de custos e maior conversão — uma das principais metas de 2025 e foco do ano na companhia.

**O MagaluAds manteve forte crescimento no 1T25, com alta de 53% na receita total**, impulsionada por melhorias de produto, maior engajamento (CTR) e novas parcerias com marcas. O avanço reflete a maior proximidade com agências e o novo posicionamento da plataforma no mercado.

**Com a aprovação da MagaluPay SCFI pelo Banco Central**, o Magalu avança na vertical de serviços financeiros com uma estrutura mais eficiente, rentável e escalável. A nova financeira permitirá ampliar a oferta de crédito e desenvolver soluções completas para clientes e sellers, além de viabilizar, no futuro, o acesso a novas fontes de captação.

**Na Luizacred**, o faturamento em cartões de crédito atingiu R\$14 bilhões no 1T25 -- são mais de 6 milhões cartões de crédito ativos e R\$20 bilhões em carteira de crédito. Destaque para a **queda nas taxas de inadimplência e o lucro líquido de R\$84 milhões no trimestre (ROE anualizado de 17%)**.



**MGLU3: R\$ 9,02 por ação**  
**Total de Ações: 738.995.248**  
**Valor de Mercado: R\$ 6,7 bilhões**



**Teleconferência**

09 de maio de 2025 (sexta-feira)  
09:00 (Brasília) / 08:00 (EUA - EST)  
[Link para a teleconferência](#)



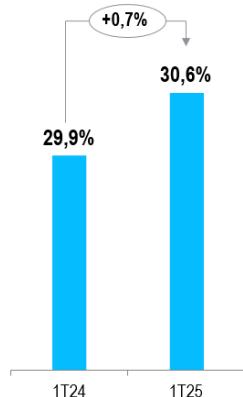
**Relações com Investidores**

Tel. +55 11 3504-2727  
[www.magazineluiza.com.br/ri](http://www.magazineluiza.com.br/ri)  
[ri@magazineluiza.com.br](mailto:ri@magazineluiza.com.br)

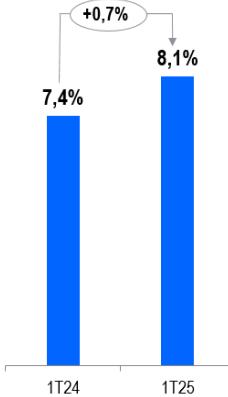
## MENSAGEM DA DIRETORIA

Os resultados do primeiro trimestre de 2025 evidenciam a solidez do Ecossistema Magalu em um ambiente macroeconômico que ainda exige disciplina e foco. **Nos primeiros três meses do ano, destacamos o contínuo avanço do resultado operacional do Magalu, com a evolução dos serviços que compõem o nosso ecossistema e a fortaleza do modelo multicanal.**

**Margem Bruta**  
Margem bruta de 30,6% no 1T25 (+0,7 p.p.)



**Margem EBITDA Ajustada**  
Margem EBITDA ajustada de 8,1% no 1T25 (+0,7 p.p.)



O aumento das margens operacionais continua sendo uma prioridade para o Magalu, e os resultados do início do ano refletem esse compromisso. **O EBITDA ajustado atingiu 759 milhões de reais no trimestre, com margem de 8,1%, um dos maiores patamares históricos para o período.** A margem EBITDA aumentou 0,7 ponto percentual em relação ao primeiro trimestre de 2024.

A **evolução na margem de contribuição** em todos os canais de vendas, físico e online, e o **crescimento da receita de serviços** foram fundamentais para a expansão do EBITDA nos primeiros três meses do ano. Tais avanços compensaram o impacto das maiores taxas de juros – a curva de juros efetiva no primeiro trimestre de 2025 foi 27% superior em comparação com o ano anterior – e foram determinantes para o lucro líquido de 11 milhões de reais no trimestre.

Entre os serviços que compõem o nosso Ecossistema e contribuíram para a evolução do resultado, a performance da Luizacred foi um destaque nesse trimestre. **O lucro líquido da Luizacred atingiu 84 milhões de reais no período, um aumento expressivo comparado ao resultado de 13 milhões no primeiro trimestre do ano passado.** Esse resultado foi acompanhado por uma melhora consistente nos indicadores de qualidade da carteira, refletindo a assertividade da nossa política de crédito e dos esforços de cobrança.

Ainda no escopo do Magalubank, no primeiro trimestre, recebemos a **licença do Banco Central para a nossa nova financeira, a MagaluPay SCFI** (Sociedade de Crédito, Financiamento e Investimentos). Por meio dela, vamos tornar a nossa operação de crédito, incluindo o CDC (Crédito Direto ao Consumidor), mais escalável, além de possibilitar o lançamento de opções de investimentos para nossos clientes e outras fontes de captação de recursos.

O MagaluAds – a plataforma de *retail media* do Magalu – vem evoluindo em ritmo acelerado e também contribuiu para o resultado dos primeiros três meses do ano. **A receita total cresceu 53% no primeiro trimestre de 2025, incluindo os produtos relacionados à plataforma e a venda de display.** Vale destacar também iniciativas que trouxeram receitas incrementais, como as parcerias da Lu durante o Carnaval com marcas como Uber, Mastercard e Zé Delivery. Tais projetos já são resultado da proximidade do MagaluAds junto às agências de publicidade e do nosso novo posicionamento no mercado. Além disso, implementamos importantes evoluções de produto neste trimestre, que trouxeram um aumento significativo do CTR (*Click-Through Rate*) e dos espaços disponíveis para anúncios.

Apesar da sazonalidade típica do primeiro trimestre, que impacta o capital de giro do varejo, observamos uma dinâmica positiva no início deste ano. **A importante redução dos estoques e a monetização de impostos** compensaram parcialmente o volume de pagamentos a fornecedores, resultando em um consumo de caixa operacional significativamente menor do que nos anos anteriores. Vale ressaltar que tanto a otimização dos estoques quanto a monetização de impostos devem continuar evoluindo ao longo do ano, contribuindo para a geração de caixa de 2025.

Ao final do primeiro trimestre, nossa posição total de caixa alcançou 6,7 bilhões de reais, com um caixa líquido (descontado o endividamento bruto) de 2,1 bilhões de reais. Comunicamos em abril duas importantes transações que reforçam ainda mais a estrutura de capital do Magalu e sua liquidez. Uma delas foi a **13ª emissão de debêntures**, no montante de 1 bilhão de reais, com vencimento em cinco anos e três anos de carência. Adicionalmente, celebramos um contrato de financiamento com a **International Finance Corporation (IFC)**, instituição que faz parte do Banco Mundial, no valor de 130 milhões de dólares, também com prazo total de cinco anos, incluindo dois anos de carência.

A parceria com a IFC, uma instituição de renome global, merece destaque especial. A transação foi precedida por um processo de *due diligence* aprofundado, que validou nossas práticas de gestão, governança e estratégia de longo prazo. A transação com a IFC representa um importante reconhecimento da solidez e da sustentabilidade do nosso negócio.

Essas captações não apenas endereçam os vencimentos de dívidas de curto prazo e alongam o perfil do nosso endividamento, mas também asseguram os recursos para acelerar os investimentos com foco na democratização da tecnologia, pilar fundamental da nossa estratégia e alinhado com as características da IFC – uma instituição de desenvolvimento que financia projetos sustentáveis do setor privado. A ampliação nos investimentos da MagaluCloud, por exemplo, estão entre os objetivos da transação com a IFC. Além da migração em ritmo acelerado das aplicações do próprio Ecossistema Magalu para a MagaluCloud, hoje mais de 400 pequenas e médias empresas brasileiras já estão usando os nossos serviços e tendo excelentes resultados, tanto em performance quanto em economia de custos.

**As vendas totais do Ecossistema Magalu atingiram 16 bilhões de reais nos primeiros três meses do ano.** Desse montante, o e-commerce foi responsável por 11 bilhões de reais (representando 70% do total) e 5 bilhões foram realizados na loja física – cujo crescimento foi de 7,1% no conceito mesmas lojas no trimestre.

**A contribuição das lojas para os resultados do Ecossistema Magalu vai muito além das vendas realizadas nesse canal.** As lojas atuam como pontos de contato com o cliente, venda de produtos financeiros e hubs logísticos, integrando-se cada vez mais à plataforma digital, especialmente com o marketplace. Esse movimento inclui também as demais marcas do grupo, como Netshoes e Kabum, que recentemente abriram lojas físicas em São Paulo e estão atingindo excelentes resultados. As vendas destas duas novas unidades não só estão muito acima das metas inicialmente esperadas, como também estão contribuindo para o aumento da receita da própria loja do Magalu, que recebeu os novos vizinhos. Esses resultados nos encorajam a ampliar nossos investimentos para expansão dos pontos físicos das empresas do nosso ecossistema.

Um exemplo notável da integração entre o mundo físico e online é a **significativa expansão da devolução de produtos do e-commerce diretamente em nossas lojas físicas**. Atualmente, metade de todas as devoluções do Magalu provenientes do nosso e-commerce (1P e 3P) são realizadas por meio da conveniência das lojas físicas. Este avanço reforça a sinergia única entre nossos canais, ajuda a reduzir custos e aprimora a experiência do cliente.

A expansão do **Fulfillment do Magalu** para os sellers do nosso marketplace (3P) também é uma forma de avançar a multicanalidade em nossa plataforma, uma vez que usamos a mesma infraestrutura logística para todos os nossos canais de vendas. A participação do fulfillment nos pedidos do 3P foi de 24% nesse trimestre (*versus* 16% no 1T24). Considerando o e-commerce total do Magalu, 54% dos pedidos já são entregues a partir do nosso fulfillment, com entrega rápida e alto nível de serviço (1P + 3P Full). Ao oferecer nossa logística aos sellers, possibilitamos redução de prazos de entrega e custos, o que impulsiona a taxa de conversão – que é uma das nossas principais metas de 2025 e tema do ano no Magalu.

**Nesse último ano do nosso ciclo do ecossistema escolhemos o aumento da conversão como nosso principal objetivo.** Transformar um percentual cada vez maior das milhões de visitas em transações efetivas é a melhor maneira de continuarmos evoluindo a nossa rentabilidade e, ao mesmo tempo, retomarmos um patamar mais elevado de crescimento sustentável. Para isso, todas as áreas das empresas, que durante os últimos anos estiveram com foco quase exclusivo em geração de caixa, aumento de margem e eficiência operacional – além do foco em nível de serviço e na satisfação do cliente no ano do Encanta Magalu –, irão dedicar sua energia e atenção em todos os fatores que aumentem a probabilidade dos nossos consumidores efetivarem uma transação. Ter melhores preços e prazos de entrega, uma melhor experiência de navegação, melhores e mais amplas opções de pagamentos, todos esses aspectos estão sendo trabalhados por nossas áreas de negócios e tecnologia.

Obviamente, para um ecossistema que tem quase 500 milhões de visitas mensais vindo de canais digitais, esse processo demanda muita automação e a evolução da nossa plataforma tecnológica. **Estamos evoluindo para uma gestão mais algorítmica.** Nesse sentido, fizemos no primeiro trimestre, uma significativa mudança de estrutura organizacional ao unirmos as áreas de tecnologia e canais digitais numa única vice-presidência de plataforma, que passou a ser liderada por André Fatala. Para apoiá-lo nessa missão, trouxemos também nesse período o Ricardo Garrido, líder com grande experiência na gestão de marketplace. Foram meses de definições de metas e objetivos, além do início para novas iniciativas com o objetivo de retomar a expansão da base de sellers, o avanço da entrega mais rápida e o aumento da conversão, que certamente darão frutos nos próximos trimestres.

