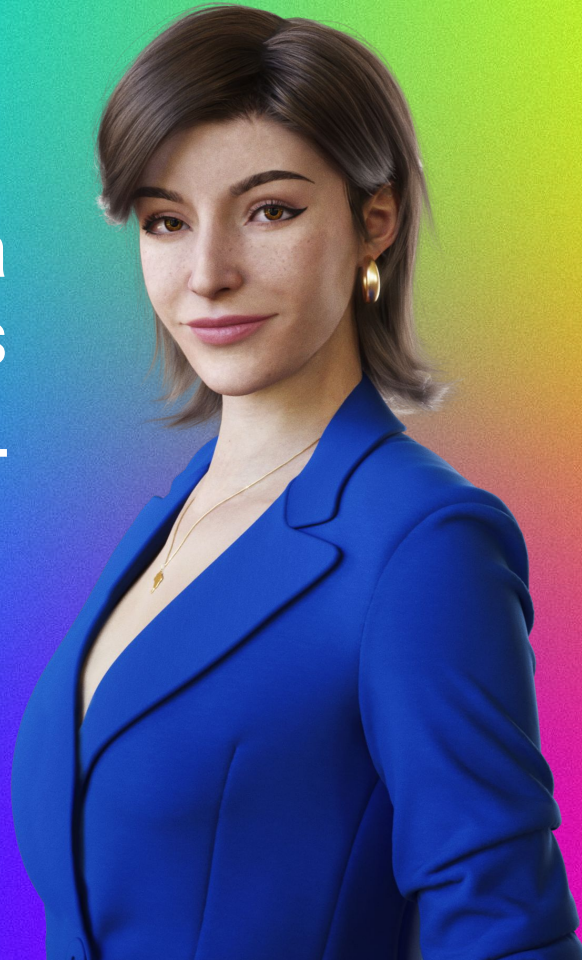


Teleconferência de Resultados 3T24

8 de Novembro, 2024



Esta teleconferência possui tradução simultânea. Para acessar, basta clicar no botão Interpretação através do ícone do globo na parte inferior da tela.

O Release de Resultados e a Apresentação, versões português e inglês, estão disponíveis para download no site de RI: ri.magazineluiza.com.br

A apresentação em inglês também está disponível no link enviado no chat.

This conference call has simultaneous translation.

To gain access, please click the Interpretation button on the globe icon at the bottom of the screen.

The Earnings Release and the Presentation, Portuguese and English versions, are available for download on the Investor Relations website: ri.magazineluiza.com.br

The presentation in English is also available on the link sent in the chat.

Ecosistema Magalu: Novas fontes de resultados e menor exposição à ciclicidades macroeconômicas. Garantir a rentabilidade independente da taxa de juros.

2016-2020: Digitalização Magalu

1- Inclusão Digital



2- Multi Canalidade



3- Digitalização das Lojas



4- Plataforma Digital de Vendas



5- Cultura Digital



2021-2025: Criação do Ecosistema

1- Crescimento do Marketplace



2- Novas Categorias



3- Fintech Magalu



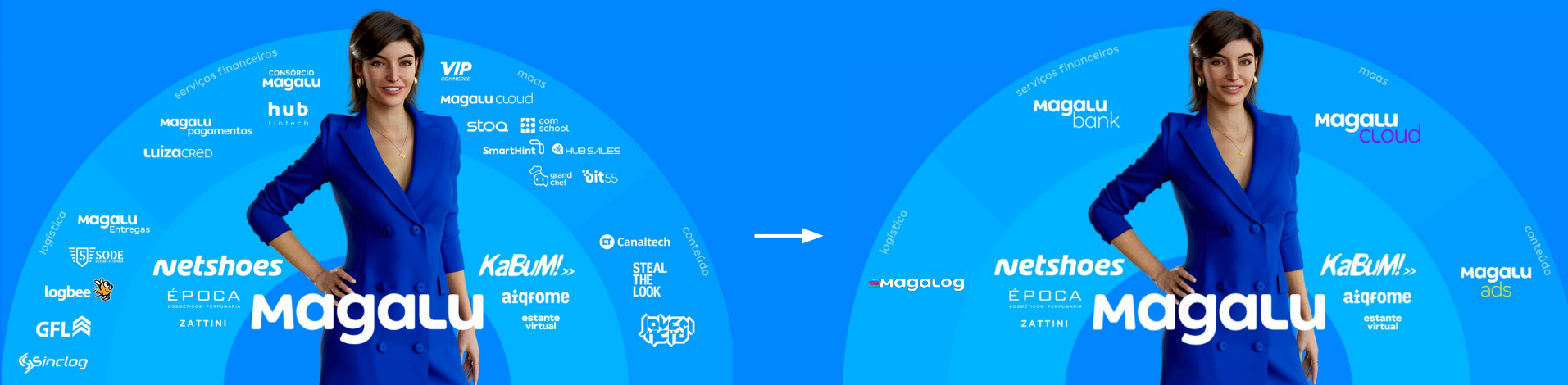
4 - Entrega Mais Rápida



5- Magalu as a Service



Consolidação do Ecosystema Magalu

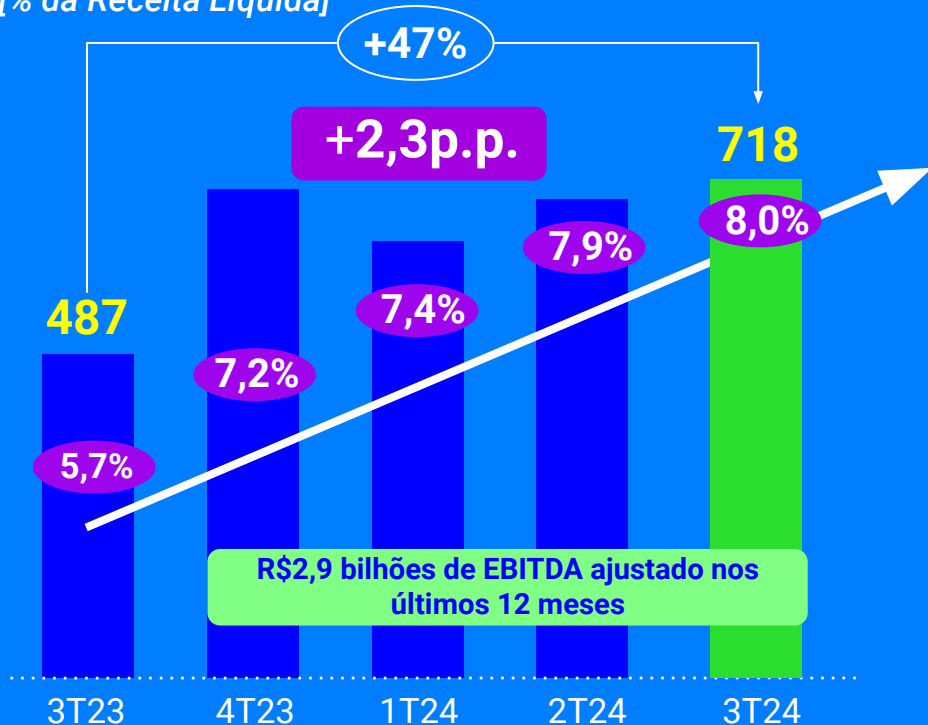


Ecosystema baseado na diversificação dos *earnings streams* (fontes de resultados), que blinda a companhia dos efeitos das ciclicidades macroeconômicas

3T24: 4º trimestre consecutivo de lucro líquido

No trimestre, EBITDA ajustado cresceu 47%, atingindo 8,0% de margem (+2,3p.p.), queda de 21% nas despesas financeiras e R\$70 milhões de lucro líquido ajustado

Margem EBITDA ajustada
[% da Receita Líquida]



R\$ 70 milhões
de Lucro Líquido
Ajustado no 3T24

(Evolução de R\$316 milhões no lucro operacional antes dos impostos)

R\$239 milhões de Lucro Líquido ajustado nos últimos 12 meses

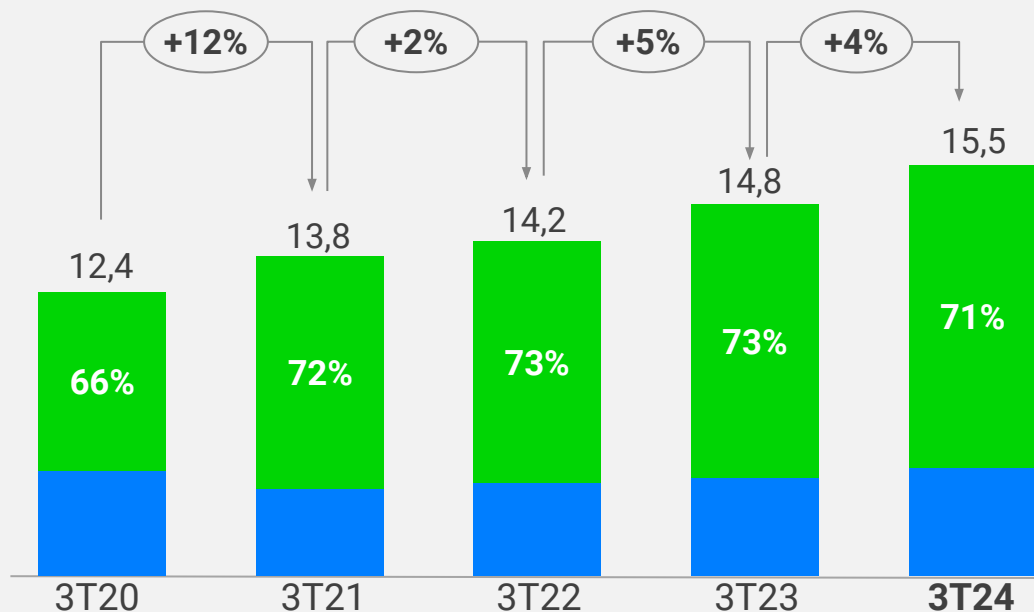


As Vendas Totais foram de **R\$15,5 bilhões** no 3T24, com **crescimento de 4%**

Evolução das vendas totais

[Bilhões R\$; %]