### Considerações Finais

Iniciamos 2025 confiantes na nossa estratégia e na capacidade de execução do nosso time. Os resultados do primeiro trimestre reforçam a solidez do nosso modelo de negócios e nos impulsionam para os próximos desafios. Mantemos o **foco na expansão da rentabilidade**, com a contribuição de todo o nosso ecossistema. E olhamos para frente com a certeza de que ainda temos inúmeras oportunidades a serem capturadas para continuar ampliando as margens e crescimento, com participação de diferentes frentes de negócio, como logística, ads, pagamentos e cloud.

Estamos felizes em anunciar a chegada de **Jörg Friedemann como Presidente Executivo do MagaluBank**. Jörg será responsável por toda a operação de produtos e serviços financeiros do Magalu, que inclui cartões de crédito, CDC, adquirência, venda de seguros, consórcio, empréstimo para sellers, entre outros, com a oportunidade de ampliar de forma significativa a participação online destes produtos.

Mais uma vez, agradecemos a nossos clientes, sellers, colaboradores, acionistas, e fornecedores pela parceria e companhia nesta jornada.

A DIRETORIA

## Destaques Financeiros do 1T25



**Vendas com foco em rentabilidade.** No 1T25, as vendas totais, incluindo lojas físicas, e-commerce com estoque próprio (1P) e marketplace (3P) cresceram 0,2% comparado ao mesmo período do ano anterior e totalizaram R\$16,1 bilhões. Isso foi reflexo da redução de 2,3% no e-commerce total e um crescimento de 6,2% nas lojas físicas (7,1% no conceito mesmas lojas), com ganho de marketshare.



**Marketplace atinge 41% das vendas online.** No 1T25, as vendas do e-commerce totalizaram R\$11,2 bilhões. No e-commerce com estoque próprio (1P), as vendas foram de R\$6,6 bilhões, e no marketplace, de R\$4,6 bilhões. Vale destacar o avanço da base de sellers, a ampliação do sortimento, a melhoria na experiência de entrega para 1P e 3P e a forte audiência do app, que atingiu 51 milhões de usuários ativos mensais.



**Expansão da margem bruta de mercadorias e maior contribuição da receita de serviços.** No 1T25, a margem bruta alcançou 30,6%, um aumento de 0,7 p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior. Esse desempenho reflete o foco da Companhia no aumento da rentabilidade, com ganhos de 0,6 p.p. na margem de mercadorias. Além disso, a receita de serviços como marketplace, ads e seguros, que possuem margens estruturalmente mais elevadas, vem ganhando relevância na composição do resultado, contribuindo para a expansão da margem bruta total.



**Despesas operacionais.** O percentual das despesas operacionais ajustadas em relação à receita líquida foi de 23,0% no 1T25, um aumento de 0,5 p.p. em relação ao 1T24, em linha com os trimestres anteriores. Esse aumento das despesas refletiu principalmente investimentos estratégicos em nossa operação logística, com destaque para o Fulfillment, acelerar os prazos de entrega e elevar o nível de serviço ao cliente.



**Crescimento do EBITDA e lucro líquido.** O aumento da margem de contribuição de todos os canais de venda, incluindo lojas físicas e e-commerce, contribuiu para o crescimento do EBITDA ajustado, que atingiu R\$758,8 milhões no 1T25 com margem de 8,1%, um aumento de 0,7 p.p. em relação ao ano passado. No trimestre, o lucro líquido ajustado foi de R\$11,2 milhões. Considerando as receitas líquidas não recorrentes, o lucro líquido foi de R\$12,8 milhões no trimestre.



**Geração de caixa e sólida estrutura de capital.** A geração de caixa operacional nos últimos 12 meses foi de R\$2,4 bilhões, influenciada pelo crescimento do resultado operacional e pelo capital de giro. O Magalu encerrou o 1T25 com uma posição de caixa líquido ajustado de R\$2,1 bilhões, e uma posição de caixa total de R\$6,7 bilhões.



**MagaluBank.** O volume total de transações processadas (TPV) atingiu R\$24,5 bilhões no 1T25. Em mar/25, a base de cartões de crédito foi de 6,1 milhões de cartões. O faturamento de cartão de crédito cresceu 2,7% no 1T25, atingindo R\$14,4 bilhões no período. A carteira de cartão de crédito foi de R\$19,9 bilhões ao final do trimestre, com uma das menores inadimplências da história. O lucro da Luizacred atingiu R\$84,0 milhões de reais no 1T25, com ROE anualizado de 16,8%.

**1T25**

R\$ milhões (exceto quando indicado)	1T25	1T24	Var(%)
Vendas Totais <sup>1</sup> (incluindo marketplace)	16.053,5	16.028,3	0,2%
Receita Bruta	11.633,9	11.530,1	0,9%
Receita Líquida	9.389,0	9.239,3	1,6%
Lucro Bruto	2.877,0	2.763,4	4,1%
Margem Bruta	30,6%	29,9%	0,7 pp
EBITDA	761,2	684,9	11,1%
Margem EBITDA	8,1%	7,4%	0,7 pp
Lucro Líquido	12,8	27,9	-54,3%
Margem Líquida	0,1%	0,3%	-0,2 pp
EBITDA - Ajustado	758,8	687,8	10,3%
Margem EBITDA Ajustado	8,1%	7,4%	0,7 pp
Lucro Líquido - Ajustado	11,2	29,8	-62,5%
Margem Líquida - Ajustado	0,1%	0,3%	-0,2 pp
Crescimento nas Vendas Mesmas Lojas Físicas	7,1%	9,0%	-
Crescimento nas Vendas Totais Lojas Físicas	6,2%	8,0%	-
Crescimento nas Vendas E-commerce (1P)	-2,6%	-2,0%	-
Crescimento nas Vendas Marketplace (3P)	-1,8%	6,4%	-
Crescimento nas Vendas E-commerce Total	-2,3%	1,3%	-
Participação E-commerce Total nas Vendas Totais	69,7%	71,5%	-1,7 pp
Quantidade de Lojas - Final do Período	1.245	1.263	-18 lojas
Área de Vendas - Final do Período (M <sup>2</sup> )	686.871	701.439	-2,1%

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

**1T25****| Eventos não recorrentes**

Para melhor entendimento e comparabilidade com o 1T24, os resultados do 1T25 estão sendo também apresentados em uma visão ajustada, desconsiderando as receitas e despesas não recorrentes.

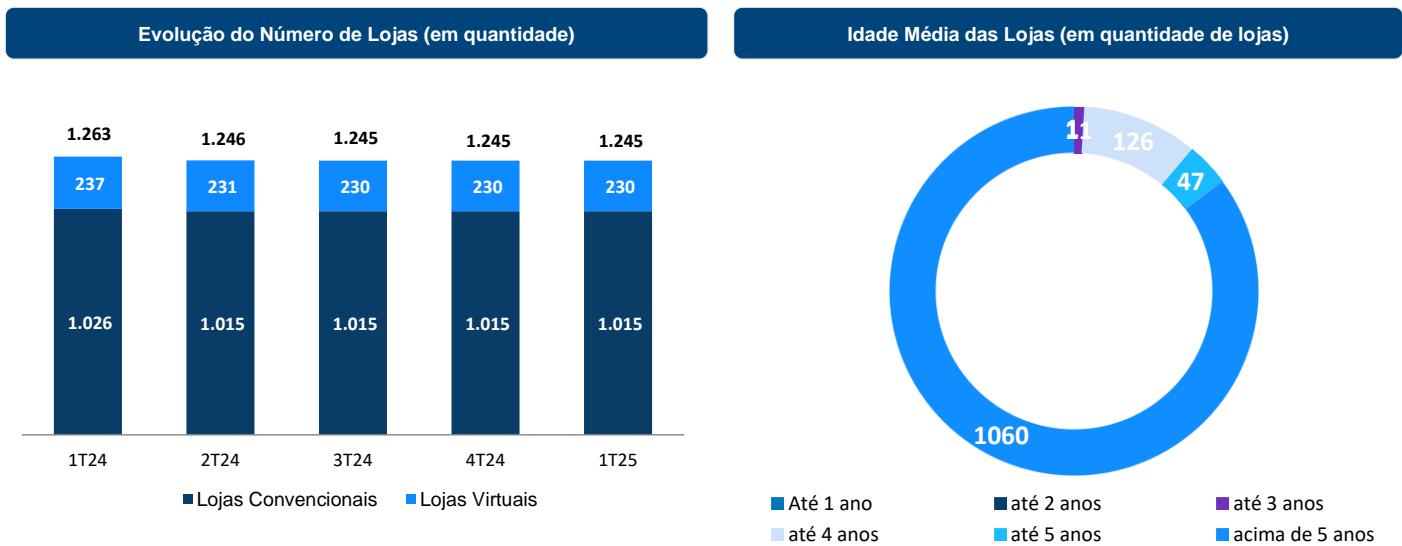
CONCILIAÇÃO DRE AJUSTADA	1T25 Ajustado	AV	Ajustes Não Recorrentes	1T25	AV
<b>Receita Bruta</b>	11.633,9	123,9%	-	11.633,9	123,9%
Impostos e Cancelamentos	(2.244,9)	-23,9%	-	(2.244,9)	-23,9%
<b>Receita Líquida</b>	9.389,0	100,0%	-	9.389,0	100,0%
Custo Total	(6.512,0)	-69,4%	-	(6.512,0)	-69,4%
<b>Lucro Bruto</b>	2.877,0	30,6%	-	2.877,0	30,6%
Despesas com Vendas	(1.757,4)	-18,7%	-	(1.757,4)	-18,7%
Despesas Gerais e Administrativas	(338,2)	-3,6%	-	(338,2)	-3,6%
Perda em Liquidação Duvidosa	(101,1)	-1,1%	-	(101,1)	-1,1%
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	36,3	0,4%	2,4	38,7	0,4%
Equivalência Patrimonial	42,3	0,4%	-	42,3	0,4%
Total de Despesas Operacionais	(2.118,2)	-22,6%	2,4	(2.115,8)	-22,5%
<b>EBITDA</b>	758,8	8,1%	2,4	761,2	8,1%
Depreciação e Amortização	(323,1)	-3,4%	-	(323,1)	-3,4%
<b>EBIT</b>	435,6	4,6%	2,4	438,0	4,7%
Resultado Financeiro	(488,1)	-5,2%	-	(488,1)	-5,2%
<b>Lucro Operacional</b>	(52,4)	-0,6%	2,4	(50,0)	-0,5%
IR / CS	63,6	0,7%	(0,8)	62,8	0,7%
<b>Lucro Líquido</b>	11,2	0,1%	1,6	12,8	0,1%

**| Ajustes eventos não recorrentes**

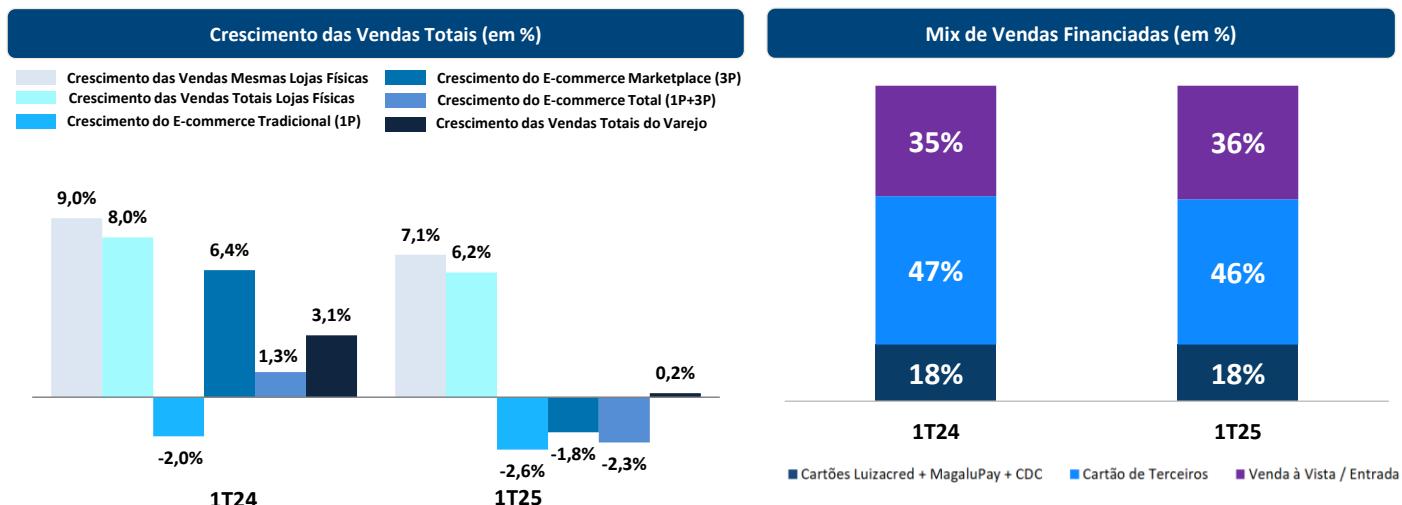
Ajustes	1T25
Ganho (Perda) na Venda de Ativo Imobilizado	2,9
Provisão para riscos tributários	(17,0)
Honorários especialistas	(4,2)
Baixa de repasses a sellers	24,7
Outras despesas	(4,1)
<b>Ajustes - EBITDA</b>	<b>2,4</b>
IR / CS sobre demais ajustes	(0,8)
<b>Ajustes - Lucro Líquido</b>	<b>1,6</b>

**1T25****| DESEMPENHO OPERACIONAL E FINANCEIRO**

O Magalu encerrou o 1T25 com 1.245 lojas, sendo 1.015 convencionais e 230 virtuais. Da base total, 15% das lojas estão em processo de maturação.



No 1T25, as vendas totais do Magalu cresceram 0,2%, reflexo da redução de 2,3% no e-commerce total e pelo crescimento de 6,2% nas lojas físicas (crescimento no conceito mesmas lojas de 7,1%).



No 1T25, a participação das vendas à vista aumentou de 35% para 36% comparada ao ano anterior. Esse aumento está associado ao crescimento da utilização do PIX, com destaque no KaBuM!, Netshoes e no Magalu, contribuindo para a atenuar o efeito das altas taxas de juros.

## 1T25

### | Receita Bruta

R\$ milhões	1T25	1T24	Var(%)
Revenda de Mercadorias	10.530,3	10.448,6	0,8%
Prestação de Serviços	1.103,5	1.081,5	2,0%
<b>Receita Bruta - Total</b>	<b>11.633,9</b>	<b>11.530,1</b>	<b>0,9%</b>

No 1T25, a receita bruta total foi de R\$11,6 bilhões, um aumento de 0,9% comparada ao mesmo período de 2024. Esse resultado foi impulsionado, principalmente, pela performance das lojas físicas e pela expansão da receita de serviços. Essa última atingiu R\$1,1 bilhão no 1T25, ampliando a relevância dos serviços na composição da receita bruta do período.

### | Receita Líquida

R\$ milhões	1T25	1T24	Var(%)
Revenda de Mercadorias	8.474,0	8.360,5	1,4%
Prestação de Serviços	915,0	878,8	4,1%
<b>Receita Líquida - Total</b>	<b>9.389,0</b>	<b>9.239,3</b>	<b>1,6%</b>

No 1T25, a receita líquida foi de R\$9,4 bilhões, um aumento de 1,6% comparado ao 1T24, em linha com a variação da receita bruta total.

### | Lucro Bruto

R\$ milhões	1T25	1T24	Var(%)
Revenda de Mercadorias	1.971,6	1.894,4	4,1%
Prestação de Serviços	905,4	869,0	4,2%
<b>Lucro Bruto - Total</b>	<b>2.877,0</b>	<b>2.763,4</b>	<b>4,1%</b>
<b>Margem Bruta - Total</b>	<b>30,6%</b>	<b>29,9%</b>	<b>0,7 pp</b>

No 1T25, o lucro bruto cresceu 4,1% e atingiu R\$2,9 bilhões. A margem bruta foi de 30,6%, um aumento de 0,7 p.p. em relação ao 1T24. Esse desempenho reflete o foco da Companhia no aumento da rentabilidade, com ganhos de 0,6 p.p. na margem de mercadorias. Além disso, a receita de serviços como marketplace, ads e seguros, que possuem margens estruturalmente mais elevadas, vem ganhando relevância na composição do resultado, contribuindo para a expansão da margem bruta total.

## 1T25

## | Despesas Operacionais

R\$ milhões	1T25 Ajustado	% RL	1T24 Ajustado	% RL	Var(%)
Despesas com Vendas	(1.757,4)	-18,7%	(1.659,9)	-18,0%	5,9%
Despesas Gerais e Administrativas	(338,2)	-3,6%	(339,6)	-3,7%	-0,4%
<b>Subtotal</b>	<b>(2.095,6)</b>	<b>-22,3%</b>	<b>(1.999,6)</b>	<b>-21,6%</b>	<b>4,8%</b>
Perdas em Liquidação Duvidosa	(101,1)	-1,1%	(119,2)	-1,3%	-15,1%
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	36,3	0,4%	36,2	0,4%	0,2%
<b>Total de Despesas Operacionais</b>	<b>(2.160,5)</b>	<b>-23,0%</b>	<b>(2.082,5)</b>	<b>-22,5%</b>	<b>3,7%</b>

## | Despesas com Vendas

No 1T25, as despesas com vendas totalizaram R\$1,8 bilhão, representando 18,7% da receita líquida. O aumento das despesas no período refletiu principalmente investimentos estratégicos em nossa operação logística, com destaque para o Fulfillment, acelerar os prazos de entrega e elevar o nível de serviço ao cliente.

## | Despesas Gerais e Administrativas

No 1T25, as despesas gerais e administrativas totalizaram R\$338,2 milhões, equivalentes a 3,6% da receita líquida, praticamente estáveis em relação ao mesmo período de 2024.

## | Perdas em Créditos de Liquidação Duvidosa

As provisões para perdas em crédito de liquidação duvidosa totalizaram R\$101,1 milhões no 1T25.

## | Outras Receitas e Despesas Operacionais, Líquidas

R\$ milhões	1T25	% RL	1T24	% RL	Var(%)
Apropriação de Receita Diferida	36,3	0,4%	36,2	0,4%	0,2%
<b>Subtotal - Ajustado</b>	<b>36,3</b>	<b>0,4%</b>	<b>36,2</b>	<b>0,4%</b>	<b>0,2%</b>
Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	(17,0)	-0,2%	(0,8)	0,0%	2159,5%
Honorários especialistas	(4,2)	0,0%	(1,1)	0,0%	264,8%
Baixa de repasses a sellers	24,7	0,3%	-	0,0%	-
Ganho (Perda) na Venda de Ativo Imobilizado	2,9	0,0%	0,3	0,0%	983,0%
Outras despesas	(4,1)	0,0%	(1,3)	0,0%	219,5%
<b>Subtotal - Não Recorrente</b>	<b>2,4</b>	<b>0,0%</b>	<b>(2,9)</b>	<b>0,0%</b>	<b>-</b>
<b>Total</b>	<b>38,7</b>	<b>0,4%</b>	<b>33,3</b>	<b>0,4%</b>	<b>16,1%</b>

No 1T25, as outras receitas operacionais líquidas ajustadas totalizaram R\$36,3 milhões pela apropriação de receitas diferidas.

## | Equivalência Patrimonial

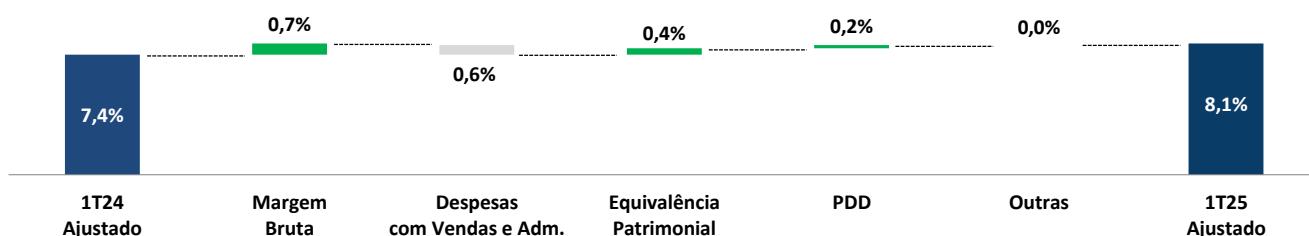
No 1T25, o resultado da equivalência patrimonial foi de R\$42,3 milhões, composto pelo desempenho da Luizacred, responsável pela equivalência de R\$42,0 milhões, e pelos ajustes de prática no valor de R\$0,3 milhão.

## 1T25

## | EBITDA

No 1T25, o EBITDA ajustado cresceu de 10,3% em relação ao mesmo período do ano passado e atingiu R\$758,8 milhões. Essa evolução ocorreu em função do aumento da margem bruta e da significativa melhora no resultado da Luizacred. A margem EBITDA ajustada aumentou 0,7 p.p., passando de 7,4% no 1T24 para 8,1% no 1T25.

Evolução do EBITDA no ano (% da receita líquida)



## | Resultado Financeiro Ajustado

No 1T25, as despesas financeiras líquidas totalizaram R\$488,1 milhões, equivalentes a 5,2% da receita líquida. Em relação ao mesmo período do ano anterior, as despesas aumentaram 0,9 p.p. devido, principalmente, à inversão na curva da taxa de juros futuros, que afeta diretamente as despesas com antecipação de recebíveis.

Desconsiderando os efeitos dos juros de arrendamento mercantil, a despesa financeira líquida foi de R\$403,2 milhões no 1T25, equivalente a 4,3% da receita líquida.

RESULTADO FINANCEIRO (em R\$ milhões)	1T25	% RL	1T24	% RL	Var(%)
Despesas Financeiras	(573,6)	-6,1%	(462,8)	-5,0%	23,9%
Juros de Empréstimos e Financiamentos	(153,3)	-1,6%	(195,1)	-2,1%	-21,4%
Juros de Antecipações de Cartão de Terceiros	(240,9)	-2,6%	(159,3)	-1,7%	51,2%
Juros de Antecipações de Cartão Luiza	(74,7)	-0,8%	(38,7)	-0,4%	92,8%
Outras Despesas e Impostos	(104,6)	-1,1%	(69,7)	-0,8%	50,1%
Receitas Financeiras	170,3	1,8%	157,1	1,7%	8,4%
Rendimento de Aplicações Financeiras	35,6	0,4%	34,6	0,4%	3,0%
Outras Receitas Financeiras	134,7	1,4%	122,5	1,3%	10,0%
<b>Subtotal: Resultado Financeiro Líquido Ajustado</b>	<b>(403,2)</b>	<b>-4,3%</b>	<b>(305,7)</b>	<b>-3,3%</b>	<b>31,9%</b>
Juros Arrendamento Mercantil	(84,8)	-0,9%	(77,7)	-0,8%	9,1%
<b>Resultado Financeiro Líquido Ajustado</b>	<b>(488,1)</b>	<b>-5,2%</b>	<b>(383,4)</b>	<b>-4,1%</b>	<b>27,3%</b>

## | Lucro Líquido

No 1T25, o lucro líquido contábil foi de R\$12,8 milhões. Na visão ajustada, ou seja, desconsiderando os efeitos não recorrentes, o lucro líquido ajustado foi de R\$11,2 milhões.