Online Lojas



Lojas:

R\$4,5 bi Vendas nas Lojas

Marketplace:

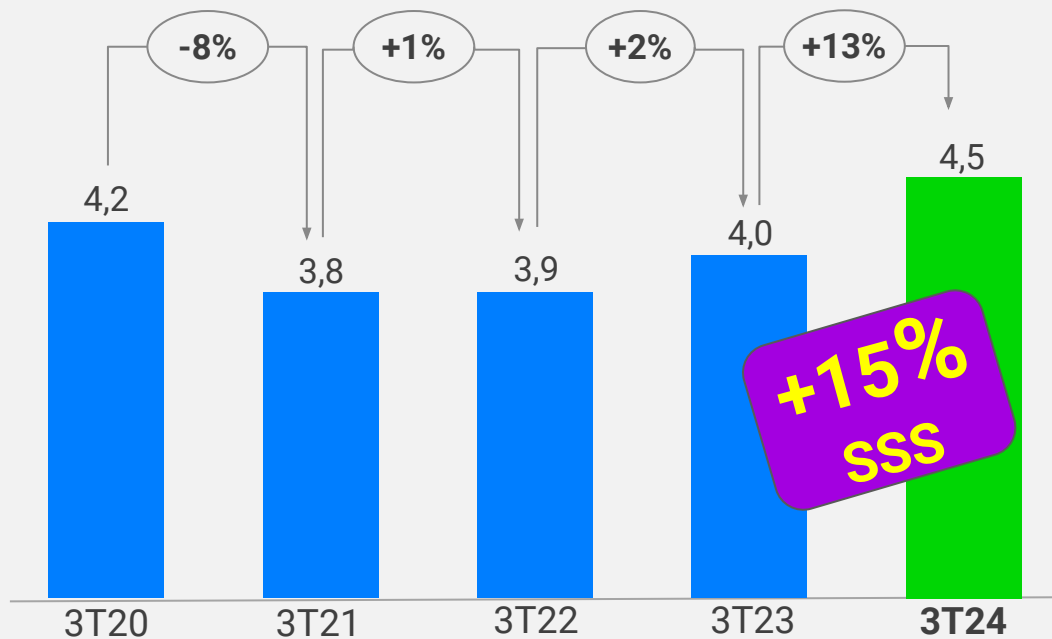
R\$4,5 bi Vendas do 3P

1P:

R\$6,5 bi Vendas do 1P

O Magalu segue a trajetória com forte ganho de marketshare nas Lojas Físicas, atingindo **R\$ 4,5 bilhões** em vendas no 3T24

Evolução das vendas em lojas físicas
[Bilhões R\$; %]



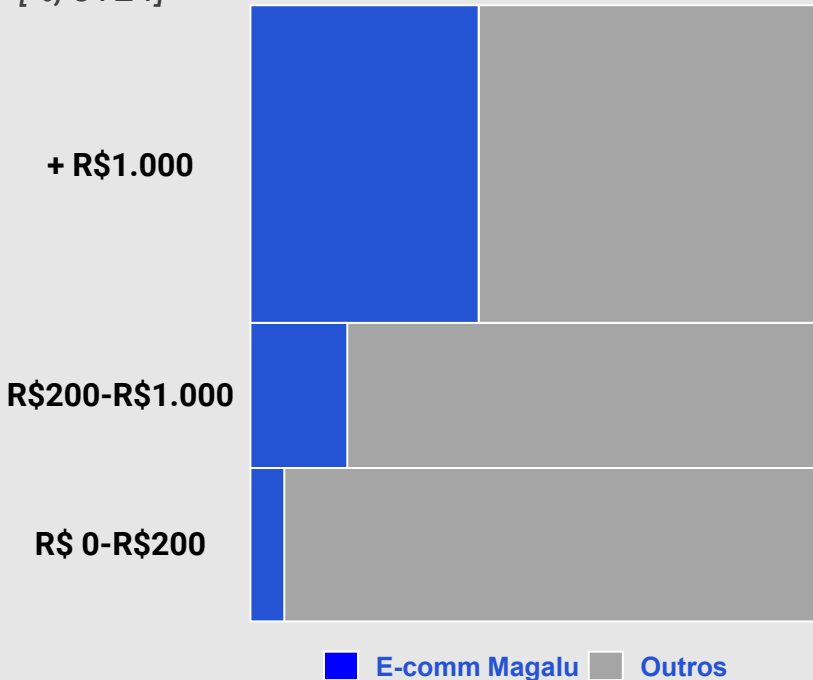
15% Crescimento nas mesmas lojas
[3T24 - 3T23]

13% Crescimento das Lojas Físicas
[3T24 - 3T23]

Crescimento em todas as regiões e
todas as categorias

Estratégia para expansão do e-commerce, com a consolidação da nossa liderança em tickets altos e diversificação em tickets menores

Participação do Magalu no mercado online por faixa de ticket médio [%; 3T24]



Estratégia por segmento



Nível de serviço: Procedência e qualidade



Apoio da loja física na multicanalidade



Crédito nos cartões Luiza e Magalu



Logística rápida e eficiente



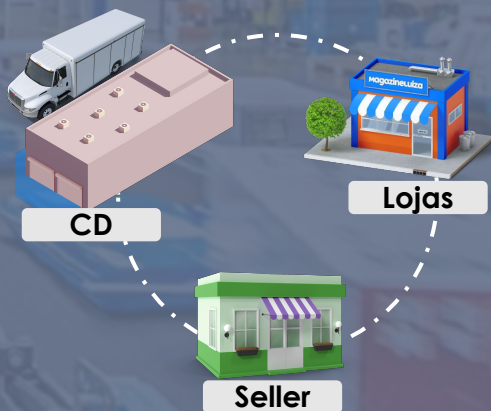
Evolução do Fulfillment multicanal

Agência Magalu: Retira Loja, Drop-off, Ship-from-store



Parceria com Aliexpress para venda de Crossborder chinês

Conectar o Fulfillment do Marketplace aos nossos CDs e lojas otimiza as entregas, oferecendo um serviço mais rápido a custos menores



magalu

KaBum
www.kabum.com.br

NETSHOES

Fulfillment Verdadeiramente Multicanal



Entregas mais rápidas

- O mesmo veículo abastece as lojas, realiza retiradas e entrega aos clientes (1P e 3P)

Redução média no tempo de entrega

-40% tempo

Menores custos



- Estrutura pronta para operar: os custos operacionais do fulfillment 3P são absorvidos pelos CDs atuais

Redução média nos custos de frete

-20% custos

= Maior índice de conversão

Aumento médio na taxa de conversão

2x

= Maior NPS

Aumento médio no NPS

+10 p.p.

+24% dos pedidos do 3P

+3.700 sellers

Nível de serviço de 95%

9 CDs

Abertura no Rio de Janeiro

154% crescimento de vendas no Fulfillment (alto NPS) vs 9M23, outras modalidades com redução de 7,5% nas vendas (baixo NPS)

Encanta Magalu: Forte evolução do NPS, com melhoria em todos os os canais, especialmente no marketplace



NPS Consolidado - set/24

67

+13
pontos

80

Jan/ 24

Set/ 24

85

1P

85

Lojas

75

3P



Novidade Multicanal:

Possibilidade de devolução de produtos online (inclusive 3P) em lojas físicas e pontos conveniados

Parceria estratégica entre Magalu e Alibaba expande significativamente o sortimento e o público de ambas as plataformas no Brasil

MAGALU

Tem **AliExpress** no **MAGALU**

Milhares de produtos importados direto na sua mão

Produtos da linha "Choice" do Alibaba são vendidos no Brasil por meio do Magalu

AliExpress magalu

AliExpress

Os produtos 1P da Magalu são vendidos por meio do AliExpress Brasil

caixas som

AliExpress **MAGALU**
Compre Agora
Parceria exclusiva de Magalu e AliExpress

samsung Galaxy Ultra	R\$4.558,09 Poupe R\$4.940,91	PHILCO R\$282,00 Poupe R\$173,80	PHILCO R\$1.600 Poupe R\$120
----------------------	----------------------------------	-------------------------------------	---------------------------------

Mais vendidos >

Fone De Ouvido...	Máquina De Cortar...	Big Boy 12
R\$11,00 94% off	R\$9,22 85% off	R\$423 44% off
9152 vendidos(s) 4.2	6876 vendidos(s) 4.4	1291 vendidos

Smart TV 43" Full HD D-LED AOC 43S5135/78G

Compromisso do AliExpress **MAGALU**

Frete: R\$10,42 Origem Brasil

Entrega: Out. 04 - 27

Devoluções grátis até 7 dias

Comprar agora

Magalog

Lançamento da
Operadora Logística
Independente do Magalu



comscore

Audiência das Marcas nas Redes Sociais Set/24

O Magalu é a marca de maior audiência nas redes sociais

Magazine Luiza
21,4M

Casas Bahia
9,1M

Pague Menos
1,3M

Mercado Livre
18,2M

iFood
4,8M

Raia Drogasil
914 mil

Carrefour
13,3M

Amazon
3,9M

Drogarias Pacheco
447 mil

Americanas
11,8M

Pão de Açúcar
2,4M

Drogaria São Paulo
426 mil

Shopee
10,7M

PanVel
2,1M

A Comscore considera audiência cross-plataforma, ou seja, audiência somada e deduplicada nas redes sociais: Facebook, Instagram e X.