**1T25****| Capital de Giro**

R\$ milhões	Dif 12UM	mar-25	dez-24	set-24	jun-24	mar-24
(+) Contas a Receber (sem Cartões de Crédito)	441,3	1.789,4	1.704,6	1.525,7	1.401,2	1.348,1
(+) Estoques	(124,5)	7.190,7	7.611,1	7.385,3	7.195,2	7.315,2
(+) Partes Relacionadas (sem Cartão Luiza)	(23,7)	23,8	72,5	76,9	69,5	47,4
(+) Tributos a Recuperar	131,1	1.822,3	1.856,5	1.598,1	1.662,9	1.691,2
(+) Imposto de Renda e Contribuição Social a Recuperar	(77,7)	119,6	97,8	191,8	222,7	197,3
(+) Outros Ativos	16,9	432,9	325,4	327,4	356,8	416,0
<b>(+) Ativos Circulantes Operacionais</b>	<b>363,4</b>	<b>11.378,6</b>	<b>11.667,9</b>	<b>11.105,1</b>	<b>10.908,3</b>	<b>11.015,2</b>
(-) Fornecedores (incluindo convênio)	323,7	8.921,7	10.283,1	9.045,1	8.788,9	8.598,0
(-) Repasses e Outros Depósitos	(218,3)	1.506,2	1.640,6	1.490,6	1.480,4	1.724,5
(-) Salários, Férias e Encargos Sociais	159,8	569,6	558,6	527,4	442,0	409,8
(-) Impostos a Recolher	(15,8)	265,5	363,0	273,6	270,3	281,4
(-) Partes Relacionadas	(49,9)	40,6	107,1	103,0	96,4	90,6
(-) Receita Diferida	6,9	152,4	152,9	145,7	146,3	145,5
(-) Outras Contas a Pagar	(211,9)	1.663,9	1.750,4	1.613,9	1.680,4	1.875,8
<b>(-) Passivos Circulantes Operacionais</b>	<b>(5,6)</b>	<b>13.119,9</b>	<b>14.855,7</b>	<b>13.199,3</b>	<b>12.904,5</b>	<b>13.125,5</b>
<b>(=) Capital de Giro Ajustado</b>	<b>369,0</b>	<b>(1.741,3)</b>	<b>(3.187,8)</b>	<b>(2.094,2)</b>	<b>(1.996,2)</b>	<b>(2.110,3)</b>
<b>% da Receita Bruta dos Últimos 12 Meses</b>	<b>0,9%</b>	<b>-3,7%</b>	<b>-6,7%</b>	<b>-4,5%</b>	<b>-4,3%</b>	<b>-4,6%</b>

Em mar/25, a necessidade de capital de giro ajustada ficou negativa em R\$1,7 bilhão, influenciada principalmente pela sazonalidade do varejo. Nos últimos doze meses, a variação no capital de giro foi de R\$369,0 milhões, principalmente devido ao aumento na carteira do CDC. No mesmo período, vale ressaltar também a redução de R\$564,0 milhões no saldo de tributos a recuperar de longo prazo.

**| Investimentos**

R\$ milhões	1T25	%	1T24	%	Var(%)
Lojas Novas	-	0%	-	0%	-
Reformas	10,9	6%	8,0	4%	36%
Tecnologia	126,5	75%	162,5	89%	-22%
Logística	15,4	9%	8,6	5%	79%
Outros	15,6	9%	3,8	2%	308%
<b>Total</b>	<b>168,3</b>	<b>100%</b>	<b>182,9</b>	<b>100%</b>	<b>-8%</b>

No 1T25, os investimentos somaram R\$168,3 milhões, com destaque para os investimentos em tecnologia, que representaram 75% do investimento total.

**| Estrutura de Capital**

R\$ milhões	Dif 12UM	mar-25	dez-24	set-24	jun-24	mar-24
(-) Empréstimos e Financiamentos Circulante	804,0	(1.465,4)	(1.402,2)	(643,4)	(57,1)	(2.269,4)
(-) Empréstimos e Financiamentos não Circulante	1.275,4	(3.125,0)	(3.180,0)	(4.198,7)	(4.400,6)	(4.400,4)
<b>(=) Endividamento Bruto</b>	<b>2.079,4</b>	<b>(4.590,4)</b>	<b>(4.582,2)</b>	<b>(4.842,1)</b>	<b>(4.457,7)</b>	<b>(6.669,8)</b>
(+) Caixa e Equivalentes de Caixa	(446,1)	1.532,2	1.827,2	1.538,2	1.207,4	1.978,3
(+) Títulos e Valores Mobiliários Circulante	(150,7)	201,3	337,9	269,5	739,1	352,1
<b>(+) Caixa e Aplicações Financeiras</b>	<b>(596,8)</b>	<b>1.733,5</b>	<b>2.165,1</b>	<b>1.807,7</b>	<b>1.946,5</b>	<b>2.330,3</b>
<b>(=) Caixa Líquido</b>	<b>1.482,6</b>	<b>(2.856,9)</b>	<b>(2.417,1)</b>	<b>(3.034,5)</b>	<b>(2.511,2)</b>	<b>(4.339,5)</b>
(+) Cartões de Crédito - Terceiros	(1.540,0)	3.157,8	4.128,9	3.253,1	3.143,7	4.697,8
(+) Cartão de Crédito - Luizacred	(220,3)	1.789,0	1.588,9	1.579,3	1.387,8	2.009,3
<b>(+) Contas a Receber - Cartões de Crédito</b>	<b>(1.760,3)</b>	<b>4.946,8</b>	<b>5.717,8</b>	<b>4.832,4</b>	<b>4.531,5</b>	<b>6.707,1</b>
<b>(=) Caixa Líquido Ajustado</b>	<b>(277,7)</b>	<b>2.089,9</b>	<b>3.300,8</b>	<b>1.797,9</b>	<b>2.020,3</b>	<b>2.367,6</b>
Endividamento de Curto Prazo / Total	-2%	32%	31%	13%	1%	34%
Endividamento de Longo Prazo / Total	2%	68%	69%	87%	99%	66%
EBITDA Ajustado (Últimos 12 Meses)	(2.127,2)	244,4	2.962,2	2.872,5	2.642,4	2.371,6
<b>Caixa Líquido Ajustado / EBITDA Ajustado</b>	<b>7,6 x</b>	<b>8,6 x</b>	<b>1,1 x</b>	<b>0,6 x</b>	<b>0,8 x</b>	<b>1,0 x</b>
<b>Caixa, Aplicações e Cartões de Crédito</b>	<b>(2.357,1)</b>	<b>6.680,3</b>	<b>7.882,9</b>	<b>6.640,1</b>	<b>6.478,0</b>	<b>9.037,5</b>

A Companhia encerrou o trimestre com uma posição de caixa total de R\$6,7 bilhões, considerando caixa e aplicações financeiras de R\$1,7 bilhões e recebíveis de cartão de crédito disponíveis de R\$4,9 bilhões.

Em abril, anunciamos duas importantes transações que fortalecem a estrutura de capital e a liquidez do Magalu. A primeira foi a 13ª emissão de debêntures, no valor de R\$1 bilhão, com vencimento em cinco anos e carência de três anos. A segunda, um financiamento de US\$130 milhões com a International Finance Corporation (IFC), também com prazo de cinco anos e dois anos de carência.

A parceria com a IFC, instituição do Banco Mundial, foi precedida por um rigoroso processo de *due diligence* que reconheceu nossa governança, gestão e estratégia de longo prazo.

Além de alongarem o perfil da dívida e endereçarem vencimentos de curto prazo, essas captações asseguram recursos para acelerar investimentos em tecnologia — um dos pilares da nossa estratégia.

1T25

**ANEXO I**  
**DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – RESULTADO CONSOLIDADO**

DRE CONSOLIDADO (em R\$ milhões)	1T25	AV	1T24	AV	Var(%)
<b>Receita Bruta</b>	11.633,9	123,9%	11.530,1	124,8%	0,9%
Impostos e Cancelamentos	(2.244,9)	-23,9%	(2.290,8)	-24,8%	-2,0%
<b>Receita Líquida</b>	9.389,0	100,0%	9.239,3	100,0%	1,6%
Custo Total	(6.512,0)	-69,4%	(6.475,9)	-70,1%	0,6%
<b>Lucro Bruto</b>	2.877,0	30,6%	2.763,4	29,9%	4,1%
Despesas com Vendas	(1.757,4)	-18,7%	(1.659,9)	-18,0%	5,9%
Despesas Gerais e Administrativas	(338,2)	-3,6%	(339,6)	-3,7%	-0,4%
Perda em Liquidação Duvidosa	(101,1)	-1,1%	(119,2)	-1,3%	-15,1%
Outras Receitas Operacionais, Líq.	38,7	0,4%	33,3	0,4%	16,1%
Equivalência Patrimonial	42,3	0,4%	6,9	0,1%	511,6%
Total de Despesas Operacionais	(2.115,8)	-22,5%	(2.078,5)	-22,5%	1,8%
<b>EBITDA</b>	761,2	8,1%	684,9	7,4%	11,1%
Depreciação e Amortização	(323,1)	-3,4%	(322,7)	-3,5%	0,1%
<b>EBIT</b>	438,0	4,7%	362,2	3,9%	20,9%
Resultado Financeiro	(488,1)	-5,2%	(383,4)	-4,1%	27,3%
<b>Lucro Operacional</b>	(50,0)	-0,5%	(21,2)	-0,2%	135,5%
IR / CS	62,8	0,7%	49,2	0,5%	27,7%
<b>Lucro Líquido</b>	12,8	0,1%	27,9	0,3%	-54,3%

**Cálculo do EBITDA**

<b>Lucro Líquido</b>	12,8	0,1%	27,9	0,3%	-54,3%
(+/-) IR / CS	(62,8)	-0,7%	(49,2)	-0,5%	27,7%
(+/-) Resultado Financeiro	488,1	5,2%	383,4	4,1%	27,3%
(+) Depreciação e amortização	323,1	3,4%	322,7	3,5%	0,1%
<b>EBITDA</b>	761,2	8,1%	684,9	7,4%	11,1%

**Reconciliação do EBITDA pelas despesas não recorrentes**

<b>EBITDA</b>	761,2	8,1%	684,9	7,4%	11,1%
Resultado Não Recorrente	(2,4)	0,0%	2,9	0,0%	-
<b>EBITDA Ajustado</b>	758,8	8,1%	687,8	7,4%	10,3%

<b>Lucro Líquido</b>	12,8	0,1%	27,9	0,3%	-54,3%
Resultado Não Recorrente	(1,6)	0,0%	1,9	0,0%	-
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	11,2	0,1%	29,8	0,3%	-62,5%

\* 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 Instrução CVM nº 527, de 04 de outubro de 2012. O EBITDA consiste no lucro líquido 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 Ajustado consiste no valor de EBITDA ajustado pelo resultado não recorrente. No caso do ajuste acima identificado este refere-se a créditos tributários, além de outras provisões e despesas não recorrentes. A Companhia entende que a divulgação do EBITDA Ajustado é necessária para que se entenda o real impacto na geração de caixa, excluindo-se eventos extraordinários. O EBITDA ajustado não é uma métrica de performance adotada pelo IFRS. A definição de EBITDA ajustado da Companhia pode não ser comparável a medidas semelhantes fornecidas por outras companhias.

**1T25**

**ANEXO II – AJUSTADO**  
**DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – RESULTADO CONSOLIDADO**

DRE CONSOLIDADO (em R\$ milhões)	1T25 Ajustado	AV	1T24 Ajustado	AV	Var(%)
<b>Receita Bruta</b>	11.633,9	123,9%	11.530,1	124,8%	0,9%
Impostos e Cancelamentos	(2.244,9)	-23,9%	(2.290,8)	-24,8%	-2,0%
<b>Receita Líquida</b>	9.389,0	100,0%	9.239,3	100,0%	1,6%
Custo Total	(6.512,0)	-69,4%	(6.475,9)	-70,1%	0,6%
<b>Lucro Bruto</b>	2.877,0	30,6%	2.763,4	29,9%	4,1%
Despesas com Vendas	(1.757,4)	-18,7%	(1.659,9)	-18,0%	5,9%
Despesas Gerais e Administrativas	(338,2)	-3,6%	(339,6)	-3,7%	-0,4%
Perda em Liquidação Duvidosa	(101,1)	-1,1%	(119,2)	-1,3%	-15,1%
Outras Receitas Operacionais, Líq.	36,3	0,4%	36,2	0,4%	0,2%
Equivalência Patrimonial	42,3	0,4%	6,9	0,1%	511,6%
Total de Despesas Operacionais	(2.118,2)	-22,6%	(2.075,6)	-22,5%	2,1%
<b>EBITDA</b>	758,8	8,1%	687,8	7,4%	10,3%
Depreciação e Amortização	(323,1)	-3,4%	(322,7)	-3,5%	0,1%
<b>EBIT</b>	435,6	4,6%	365,1	4,0%	19,3%
Resultado Financeiro	(488,1)	-5,2%	(383,4)	-4,1%	27,3%
<b>Lucro Operacional</b>	(52,4)	-0,6%	(18,3)	-0,2%	186,0%
IR / CS	63,6	0,7%	48,2	0,5%	32,0%
<b>Lucro Líquido</b>	11,2	0,1%	29,8	0,3%	-62,5%

**1T25**

**ANEXO III**  
**DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – BALANÇO PATRIMONIAL CONSOLIDADO**  
**ATIVO**

ATIVO	mar/25	dez/24	set/24	jun/24	mar/24
<b>ATIVO CIRCULANTE</b>					
Caixa e Equivalentes de Caixa	1.532,2	1.827,2	1.538,2	1.207,4	1.978,3
Títulos e Valores Mobiliários	201,3	337,9	269,5	739,1	352,1
Contas a Receber - Cartão de Crédito	3.157,8	4.128,9	3.253,1	3.143,7	4.698,0
Contas a Receber - Outros	1.789,4	1.704,6	1.525,7	1.401,2	1.348,1
Estoques	7.190,7	7.611,1	7.385,3	7.195,2	7.315,2
Partes Relacionadas - Cartão Luiza	1.789,0	1.588,9	1.579,3	1.387,8	2.009,0
Partes Relacionadas - Outros	23,8	72,5	76,9	69,5	47,4
Tributos a Recuperar	1.822,3	1.856,5	1.598,1	1.662,9	1.691,2
Imposto de Renda e Contribuição Social a Recuperar	119,6	97,8	191,8	222,7	197,3
Outros Ativos	432,9	325,4	327,4	356,8	416,0
<b>Total do Ativo Circulante</b>	<b>18.058,9</b>	<b>19.550,8</b>	<b>17.745,2</b>	<b>17.386,3</b>	<b>20.052,5</b>
<b>ATIVO NÃO CIRCULANTE</b>					
Contas a Receber	24,9	48,6	32,6	107,4	106,5
Tributos a Recuperar	1.703,8	1.870,7	2.407,3	2.395,5	2.267,8
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	3.308,6	3.285,8	3.124,4	3.098,0	2.959,8
Depósitos Judiciais	1.863,8	1.902,4	1.865,9	1.819,7	1.779,3
Outros Ativos	104,8	129,4	123,1	127,8	129,3
Investimentos em Controladas	1.013,6	971,9	898,7	565,5	329,8
Direito de Uso	3.198,4	3.235,4	3.256,9	3.158,4	3.243,8
Imobilizado	1.819,4	1.834,7	1.780,3	1.797,7	1.823,6
Intangível	4.480,8	4.482,3	4.469,4	4.521,2	4.526,5
<b>Total do Ativo não Circulante</b>	<b>17.518,2</b>	<b>17.761,0</b>	<b>17.958,7</b>	<b>17.591,1</b>	<b>17.166,4</b>
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>35.577,1</b>	<b>37.311,9</b>	<b>35.703,9</b>	<b>34.977,4</b>	<b>37.218,9</b>

**1T25**

**ANEXO III**  
**DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – BALANÇO PATRIMONIAL CONSOLIDADO**  
**PASSIVO**

<b>PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>mar/25</b>	<b>dez/24</b>	<b>set/24</b>	<b>jun/24</b>	<b>mar/24</b>
<b>PASSIVO CIRCULANTE</b>					
Fornecedores	8.921,7	10.283,1	9.045,1	8.788,9	8.598,0
<i>Fornecedores</i>	<i>6.000,0</i>	<i>7.182,9</i>	<i>6.447,1</i>	<i>6.438,0</i>	<i>6.367,0</i>
<i>Fornecedores Convênio</i>	<i>2.921,7</i>	<i>3.100,2</i>	<i>2.598,1</i>	<i>2.350,8</i>	<i>2.230,9</i>
Repasses e outros depósitos	1.506,2	1.640,6	1.490,6	1.480,4	1.724,5
Empréstimos e Financiamentos	1.465,4	1.402,2	643,4	57,1	2.269,4
Salários, Férias e Encargos Sociais	569,6	558,6	527,4	442,0	409,8
Tributos a Recolher	265,5	363,0	273,6	270,3	281,4
Partes Relacionadas	40,6	107,1	103,0	96,4	90,6
Arrendamento Mercantil	440,2	452,7	467,2	469,2	506,0
Receita Diferida	152,4	152,9	145,7	146,3	145,5
Outras Contas a Pagar	1.663,9	1.750,4	1.613,9	1.680,4	1.875,8
<b>Total do Passivo Circulante</b>	<b>15.025,5</b>	<b>16.710,6</b>	<b>14.309,9</b>	<b>13.430,9</b>	<b>15.900,9</b>
<b>PASSIVO NÃO CIRCULANTE</b>					
Empréstimos e Financiamentos	3.125,0	3.180,0	4.198,7	4.400,6	4.400,4
Tributos a Recolher	52,0	55,6	4,2	4,4	4,7
Arrendamento Mercantil	3.075,4	3.080,9	3.066,5	2.951,2	2.986,7
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	31,5	74,2	119,3	158,3	163,9
Provisão para Riscos Tributários, Cíveis e Trabalhistas	1.913,6	1.857,4	1.826,6	1.894,0	1.661,0
Receita Diferida	917,2	952,9	996,4	1.032,1	1.067,1
Outras Contas a Pagar	79,0	81,0	117,5	131,9	134,2
<b>Total do Passivo não Circulante</b>	<b>9.193,7</b>	<b>9.282,0</b>	<b>10.329,0</b>	<b>10.572,5</b>	<b>10.418,1</b>
<b>TOTAL DO PASSIVO</b>	<b>24.219,2</b>	<b>25.992,6</b>	<b>24.639,0</b>	<b>24.003,5</b>	<b>26.318,9</b>
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>					
Capital Social	13.602,5	13.602,5	13.602,5	13.602,5	13.602,5
Reserva de Capital	(2.644,6)	(2.556,7)	(2.557,4)	(2.551,9)	(2.102,7)
Ações em Tesouraria	(406,6)	(503,6)	(509,9)	(529,9)	(951,9)
Reserva Legal	137,4	137,4	137,4	137,4	137,4
Reserva de Retenção de Lucros	768,6	319,8	319,8	319,8	319,8
Ajuste de Avaliação Patrimonial	(112,1)	(129,0)	(81,4)	(55,6)	(133,2)
Lucros (Prejuízos) Acumulados	12,8	448,7	153,9	51,5	27,9
<b>Total do Patrimônio Líquido</b>	<b>11.357,9</b>	<b>11.319,3</b>	<b>11.064,9</b>	<b>10.974,0</b>	<b>10.899,9</b>
<b>TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>35.577,1</b>	<b>37.311,9</b>	<b>35.703,9</b>	<b>34.977,4</b>	<b>37.218,9</b>

**1T25****ANEXO IV****DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – DEMONSTRAÇÕES DO FLUXO DE CAIXA CONSOLIDADO GERENCIAL**

FLUXOS DE CAIXA GERENCIAL (em R\$ milhões)	1T25	1T24	mar/25 12UM	mar/24 12UM
<b>Lucro Líquido</b>	<b>12,8</b>	<b>27,9</b>	<b>433,6</b>	<b>(560,0)</b>
Efeito de IR/CS Líquido de Pagamento	(74,6)	(61,0)	(419,7)	(953,0)
Depreciação e Amortização	323,1	322,7	1.333,7	1.257,6
Juros sobre Empréstimos e Arrendamento Mercantil Provisionados	239,4	274,6	914,3	1.245,7
Equivalência Patrimonial	(42,3)	(6,9)	(183,8)	(0,0)
Dividendos Recebidos	-	-	42,6	23,9
Provisão para Perdas de Estoques e Contas a Receber	191,5	181,0	758,7	665,9
Provisão para Riscos Tributários, Cíveis e Trabalhistas	77,1	45,4	353,1	521,6
Resultado na Venda de Ativos	(3,7)	(0,3)	(4,6)	(201,3)
Apropriação da Receita Diferida	(36,3)	(36,2)	(144,6)	(127,4)
Despesas com Plano de Ações e Opções	4,9	9,6	18,5	45,4
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>692,1</b>	<b>756,8</b>	<b>3.101,8</b>	<b>1.918,4</b>
Contas a Receber Ajustado (sem Cartões de Terceiros)	(155,3)	(134,2)	(856,4)	(888,8)
Estoques	350,3	127,5	(111,0)	119,7
Tributos a Recuperar	156,8	36,6	302,2	(302,4)
Depósito judiciais	38,6	(44,8)	(84,5)	(57,1)
Outros Ativos Ajustado (sem Cartão Luiza)	(30,1)	(93,4)	(29,7)	(52,6)
<b>Variação nos Ativos Operacionais</b>	<b>360,4</b>	<b>(108,3)</b>	<b>(779,4)</b>	<b>(1.181,2)</b>
Fornecedores (Incluindo convênio)	(1.361,5)	(726,1)	323,7	1.602,5
Outras Contas a Pagar	(362,3)	37,2	(224,4)	321,8
<b>Variação nos Passivos Operacionais</b>	<b>(1.723,8)</b>	<b>(688,9)</b>	<b>99,3</b>	<b>1.924,3</b>
<b>Fluxo de Caixa das Atividades Operacionais</b>	<b>(671,3)</b>	<b>(40,4)</b>	<b>2.421,7</b>	<b>2.661,5</b>
Aquisição de Imobilizado e Intangível	(168,3)	(182,9)	(715,0)	(645,6)
Investimento em Controlada	(11,2)	-	(572,2)	(10,0)
Venda de participação societária em controlada em conjunto	-	-	-	166,8
Venda de Contrato de Exclusividade e Direito de Exploração	-	-	-	854,6
<b>Fluxo de Caixa das Atividades de Investimentos</b>	<b>(179,5)</b>	<b>(182,9)</b>	<b>(1.287,2)</b>	<b>365,8</b>
Captação de Empréstimos e Financiamentos	-	-	300,2	-
Pagamento de Empréstimos e Financiamentos	(73,1)	(801,6)	(1.839,6)	(802,0)
Pagamento de Juros sobre Empréstimos e Financiamentos	(73,3)	(80,3)	(1.125,7)	(735,3)
Pagamento de Arrendamento Mercantil	(121,5)	(124,2)	(499,4)	(498,1)
Pagamento de juros sobre Arrendamento Mercantil	(83,9)	(77,7)	(326,9)	(330,5)
Aumento de Capital Privado	-	1.250,0	-	1.250,0
<b>Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamentos</b>	<b>(351,7)</b>	<b>166,1</b>	<b>(3.491,4)</b>	<b>(1.115,8)</b>
Saldo Inicial de Caixa, Equiv. e TVM e Outros Ativos Financeiros	7.882,9	9.094,5	9.037,3	7.125,8
Saldo Final de Caixa, Equiv. e TVM e Outros Ativos Financeiros	6.680,3	9.037,3	6.680,3	9.037,3
<b>Variação no Caixa, Equiv. e Títulos e Valores Mobiliários</b>	<b>(1.202,6)</b>	<b>(57,2)</b>	<b>(2.357,0)</b>	<b>1.911,5</b>