Nova Plataforma de Anúncios

+48%

Receita da
Plataforma
[3T24 vs 3T23]

3,6k

Anunciantes
ativos
(sellers e
marcas)

- Possibilidade de criar campanhas por objetivo de negócio
- Operação via modelo de leilão de CPC
- Adição de campanhas por palavra-chave



A Lu lançou uma campanha com o WhatsApp para destacar funcionalidades de privacidade, segurança e confiança do usuário

Lançamento do Carnê Digital pelo MagaluBank e aceleração das vendas online de seguros: expansão multicanal para impulsionar vendas e rentabilidade

Carnê Digital

Offline

R\$1,5 Bi

Carteira de CDC nas
Lojas Físicas

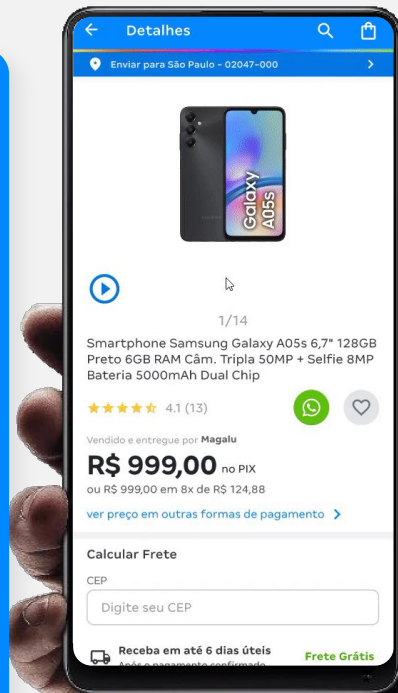
Crescimento de 28% vs 3T23



Online

- Totalmente Integrado ao app do Magalu
- Taxas personalizadas
- Contratação online e gestão no app do Magalu

Altamente lucrativo



Seguros

Offline

R\$1,5 Bi

Vendas de seguros nos
últimos 12 meses

Altamente lucrativo

Online

Alto Potencial

- Nova experiência
- Novos produtos

Crescimento de 74% no
3T24

Destques Financeiros



Magalu

Magalu

Destques Financeiros do 3T24

R\$15,5 Bilhões em Vendas Totais
(4% de crescimento)

R\$718 Milhões EBITDA Ajustado
(8,0% de margem)

13% Crescimento nas Vendas Lojas Físicas
(15% SSS)

R\$70 Milhões Lucro Líquido Ajustado
(Lucro contábil de R\$102 milhões)

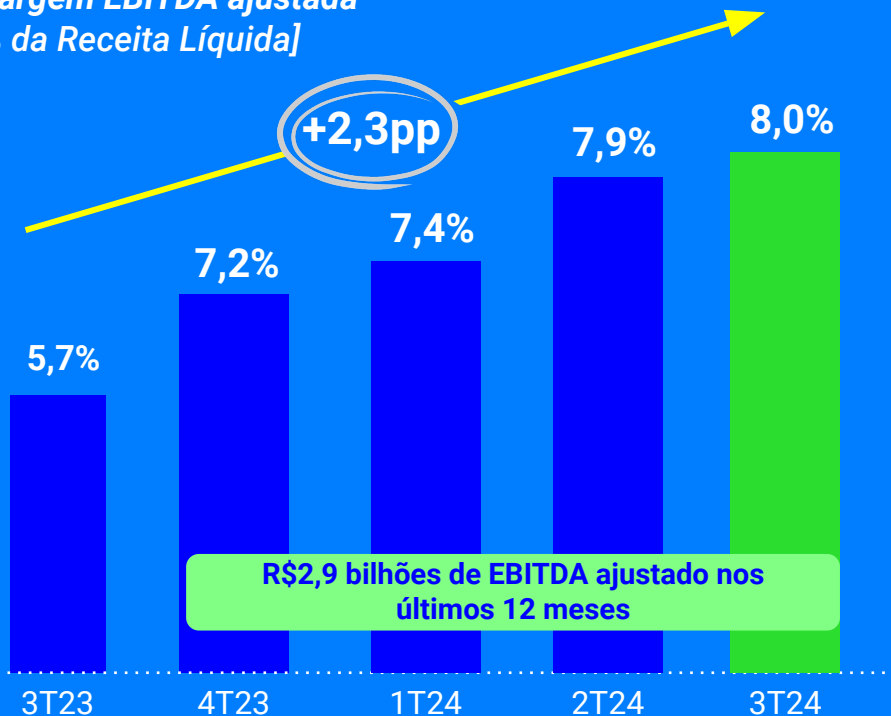
31,5% Margem Bruta
(vs 30,4% de margem no 3T23)

R\$571 Milhões Geração de Caixa Operacional
(R\$6,6 bi de posição de Caixa Total)

Evolução contínua das margens operacionais

Margem EBITDA ajustada de 8,0%, a maior margem desde 2019

Margem EBITDA ajustada
[% da Receita Líquida]

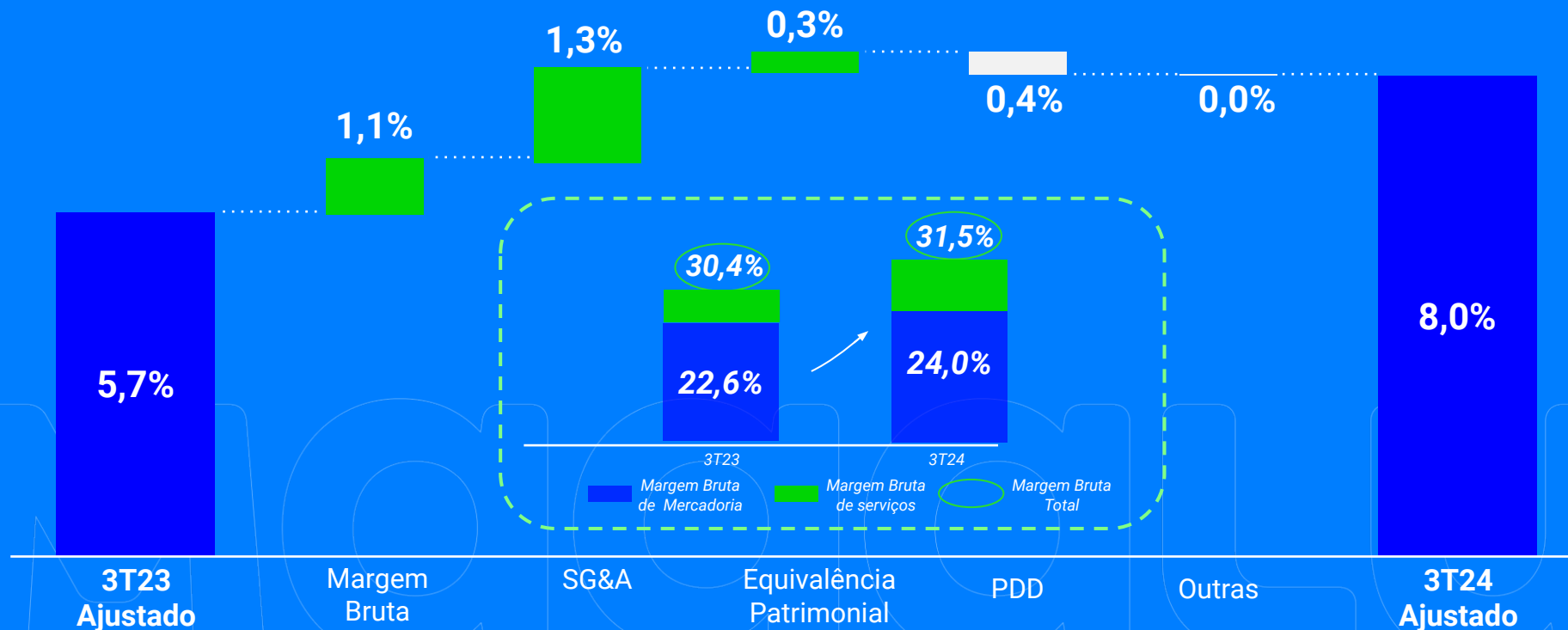


Principais Alavancas

- Aumento da margem bruta de **mercadorias** e repasse do DIFAL no 1P
- Diluição de despesas fixas
- Evolução das **receitas de serviços**
- Expansão do **Fulfillment**
- **Ganho de market share** e recuperação da rentabilidade nas lojas físicas
- Rentabilidade na **Luizacred**