Nota: A diferença entre a Demonstração de Fluxo de Caixa e a Demonstração de Fluxo de Caixa Gerencial Ajustado refere-se basicamente a:

- (i) tratamento dos Títulos e Valores Mobiliários (TVM) como Equivalentes de Caixa.
- (ii) tratamento do Recebíveis de Cartão de Crédito como Caixa.
- (iii) tratamento de Fornecedores Convênio como Fornecedores

**1T25**

**ANEXO V**  
**RETORNO SOBRE CAPITAL INVESTIDO (ROIC) E INVESTIMENTO (ROE)**

CAPITAL INVESTIDO (R\$MM)	mar-25	dez-24	set-24	jun-24	mar-24
<b>(=) Capital de Giro</b>	2.765,3	2.077,4	2.271,0	2.066,1	4.090,7
(+) Contas a receber	24,9	48,6	32,6	107,4	106,5
(+) IR e CS diferidos	3.308,6	3.285,8	3.124,4	3.098,0	2.959,8
(+) Impostos a recuperar	1.703,8	1.870,7	2.407,3	2.395,5	2.267,8
(+) Depósitos judiciais	1.863,8	1.902,4	1.865,9	1.819,7	1.779,3
(+) Outros ativos	104,8	129,4	123,1	127,8	129,3
(+) Invest. contr. em conjunto	1.013,6	971,9	898,7	565,5	329,8
(+) Direito de Uso	3.198,4	3.235,4	3.256,9	3.158,4	3.243,8
(+) Imobilizado	1.819,4	1.834,7	1.780,3	1.797,7	1.823,6
(+) Intangível	4.480,8	4.482,3	4.469,4	4.521,2	4.526,5
<b>(+) Ativos não circulantes operacionais</b>	<b>17.518,2</b>	<b>17.761,0</b>	<b>17.958,7</b>	<b>17.591,1</b>	<b>17.166,4</b>
(-) Provisão para contingências	1.913,6	1.857,4	1.826,6	1.894,0	1.661,0
(-) Arrendamento Mercantil	3.075,4	3.080,9	3.066,5	2.951,2	2.986,7
(-) Receita diferida	917,2	952,9	996,4	1.032,1	1.067,1
(-) Tributos a Recolher	52,0	55,6	4,2	4,4	4,7
(-) IR e CS diferidos	31,5	74,2	119,3	158,3	163,9
(-) Outras contas a pagar	79,0	81,0	117,5	131,9	134,2
<b>(-) Passivos não circulantes operacionais</b>	<b>6.068,7</b>	<b>6.102,1</b>	<b>6.130,3</b>	<b>6.172,0</b>	<b>6.017,7</b>
<b>(=) Capital Fixo</b>	<b>11.449,5</b>	<b>11.659,0</b>	<b>11.828,3</b>	<b>11.419,1</b>	<b>11.148,7</b>
<b>(=) Capital Investido Total</b>	<b>14.214,8</b>	<b>13.736,3</b>	<b>14.099,3</b>	<b>13.485,2</b>	<b>15.239,4</b>
(+) Dívida Líquida	2.856,9	2.417,1	3.034,5	2.511,2	4.339,5
(+) Patrimônio Líquido	11.357,9	11.319,3	11.064,9	10.974,0	10.899,9
<b>(=) Financiamento Total</b>	<b>14.214,8</b>	<b>13.736,3</b>	<b>14.099,3</b>	<b>13.485,2</b>	<b>15.239,4</b>
<b>RECONCILIAÇÃO DAS DESPESAS FINANCEIRAS (R\$MM)</b>	<b>1T25</b>	<b>4T24</b>	<b>3T24</b>	<b>2T24</b>	<b>1T24</b>
Receitas Financeiras	170,3	169,1	223,9	170,1	157,1
Despesas Financeiras	(658,4)	(559,1)	(524,5)	(571,2)	(540,5)
<b>Despesas Financeiras Líquidas</b>	<b>(488,1)</b>	<b>(390,0)</b>	<b>(300,6)</b>	<b>(401,1)</b>	<b>(383,4)</b>
Juros de Antecipação: Cartão Luiza e Cartão de Terceiros	315,6	236,2	215,0	265,4	198,1
<b>Despesas Financeiras Ajustadas</b>	<b>(172,4)</b>	<b>(153,8)</b>	<b>(85,5)</b>	<b>(135,7)</b>	<b>(185,4)</b>
Economia de IR/CS sobre Despesas Financeiras Ajustadas	58,6	52,3	29,1	46,1	63,0
<b>Despesas Financeiras Ajustadas Líquidas de Impostos</b>	<b>(113,8)</b>	<b>(101,5)</b>	<b>(56,4)</b>	<b>(89,6)</b>	<b>(122,3)</b>
<b>RECONCILIAÇÃO DO NOPLAT E ROIC/ROE (R\$MM)</b>	<b>1T25</b>	<b>4T24</b>	<b>3T24</b>	<b>2T24</b>	<b>1T24</b>
EBITDA	761,2	842,4	713,5	655,0	684,9
Juros de Antecipação: Cartão Luiza e Cartão de Terceiros	(315,6)	(236,2)	(215,0)	(265,4)	(198,1)
Depreciação	(323,1)	(327,6)	(359,7)	(323,3)	(322,7)
IR/CS correntes e diferidos	62,8	170,0	49,1	93,0	49,2
Economia de IR/CS sobre Despesas Financeiras Ajustadas	(58,6)	(52,3)	(29,1)	(46,1)	(63,0)
<b>Lucro Líquido Operacional (NOPLAT)</b>	<b>126,6</b>	<b>396,3</b>	<b>158,8</b>	<b>113,2</b>	<b>150,3</b>
<b>Capital Investido</b>	<b>14.214,8</b>	<b>13.736,3</b>	<b>14.099,3</b>	<b>13.485,2</b>	<b>15.239,4</b>
<b>ROIC Anualizado</b>	4%	12%	5%	3%	4%
Lucro Líquido	12,8	294,8	102,4	23,6	27,9
Patrimônio Líquido	11.357,9	11.319,3	11.064,9	10.974,0	10.899,9
<b>ROE Anualizado</b>	0%	10%	4%	1%	1%

1T25

**ANEXO VI**  
**ABERTURA DAS VENDAS TOTAIS E NÚMERO DE LOJAS POR CANAL**

Abertura Vendas Totais	1T25	A.V.(%)	1T24	A.V.(%)	Crescimento
					Total
Lojas Virtuais	300,8	1,9%	284,2	1,8%	5,8%
Lojas Convencionais	4.559,6	28,4%	4.290,7	26,8%	6,3%
<b>Subtotal - Lojas Físicas</b>	<b>4.860,3</b>	<b>30,3%</b>	<b>4.574,9</b>	<b>28,5%</b>	<b>6,2%</b>
E-commerce Tradicional (1P)	6.633,8	41,3%	6.812,5	42,5%	-2,6%
Marketplace (3P)	4.559,3	28,4%	4.640,9	29,0%	-1,8%
<b>Subtotal - E-commerce Total</b>	<b>11.193,1</b>	<b>69,7%</b>	<b>11.453,4</b>	<b>71,5%</b>	<b>-2,3%</b>
<b>Vendas Totais</b>	<b>16.053,5</b>	<b>100,0%</b>	<b>16.028,3</b>	<b>100,0%</b>	<b>0,2%</b>

(1) Vendas Totais incluem a receita bruta das lojas físicas e do e-commerce mais as vendas do marketplace.

Número de Lojas por Canal - Final do Período	mar/25	Part(%)	mar/24	Part(%)	Crescimento
					Total
Lojas Virtuais	230	18,5%	237	18,8%	(7)
Lojas Convencionais	1.015	81,5%	1.026	81,2%	(11)
<b>Total</b>	<b>1.245</b>	<b>100,0%</b>	<b>1.263</b>	<b>100,0%</b>	<b>(18)</b>
<b>Área total de vendas (m²)</b>	<b>686.871</b>	<b>100,0%</b>	<b>701.439</b>	<b>100,0%</b>	<b>-2,1%</b>

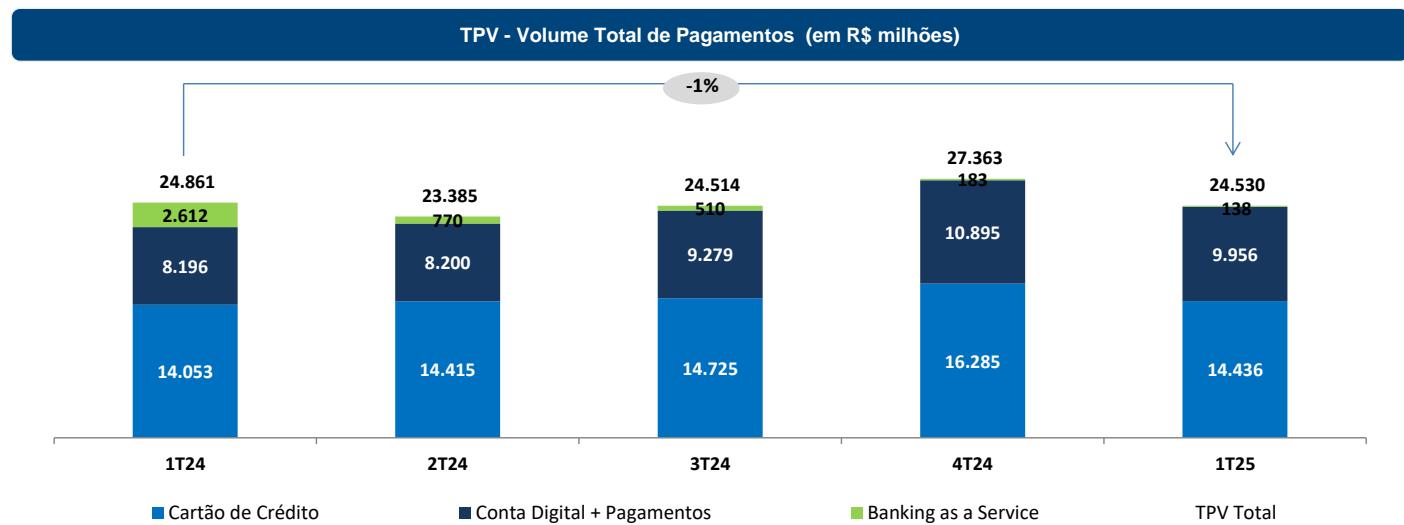
## ANEXO VII MAGALUBANK

As iniciativas do Magalubank integram soluções financeiras para clientes e sellers. Entre os serviços oferecidos, estão subadquirência, conta digital, cartão de crédito, CDC, seguros e empréstimos para pessoas físicas e jurídicas.