Significativa evolução da Margem EBITDA Ajustada

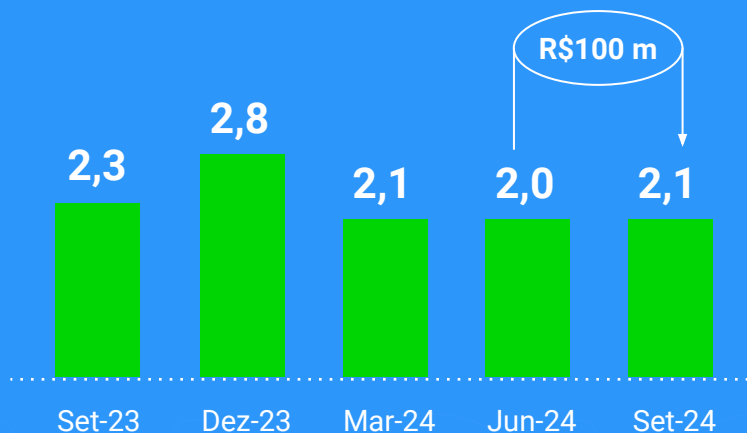
Aumento 2,3 p.p. na margem EBITDA ajustada, com aumento da margem bruta e diluição de despesas



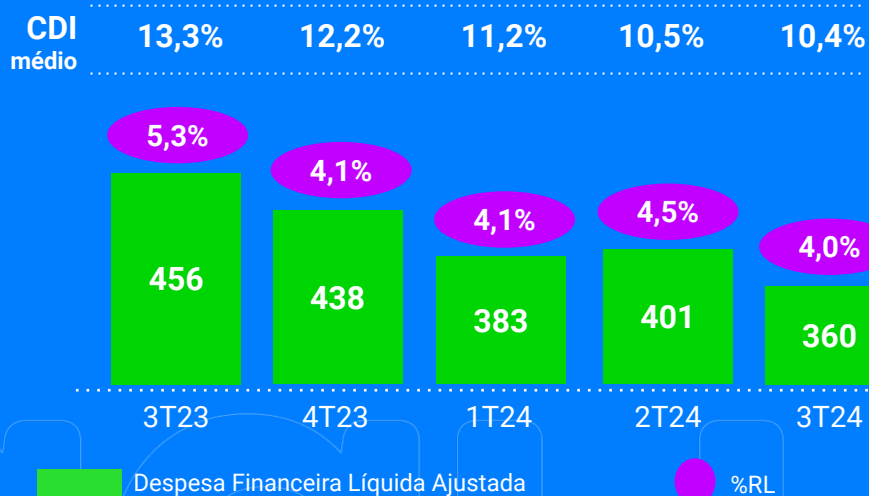
Capital de giro sólido contribui para geração de caixa operacional

Redução de 21% nas despesas financeiras no 3T24

Capital de Giro Ajustado (R\$ bilhões)



Despesa Financeira Líquida Ajustada (R\$ milhões)



Melhoria no Capital de Giro
mesmo com o reforço dos estoques para as vendas na Black Friday e no Natal

Redução de mais de R\$500 milhões nos estoques no último ano

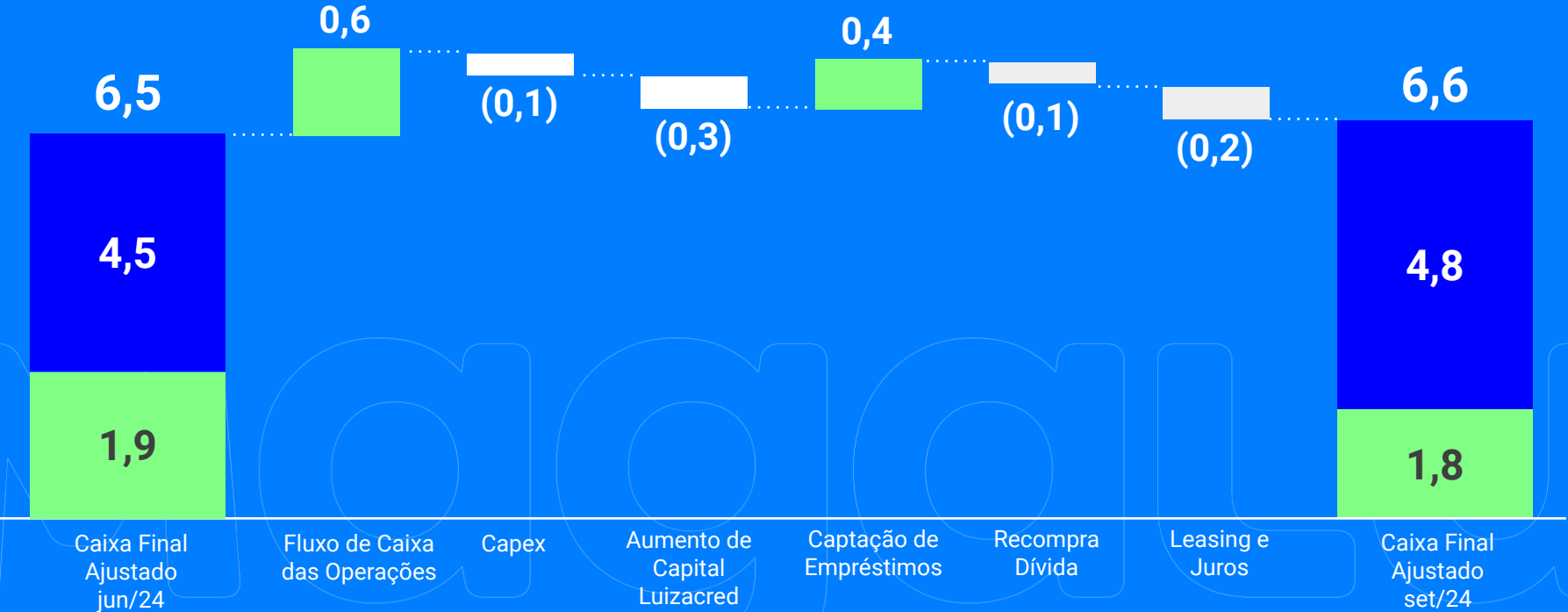
Redução de 21% nas despesas financeiras em função da queda da taxa de juros no período, da redução do endividamento, e da antecipação de recebíveis

Geração de Caixa Operacional de R\$571 milhões no 3T24

Caixa Total de R\$6,6 bilhões em Set/24

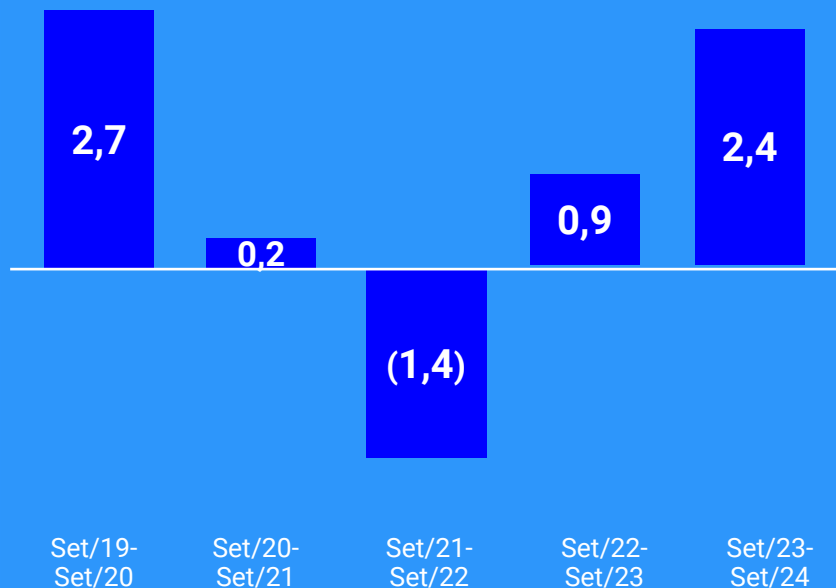
Fluxo de Caixa 3T24 (R\$ bilhões)

Recebíveis Caixa



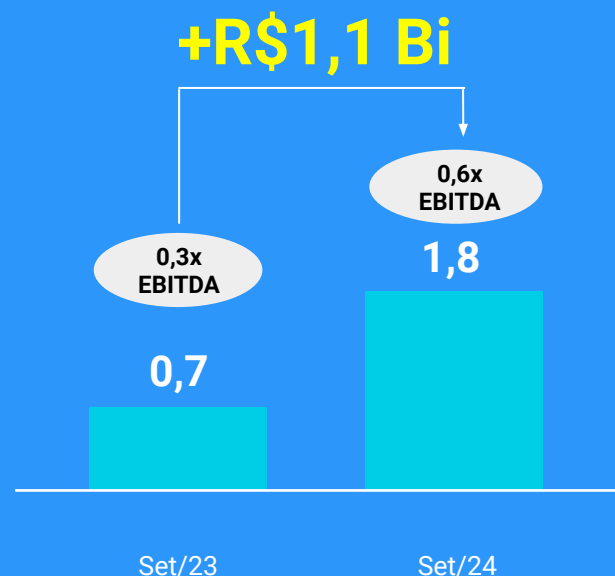
Geração de Caixa Operacional de R\$2,4 bilhões nos últimos 12 meses, com aumento de R\$1,1 bilhão no Caixa Líquido

Fluxo de caixa operacional (12 meses ; R\$ Bi)



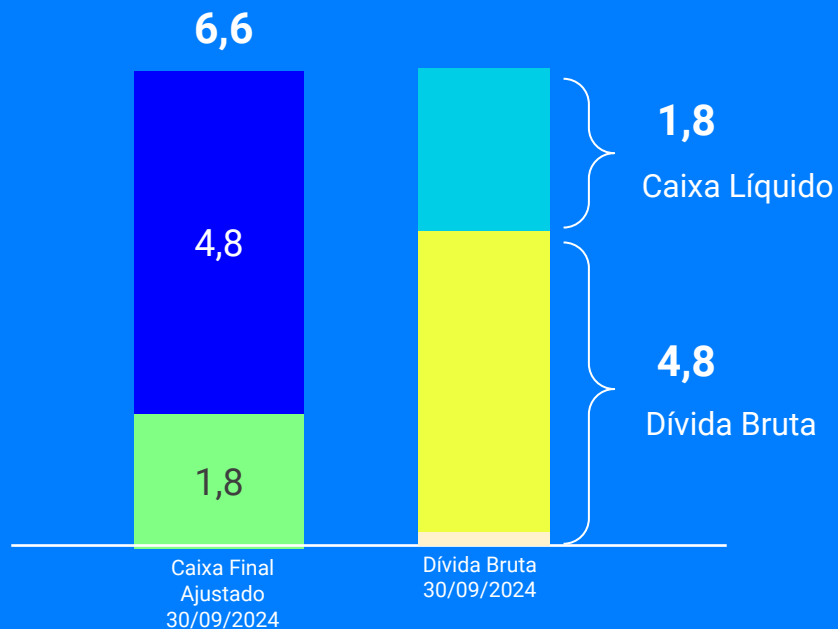
Fluxo de caixa das operações

Evolução do caixa líquido incluindo recebíveis (R\$ Bi)

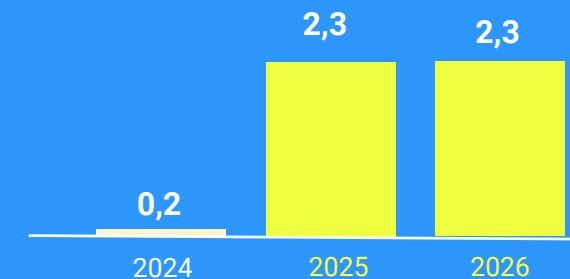


Finalizamos o 3T24 com **um caixa líquido de R\$1,8 bilhão**, um aumento de R\$1,1 bilhão na comparação anual

Caixa e Endividamento (R\$ Bi)



Cronograma da dívida (R\$ Bi)



→ 2024: Pagamento de R\$3,0 bilhões em dívida

Luizacred

TPV de cartões atingiu R\$14,7 bilhões, com ROE anualizado de 18%

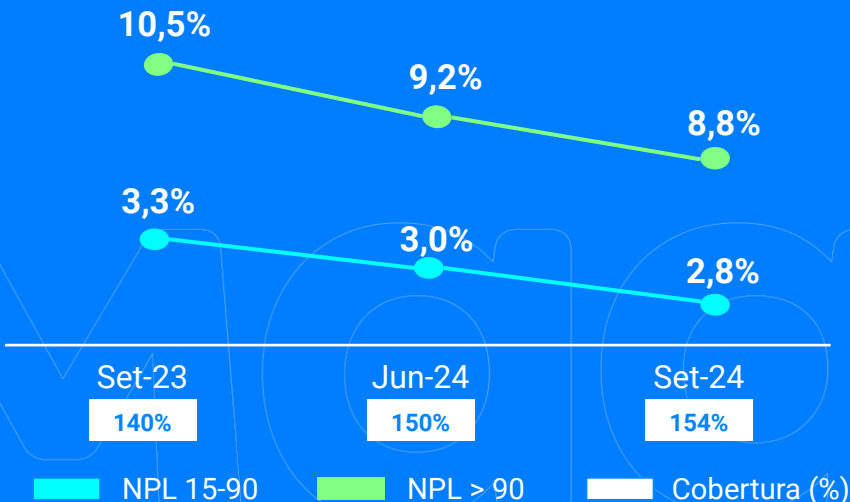
R\$19,3 B

Carteira de Crédito
[3T24]

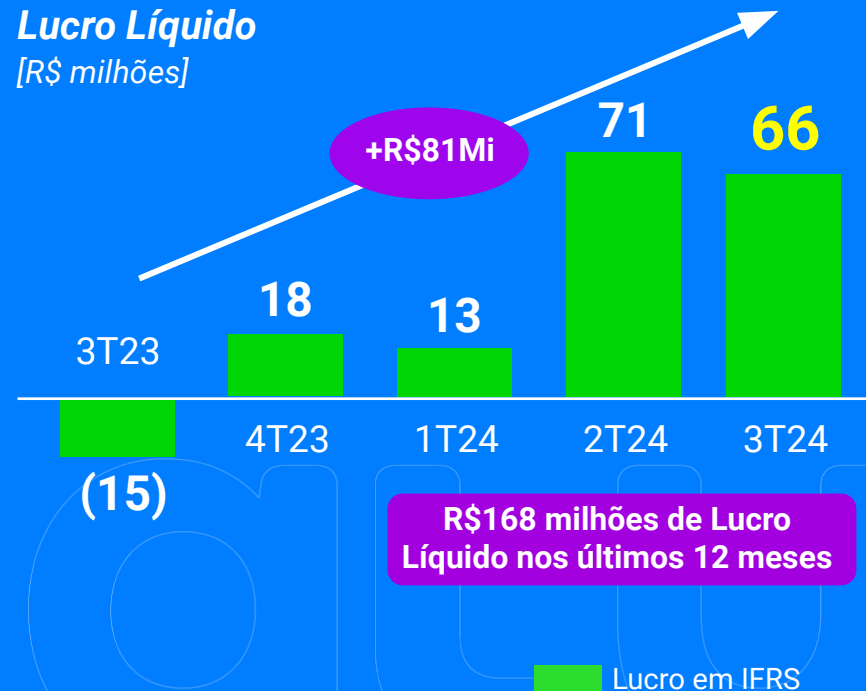
6,3M

Cartões de Crédito
[3T24]

Abertura da Carteira (%)



Lucro Líquido [R\$ milhões]



Ecosystem Magalu



serviços financeiros

CONSÓRCIO
Magalu

VIP
COMMERCE

maas

magalu
pay

hub
fintech

magalu cloud

magalu
pagamentos

stoa com
school

luizaCRED

SmartHint HUB SALES

grand
chef bit55

logística

magalu
Entregas

Canaltech

conteúdo

SODE
SOLUÇÕES DE ENTREGA

netshoes

KaBum! >>

STEAL
THE
LOOK

logbee

ÉPOCA
COSMÉTICOS · PERFUMARIA

aiqfome

GFL

ZATTINI

Magalu

estante
virtual

LOVE
GEO

Sinclog

MAGALU



RELAÇÕES COM INVESTIDORES

RI@MAGAZINELUIZA.COM.BR
MAGAZINELUIZA.COM.BR/RI

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 documento pode incluir 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.

Conference Call
3Q24

November 8, 2024



Esta teleconferência possui tradução simultânea. Para acessar, basta clicar no botão Interpretação através do ícone do globo na parte inferior da tela.

O Release de Resultados e a Apresentação, versões português e inglês, estão disponíveis para download no site de RI: ri.magazineluiza.com.br

A apresentação em inglês também está disponível no link enviado no chat.

This conference call has simultaneous translation.

To gain access, please click the Interpretation button on the globe icon at the bottom of the screen.

The Earnings Release and the Presentation, Portuguese and English versions, are available for download on the Investor Relations website: ri.magazineluiza.com.br

The presentation in English is also available on the link sent in the chat.

Magalu Ecosystem: New sources of earnings streams and less exposure to macroeconomic cyclicality. Ensuring profitability regardless of interest rates.