No 1T25, o Magalu anunciou que recebeu autorização do Banco Central para iniciar as operações da MagaluPay como uma Sociedade de Crédito, Financiamento e Investimento (SCFI). Com isso, a companhia poderá expandir de forma relevante sua atuação em serviços financeiros, oferecendo crédito direto ao consumidor — tanto nas lojas físicas quanto no e-commerce — e outros produtos voltados a clientes e sellers. A nova estrutura trará ganhos de eficiência, transparência e rentabilidade, além de permitir, no futuro, o acesso a novas fontes de captação de recursos, otimizando o uso de capital no varejo.

### | Indicadores Operacionais

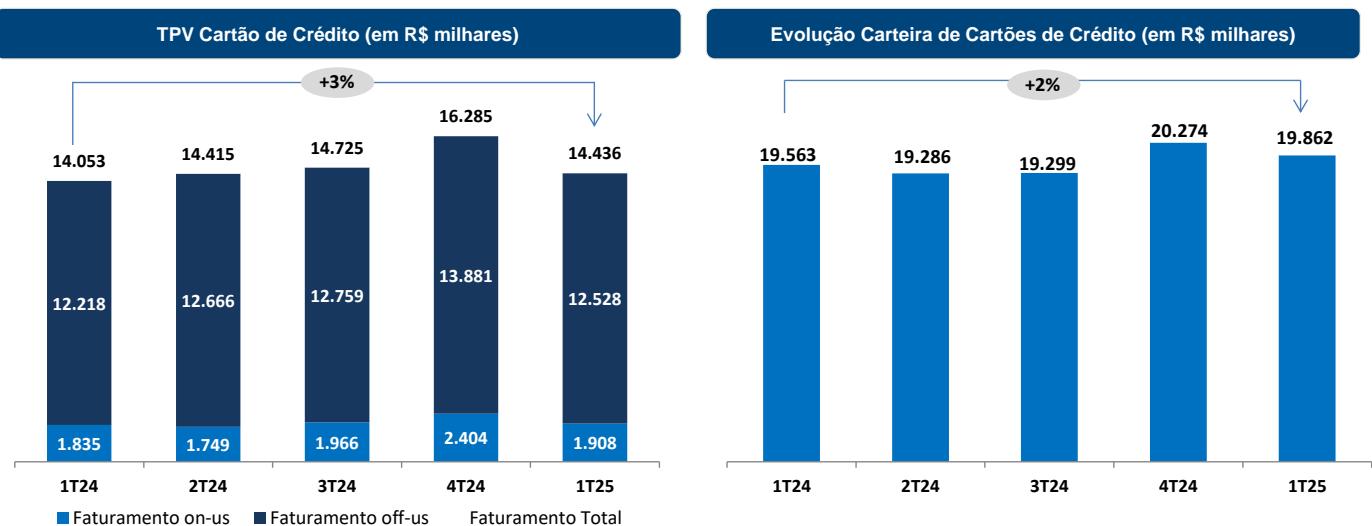
- O volume total de transações (TPV) foi de R\$24,5 bilhões no 1T25, uma redução 1,3% em relação ao 1T24.



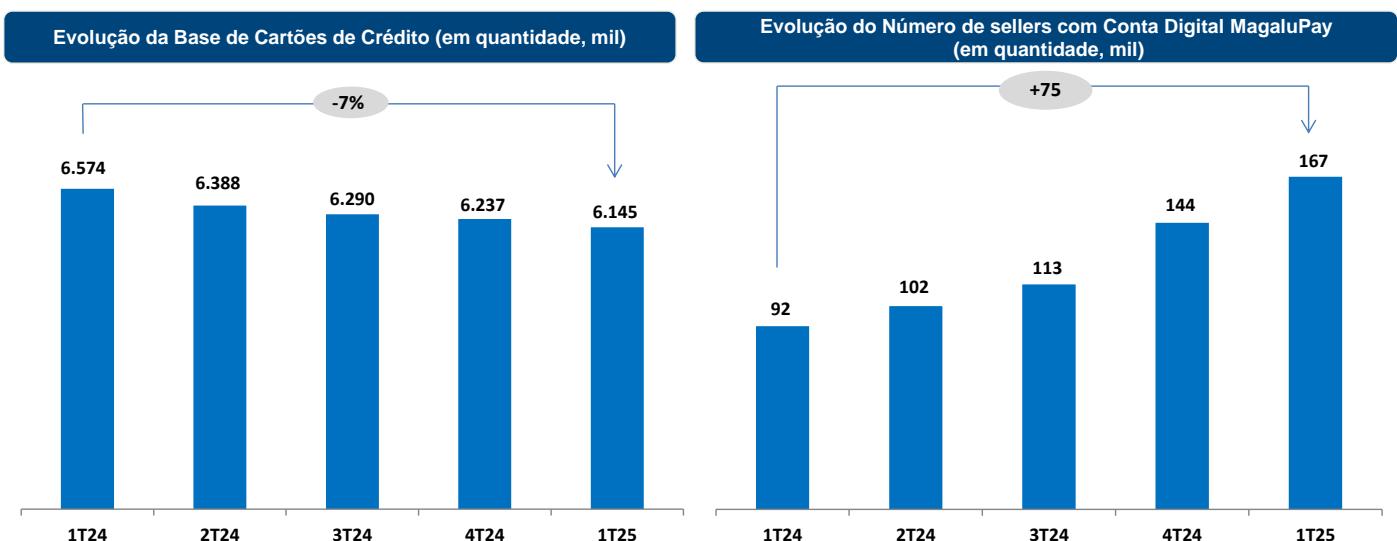
### | Cartão de Crédito

- O TPV de Cartão de Crédito foi de R\$14,4 bilhões no 1T25, crescendo 2,7% em relação ao 1T24. As vendas dentro do Magalu para clientes do Cartão Luiza e do Cartão Magalu, reconhecidos pela fidelidade e maior frequência de compra atingiram R\$1,9 bilhão no 1T25, crescendo 4,0%. O faturamento nos cartões de crédito fora do Magalu cresceu 2,5% no 1T25, totalizando R\$12,5 bilhões no trimestre.
- A carteira de crédito totalizou R\$19,9 bilhões ao final do 1T25, um aumento de 1,5% em relação ao 1T24.

## 1T25



- Em mar/25, a base total de cartões de crédito foi de 6,1 milhões de cartões (-6,5% versus mar/24), incluindo o Cartão Luiza e o Cartão Magalu.



## Conta Digital e Pagamentos

- O volume total de transações processadas (TPV) na subadquirência, conta digital e empréstimos para sellers atingiu R\$10,0 bilhões no 1T25, crescendo 21,5%.
- O MagaluPay Empresas alcançou a marca de 167 mil contas e um TPV de R\$1,4 bilhão no 1T25. Nossa conta digital de sellers conta com diversos serviços financeiros do ecossistema em um único lugar.

## Banking as a Service (Baas)

- O volume total de transações processadas (TPV) no segmento Banking as a Service foi de R\$138,1 milhões no 1T25.

**1T25****ANEXO VIII****LUIZACRED****| Demonstração de Resultados da Luizacred em IFRS**

R\$ milhões	1T25	AV	1T24	AV	Var(%)
Receitas da Intermediação Financeira	634,2	100,0%	599,0	100,0%	5,9%
Despesas da Intermediação Financeira	(601,1)	-94,8%	(687,7)	-114,8%	-12,6%
Operações de Captação no Mercado	(109,5)	-17,3%	(142,4)	-23,8%	-23,1%
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	(491,6)	-77,5%	(545,3)	-91,0%	-9,8%
<b>Resultado Bruto da Intermediação Financeira</b>	<b>33,0</b>	<b>5,2%</b>	<b>(88,7)</b>	<b>-14,8%</b>	<b>-</b>
Receitas de Prestação de Serviços	406,6	64,1%	403,4	67,4%	0,8%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(300,4)	-47,4%	(292,1)	-48,8%	2,8%
Despesas de Pessoal	(2,9)	-0,5%	(2,4)	-0,4%	22,3%
Outras Despesas Administrativas	(208,2)	-32,8%	(203,1)	-33,9%	2,5%
Depreciação e Amortização	(2,9)	-0,5%	(3,0)	-0,5%	-2,0%
Despesas Tributárias	(57,1)	-9,0%	(54,7)	-9,1%	4,5%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(29,2)	-4,6%	(28,9)	-4,8%	1,0%
<b>Resultado Antes da Tributação sobre o Lucro</b>	<b>139,2</b>	<b>22,0%</b>	<b>22,6</b>	<b>3,8%</b>	<b>516,0%</b>
Imposto de Renda e Contribuição Social	(55,3)	-8,7%	(9,2)	-1,5%	497,5%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>84,0</b>	<b>13,2%</b>	<b>13,4</b>	<b>2,2%</b>	<b>528,8%</b>

**| Demonstração de Resultados da Luizacred pelas normas contábeis estabelecidas pelo Banco Central**

R\$ milhões	1T25	AV	1T24	AV	Var(%)
Receitas da Intermediação Financeira	634,2	100,0%	599,0	100,0%	5,9%
Despesas da Intermediação Financeira	(636,2)	-100,3%	(707,4)	-118,1%	-10,1%
Operações de Captação no Mercado	(109,5)	-17,3%	(142,4)	-23,8%	-23,1%
Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa	(526,7)	-83,1%	(565,0)	-94,3%	-6,8%
<b>Resultado Bruto da Intermediação Financeira</b>	<b>(2,0)</b>	<b>-0,3%</b>	<b>(108,4)</b>	<b>-18,1%</b>	<b>-98,1%</b>
Receitas de Prestação de Serviços	406,6	64,1%	403,4	67,3%	0,8%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(300,4)	-47,4%	(292,1)	-48,8%	2,8%
Despesas de Pessoal	(2,9)	-0,5%	(2,4)	-0,4%	22,3%
Outras Despesas Administrativas	(208,2)	-32,8%	(203,1)	-33,9%	2,5%
Depreciação e Amortização	(2,9)	-0,5%	(3,0)	-0,5%	-2,0%
Despesas Tributárias	(57,1)	-9,0%	(54,7)	-9,1%	4,5%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(29,2)	-4,6%	(28,9)	-4,8%	1,0%
<b>Resultado Antes da Tributação sobre o Lucro</b>	<b>104,2</b>	<b>16,4%</b>	<b>3,0</b>	<b>0,5%</b>	<b>3401,3%</b>
Imposto de Renda e Contribuição Social	(41,2)	-6,5%	(1,4)	-0,2%	2852,3%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>63,0</b>	<b>9,9%</b>	<b>1,6</b>	<b>0,3%</b>	<b>3886,8%</b>

## 1T25

## | Receitas da Intermediação Financeira

No 1T25, as receitas da intermediação financeira atingiram R\$634,2 milhões, um aumento de 5,9% em relação ao mesmo trimestre do ano anterior, em função do aumento da taxa de juros e da antecipação de recebíveis.

## | Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa (PDD)

A carteira vencida de 15 dias a 90 dias (NPL 15) representou apenas 3,0% da carteira total em mar/25, uma melhora de 0,4 p.p. em relação a mar/24. A carteira vencida acima de 90 dias (NPL 90) foi de 8,1% em mar/25, uma melhora de 1,3 p.p. em relação a mar/24.

A política de crédito assertiva da Luizacred e todos os esforços de cobrança realizados pelos canais digitais, pelas lojas e pelas centrais de cobrança tem sido fundamentais para a evolução nos indicadores da carteira, que continuam apresentando uma redução da inadimplência das safras mais recentes. A carteira vencida total ficou praticamente estável no 1T25, passando de R\$2.188,2 milhões em dez/24 para R\$2.195,6 milhões em mar/25. Esse atraso total segue em patamar controlado, em linha conforme previa a nossa estratégia mais conservadora de gestão de risco de crédito.

As despesas de PDD líquidas de recuperação representaram 2,5% da carteira total no 1T25. Seguimos com uma tendência positiva nos indicadores de inadimplência nos últimos meses, sinalizando a contribuição favorável das novas safras para o resultado da Luizacred. O índice de cobertura da carteira vencida foi de 162% em mar/25, um aumento de 3,2 p.p. em relação a dez/24.

CARTEIRA - VISÃO ATRASO	mar-25	dez-24	set-24	jun-24	mar-24	
000 a 014 dias	17.666	88,9%	18.086	89,2%	17.053	88,4%
015 a 030 dias	152	0,8%	138	0,7%	118	0,6%
031 a 060 dias	216	1,1%	186	0,9%	184	1,0%
061 a 090 dias	225	1,1%	229	1,1%	238	1,2%
091 a 120 dias	244	1,2%	238	1,2%	219	1,1%
121 a 150 dias	233	1,2%	194	1,0%	214	1,1%
151 a 180 dias	178	0,9%	178	0,9%	211	1,1%
180 a 360 dias	947	4,8%	1.025	5,1%	1.063	5,5%
<b>Carteira de Crédito (R\$ milhões)</b>	<b>19.862</b>	<b>100,0%</b>	<b>20.274</b>	<b>100,0%</b>	<b>19.299</b>	<b>100,0%</b>
Expectativa de Recebimento de Carteira Vencida acima 360 dias	464		453		444	
					429	
						402
<b>Carteira Total em IFRS 9 (R\$ milhões)</b>	<b>20.326</b>	<b>20.727</b>	<b>19.743</b>	<b>19.715</b>	<b>19.966</b>	
Atraso de 15 a 90 Dias	593	3,0%	553	2,7%	540	2,8%
Atraso Maior 90 Dias	1.602	8,1%	1.635	8,1%	1.707	8,8%
Atraso Total	<b>2.196</b>	11,1%	<b>2.188</b>	10,8%	<b>2.246</b>	11,6%
PDD Total em IFRS 9	<b>2.592</b>	13,1%	<b>2.592</b>	12,8%	<b>2.625</b>	13,6%
Índice de Cobertura Total	162%		159%		154%	
					150%	
						148%

Nota: para melhor comparabilidade e análise de desempenho dos créditos (NPL), a Companhia passou a divulgar a abertura da carteira pelo critério de atraso, enquanto que no Banco Central a Companhia continua divulgando a abertura da carteira na visão por faixa de risco.

## | Resultado Bruto da Intermediação Financeira

O resultado bruto da intermediação financeira passou de R\$88,7 milhões negativos no 1T24 para R\$33,0 milhões positivos no 1T25, influenciado pelo crescimento das receitas e pela redução do custo de *funding* e das provisões.

## | Receita de Serviços e Outras Despesas/Receitas Operacionais

As receitas de serviços cresceram 0,8% no 1T25, alcançando R\$406,6 milhões, em função principalmente do crescimento do faturamento e da penetração de seguros. No mesmo período, as despesas operacionais cresceram 2,8%, representando R\$300,4 milhões.

## | Lucro Líquido

No 1T25, a Luizacred teve o lucro líquido em R\$84,0 milhões em IFRS. No mesmo período, de acordo com as práticas contábeis estabelecidas pelo Banco Central, o lucro líquido foi de R\$63,0 milhões.

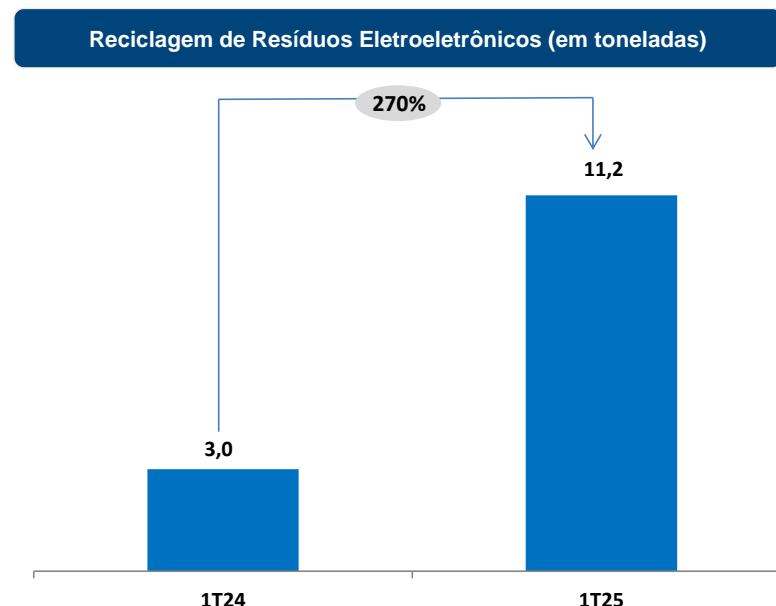
## | Patrimônio Líquido

Em IFRS, o patrimônio líquido da Luizacred foi de R\$2,0 bilhões em mar/25. Pelas novas práticas contábeis estabelecidas pelo Banco Central, o patrimônio líquido da Luizacred foi de R\$1,7 bilhão na mesma data.

**ANEXO IX**  
**DESTAQUES SOCIOAMBIENTAIS**

| **Logística reversa**

No primeiro trimestre, o Magalu recolheu e destinou para reciclagem cerca de 11 toneladas de resíduos eletroeletrônicos, coletados em lojas de todo o Brasil. O volume é 270% maior que o registrado no mesmo período do ano passado, em linha com nossos esforços de ampliação da logística reversa desses materiais. Essa frente está atrelada, inclusive, à recente captação de recursos junto à IFC, do Banco Mundial. O financiamento de US\$130 milhões, divulgado no último mês de abril, após ampla diligência, estabelece contrapartidas socioambientais, dentre elas a coleta de 85 toneladas em 2026 e de 144 toneladas em 2028.



| **Diversidade e Inclusão**

Ao longo do primeiro trimestre do ano, treinamos mais de 900 pessoas em temas de diversidade e inclusão, um dos pilares da agenda de sustentabilidade do Magalu. Conduzimos agendas imersivas sobre gênero, raça, pessoas com deficiência e comunidade LGBTQIAP+ para lideranças do Kabum!, vendedores Netshoes e novos colaboradores nesse período.

Realizamos, ainda, uma mentoria coletiva para 23 mulheres empreendedoras da periferia de São Paulo na Arena Magalu em fevereiro. Reunimos colaboradores da área de marketing para falar sobre estratégias de crescimento de vendas nas redes sociais para essas mulheres junto à escola de negócios Empreende Aí, parceira do Mundo Social – seção de produtos de impacto socioambiental positivo de nossa plataforma de e-commerce.

**TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS**  
**Teleconferência em Português com tradução simultânea para o inglês**

**09 de maio de 2025 (sexta-feira)**

**09h00 – Horário de Brasília**  
**08h00 – Horário Estados Unidos (EST)**

**Acesso Teleconferência**

**Twitter:**  
**@ri\_magalu**

---

**Relações com Investidores**

**Roberto Bellissimo**  
 Diretor Financeiro e RI

**Vanessa Rossini**  
 Diretora Adjunta RI

**Lucas Ozorio**  
 Gerente RI

**Natassia Lima**  
 Analista RI

**Lucas Risso**  
 Analista RI

Tel.: +55 11 3504-2727  
[ri@magazineluiza.com.br](mailto:ri@magazineluiza.com.br)

---

**Sobre o Magazine Luiza**

Magazine Luiza, ou Magalu, é uma empresa de tecnologia e logística voltada para o varejo. A partir de um varejista tradicional do interior de São Paulo com foco em bens duráveis para a classe média brasileira, a Companhia transformou-se em uma empresa de tecnologia, fornecendo uma ampla gama de produtos e serviços para brasileiros de todas as classes. O Magalu possui uma forte presença geográfica, com vinte e um centros de distribuição estrategicamente localizados que atendem uma rede de mais de 1.245 lojas distribuídas em 20 estados. No centro do sucesso do Magalu está uma plataforma de varejo multicanal, capaz de alcançar clientes através de aplicativos, site e lojas físicas. Uma grande parte do sucesso da empresa também se deve à sua equipe interna de desenvolvimento, o Luizalabs, que é composto por mais de 2.200 desenvolvedores e especialistas. Entre outras coisas, o Luizalabs utiliza tecnologias como big data e machine learning para criar aplicativos para as diversas áreas da Companhia, como atendimento, logística, financeiro e gestão de estoque, com o objetivo de eliminar qualquer fricção no processo do varejo, melhorando a rentabilidade, os prazos de entrega e a experiência do cliente. A empresa tem estado na vanguarda da adoção do e-commerce na América Latina e a operação online, incluindo o marketplace, representa 70% das vendas totais. O Magalu também possui um modelo logístico único e inovador. As operações logísticas online e offline são 100% integradas, e permitem que a Companhia aproveite sua presença física para reduzir radicalmente os custos e os prazos de entrega no Brasil.

---

**EBITDA, EBITDA Ajustado e Lucro Líquido Ajustado**

O EBITDA (lucro antes de juros, imposto de renda e contribuição social, receitas e despesas financeiras, depreciação e amortização) não é uma medida de desempenho financeiro segundo as práticas contábeis adotadas no Brasil. Por não considerar despesas intrínsecas ao negócio, o EBITDA apresenta limitações que afetam seu uso como indicador de rentabilidade ou liquidez. O EBITDA não deve ser considerado como alternativa ao lucro líquido ou fluxo de caixa operacional. Além disso, o EBITDA não possui significado padrão, e nossa definição pode não ser comparável com a definição adotada por outras Companhias. Os resultados extraordinários considerados para efeito de cálculo do EBITDA Ajustado e do Lucro Líquido Ajustado também não devem ser considerados como alternativa ao EBITDA e ao lucro líquido, conforme as práticas contábeis adotadas no Brasil.

---

**Aviso Legal**

As afirmações contidas neste documento relacionadas a perspectivas sobre os negócios, projeções sobre resultados operacionais e financeiros e aquelas relacionadas a perspectivas de crescimento do Magazine Luiza são meramente projeções e, como tais, são baseadas exclusivamente nas expectativas da diretoria sobre o futuro dos negócios. Essas expectativas dependem, substancialmente, das aprovações e licenças necessárias para homologação dos projetos, condições de mercado, do desempenho da economia brasileira, do setor e dos mercados internacionais e, portanto, sujeitas a mudanças sem aviso prévio. O presente relatório de desempenho inclui dados contábeis e não contábeis tais como, operacionais, financeiros pro forma e projeções com base na expectativa da Administração da Companhia. Os dados não contábeis não foram objeto de revisão por parte dos auditores independentes da Companhia.