2016-2020: Magalu Digitalization

1- Digital Inclusion



2- Multi Channel



3- Store Digitalization



4- Digital Sales Platform



5- Digital Culture



2021-2025: Building the Ecosystem

1- Marketplace Growth



2- New Categories



3- Magalu Fintech



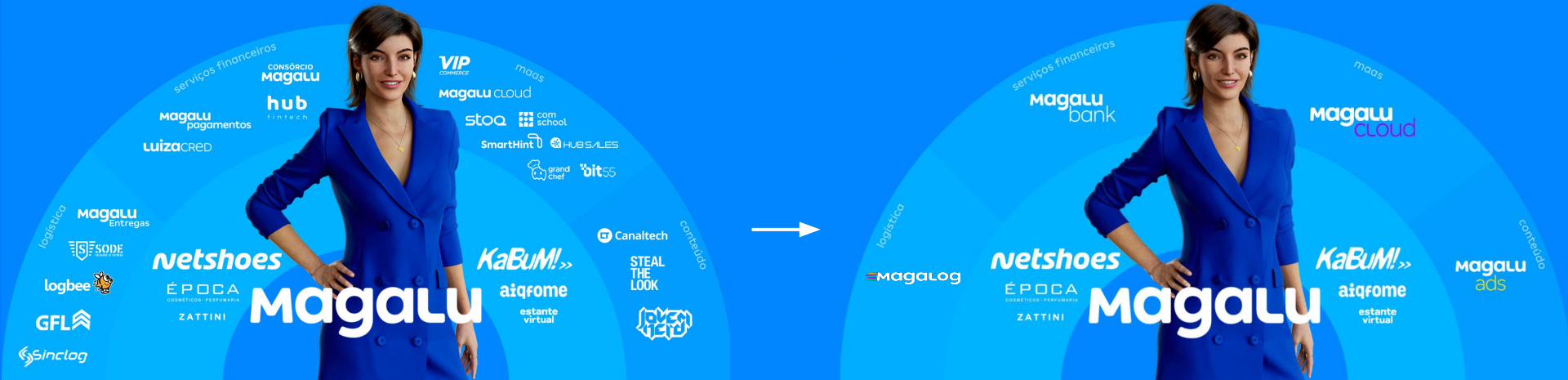
4 - Faster Delivery



5- Magalu as a Service



Consolidation of the Magalu Ecosystem

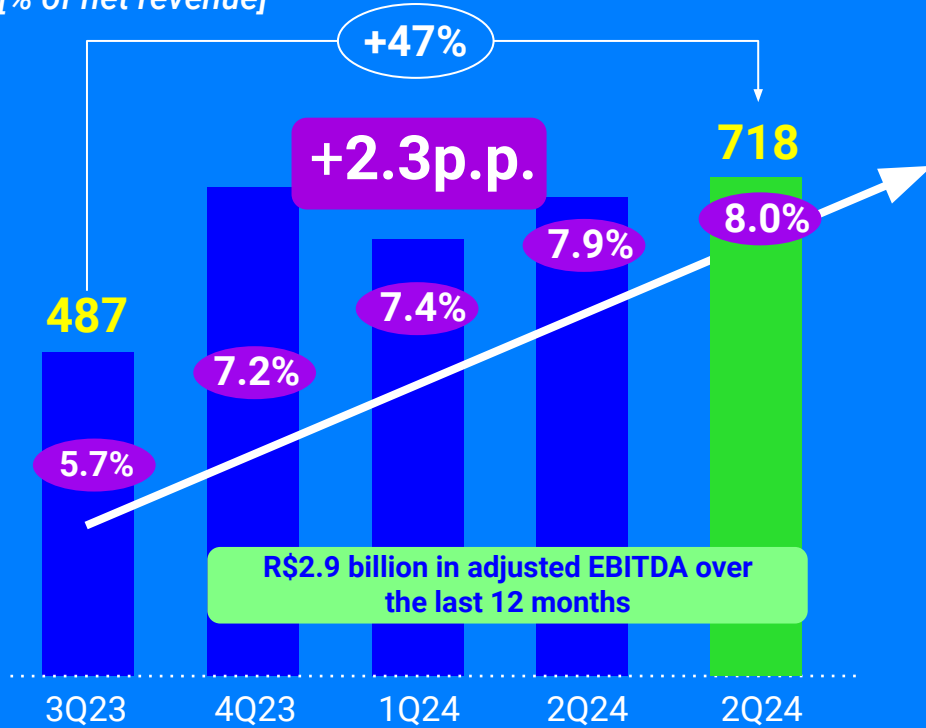


Ecosystem based on the diversification of earnings streams, which shields the Company from the effects of macroeconomic cycles

3Q24: 4th consecutive quarter of net profit

Adjusted EBITDA grew 47%, reaching 8.0% of margin (+2.3p.p.), 21% decrease in financial expenses and R\$70 million of adjusted net income

Adjusted EBITDA margin
[% of net revenue]



R\$ 70 million
of Adjusted Net
Income in 3Q24

(Evolution of R\$316 million in operating
profit before taxes)

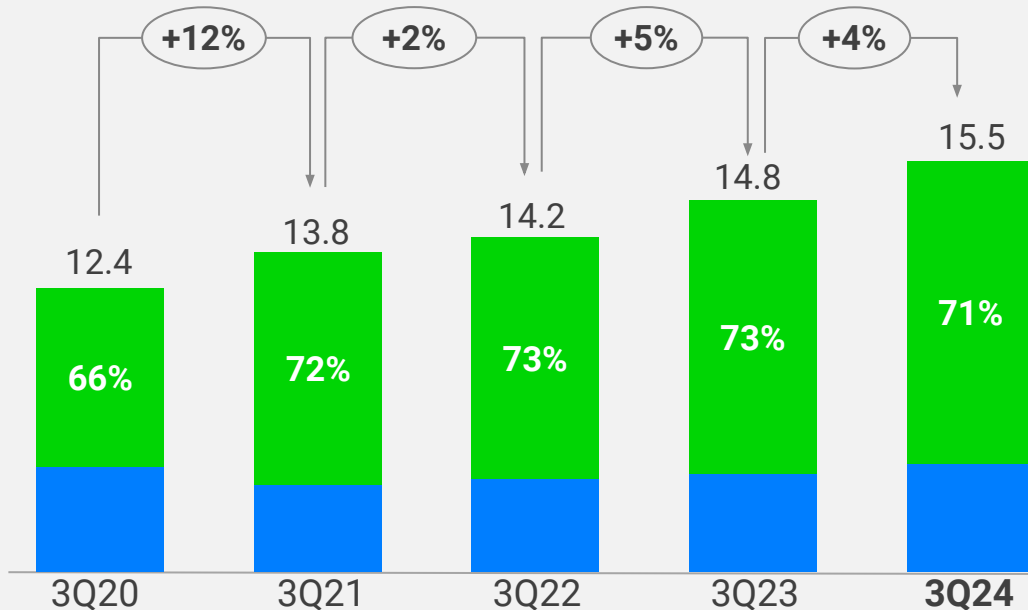
R\$239 million in adjusted Net
Income over the last 12 months



Total Sales of **R\$15.5 billion** in 3Q24, with **4% growth**

Total sales growth [Billion R\$; %]

Online Physical stores



Stores:

R\$4.5 bi Stores Sales

Marketplace:

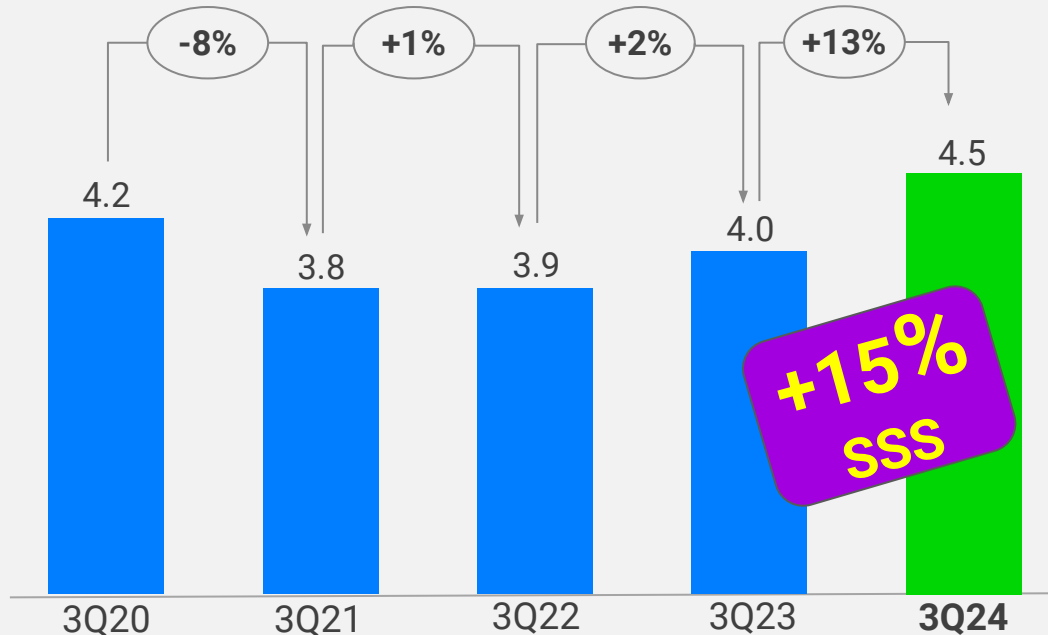
R\$4.5 bi 3P Sales

1P:

R\$6.5 bi 1P Sales

Magalu continues its trajectory with strong market share gain in **Physical Stores**, reaching sales of **R\$ 4.5 billion** in 3Q24

Growth of physical stores sales
[Billion R\$; %]



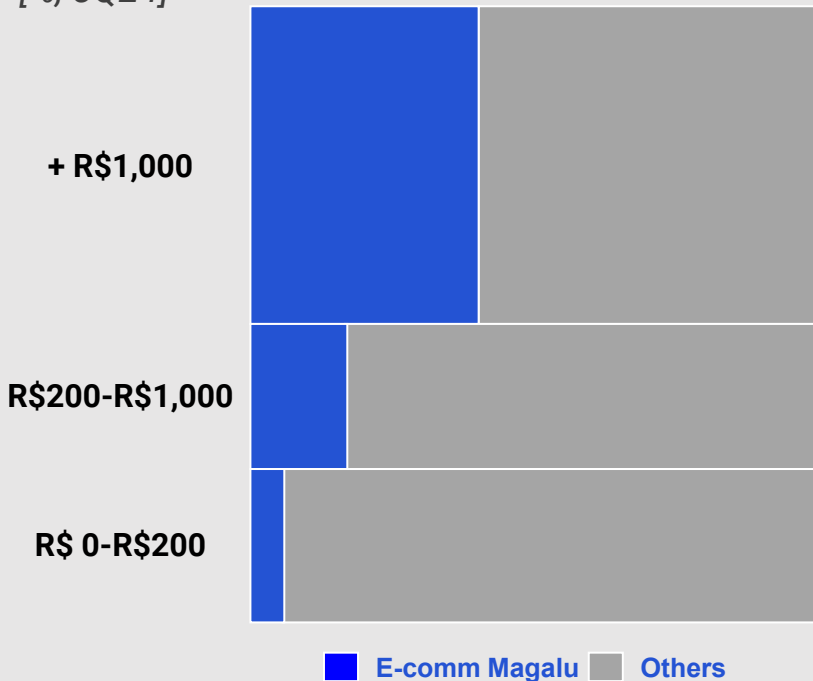
15% Same Store Sales Growth
[3Q24 - 3Q23]

13% Total Sales Growth
[3Q24 - 3Q23]

Growth across all regions and all categories

E-commerce expansion strategy, consolidating our leadership in high-ticket items and diversifying into lower-ticket items

Magalu's online market share by average ticket range [%; 3Q24]



Segment Strategy



Service Level: Provenance and Quality



Support of physical stores in multichannel strategy



Credit on Luiza and Magalu cards



Fast and Efficient Logistics



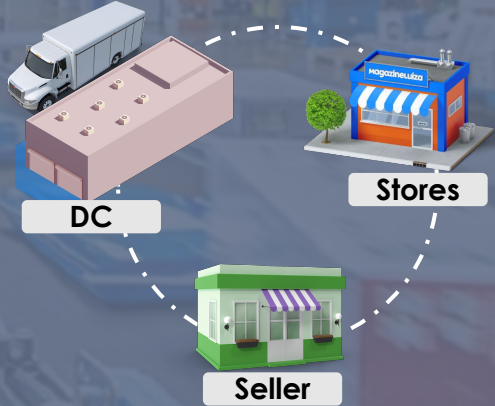
Evolution of Multichannel Fulfillment

Magalu Agency: Store Pickup, Drop-off, Ship-from-Store



Partnership with AliExpress for selling Chinese Cross-border products

Connecting Marketplace Fulfillment to our DCs and stores optimizes deliveries, offering faster service at lower costs



Unique Omnichannel Fulfillment



Faster delivery

- The same vehicle supplies stores, handles pickups, and delivers to customers (1P and 3P)

Average reduction in delivery time

-40%
time

+

Lower costs



- Structure ready to operate: operational costs of 3P fulfillment are absorbed by the current DCs

Average reduction in shipping costs

-20%
costs

= Higher conversion rate

Average increase in conversion rate

2x

= Higher NPS

Average increase in NPS

+10 p.p.

+24% of 3P orders

+3,700 sellers

95% of Level of Service

9 DCs
Opening in Rio de Janeiro

154% Sales growth in Fulfillment (high NPS) vs. 9M23, other modalities with a 7.5% decline in sales (low NPS)

Magalu Enchants: Strong improvement in NPS, with progress across all channels, especially in the marketplace



NPS Consolidado - set/24

67

+13
points

80

Jan/ 24

Sep/ 24

85
1P

85
Stores

75
3P



Multichannel News:

Possibility of returning online products (including 3P products) at physical stores and partner locations

Strategic partnership between Magalu and Alibaba will significantly expand the assortment and audience of both platforms in Brazil

MAGALU

Tem **AliExpress** no **MAGALU**

Milhares de produtos importados direto na sua mão

Products from Alibaba's "Choice" line will be sold in Brazil through Magalu

AliExpress magalu

AliExpress

Magalu's 1P products will be sold through AliExpress Brazil

caixas som

AliExpress **MAGALU**

Compre Agora

Parceria exclusiva de Magalu e AliExpress

samsung Galaxy Ultra	R\$282,00	PHILCO	R\$1.600
Poupe R\$4.558,09	Poupe R\$173,80	Poupe R\$120,00	Poupe R\$120,00

Mais vendidos >

Fone De Ouvido...	Máquina De Cortar...	Big Boy 12
R\$11,00	R\$9,22	R\$423,00
94% off	86% off	44% off
9152 vendidos(s)	6876 vendidos(s)	1291 vendidos

Smart TV 43" Full HD D-LED AOC 43S5135/78G

Compromisso do AliExpress **MAGALU**

Frete: R\$10,42 Origem Brasil

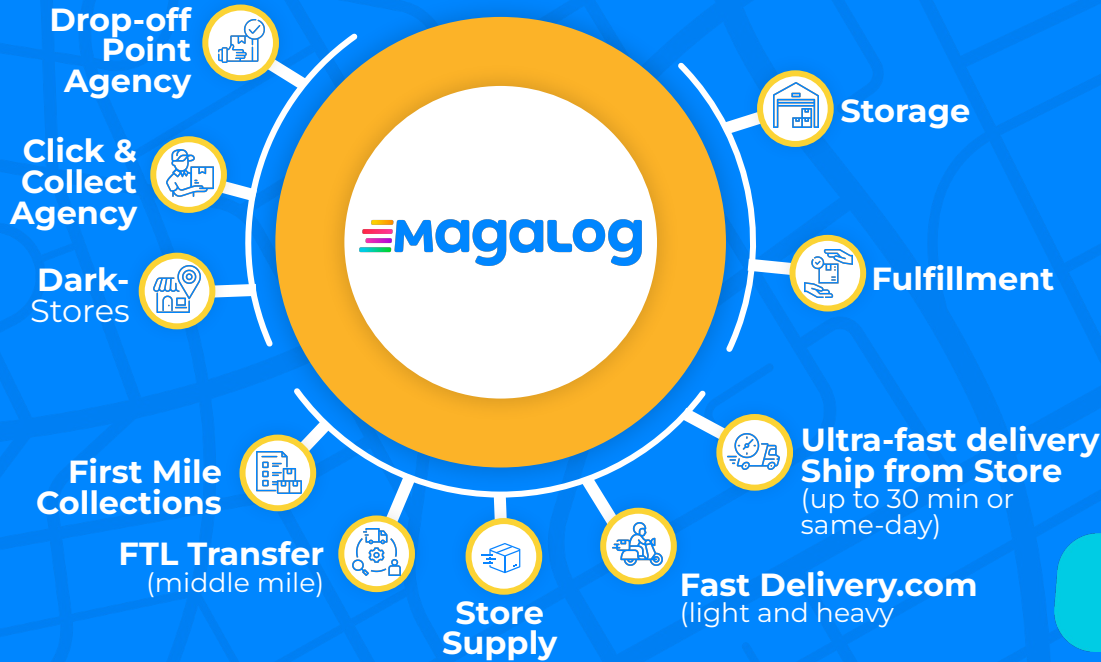
Entrega: Out. 04 - 27

Devoluções grátis até 7 dias

Comprar agora

Magalog

Launch of Magalu's
Independent Logistics
Operator



 comscore

Brand Audience on Social Media Sep/24

Magalu is the brand with the largest audience on social media

 Magazine Luiza
21,4M

 Casas Bahia
9,1M

 Pague Menos
1,3M

 Mercado Livre
18,2M

 iFood
4,8M


 Raia Drogasil
914 mil

 Carrefour
13,3M

 Amazon
3,9M

 Drogarias Pacheco
447 mil

 Americanas
11,8M

 Pão de Açúcar
2,4M

 Drogaria São Paulo
426 mil

 Shopee
10,7M

 PanVel
2,1M

A Comscore considera audiência cross-plataforma, ou seja, audiência somada e deduplicada na redes sociais: Facebook, Instagram e X.



New Advertising Platform

+48%
Platform Revenue
[3Q24 vs 3Q23]

3.6k
Active Advertisers
(sellers and brands)

- Possibility to create campaigns by business objective
- Operation through a CPC auction model
- Addition of campaigns by keyword



Lu launched a campaign with WhatsApp to highlight privacy, security, and user trust features

Launch of the DCC (“Buy now, Pay later”) by MagaluBank and accelerated online insurance sales: multichannel expansion to drive sales and profitability

Digital DCC

Offline

R\$1.5 Bi

DCC Portfolio in
Physical Stores

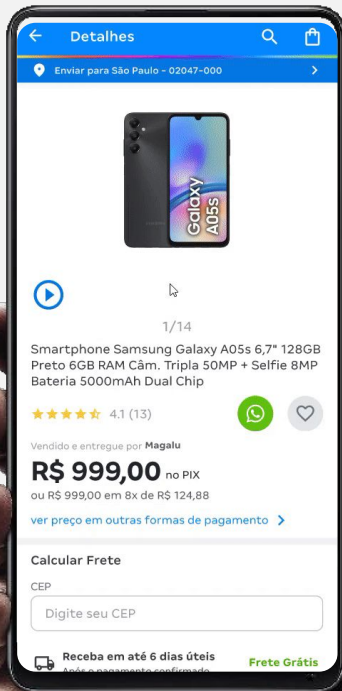
Growth of 28% vs 3T23



Online

- Fully integrated with the App
- Personalized interest rates
- Online application and management through the app

Highly profitable



Insurance

Offline

R\$1.5 Bi

Insurance sales over the
last 12 months

Online

High Potential

- New Experience
- New Products

Growth of 74% in 3Q24

Highly profitable

Financial Highlights



Magalu

Magalu

Financial Highlights

3Q24

R\$15.5 Billion in Total Sales
(4% of growth)

R\$718 Million in Adjusted EBITDA
(8.0% of margin)

13% Growth in Physical Store Sales
(15% SSS)

R\$70 Million in Adjusted Net Income
(Accounting profit of R\$102 million)

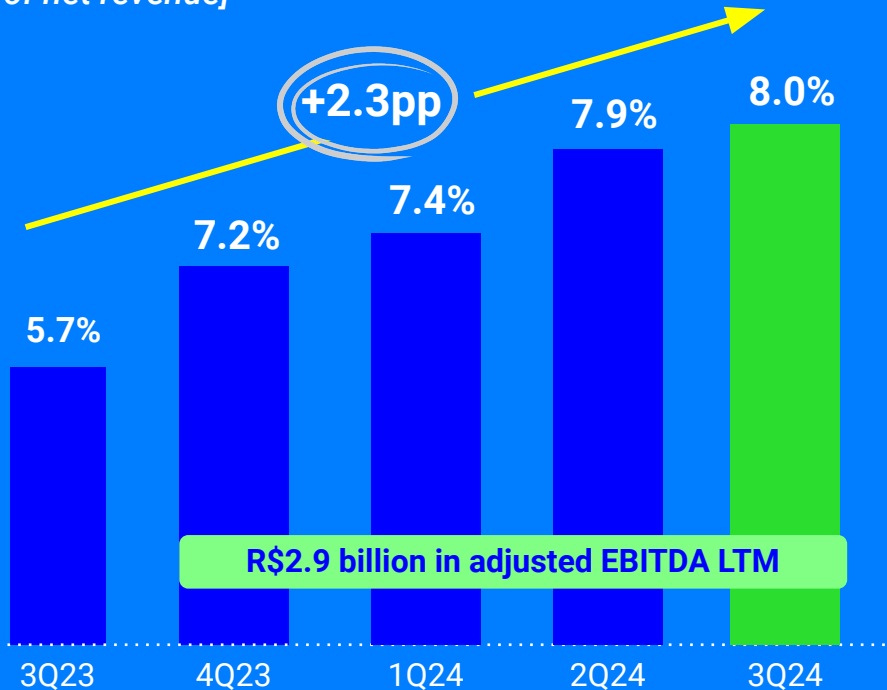
31.5% Gross Margin
(vs 30.4% of margin in 3Q23)

R\$571 Millions Operational Cash Generation
(R\$6.6bi Total Cash)

Continuous evolution of operating margins

Adjusted EBITDA Margin of 8.0%, the highest margin since 2019

Adjusted EBITDA Margin
[% of net revenue]

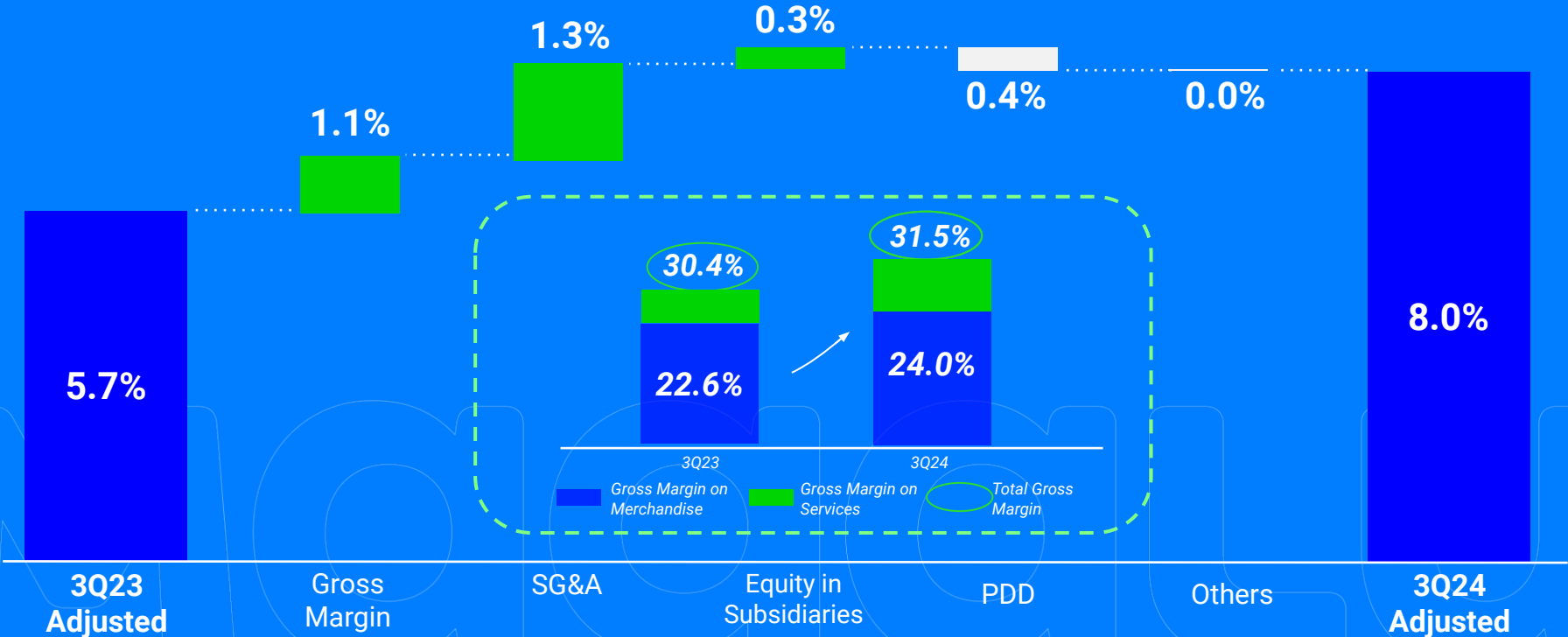


Key Levers

- **Increase in Gross Merchandise Margin** and DIFAL pass-through in 1P
- **Fixed cost dilution**
- Marketplace Growth and evolution of **Service Revenue**
- **Fulfillment** Expansion
- **Market share gain** and profitability recovery in physical stores
- **Luizacred** Profitability

Significant adjusted EBITDA margin evolution

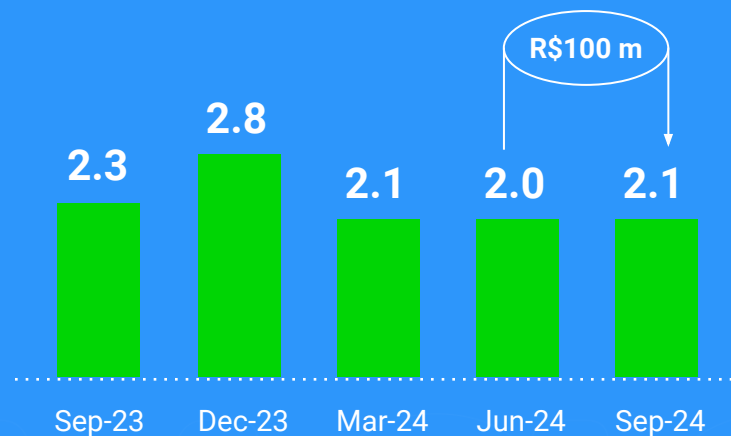
2.3 p.p. increase in adjusted EBITDA margin, with higher gross margin and expense dilution



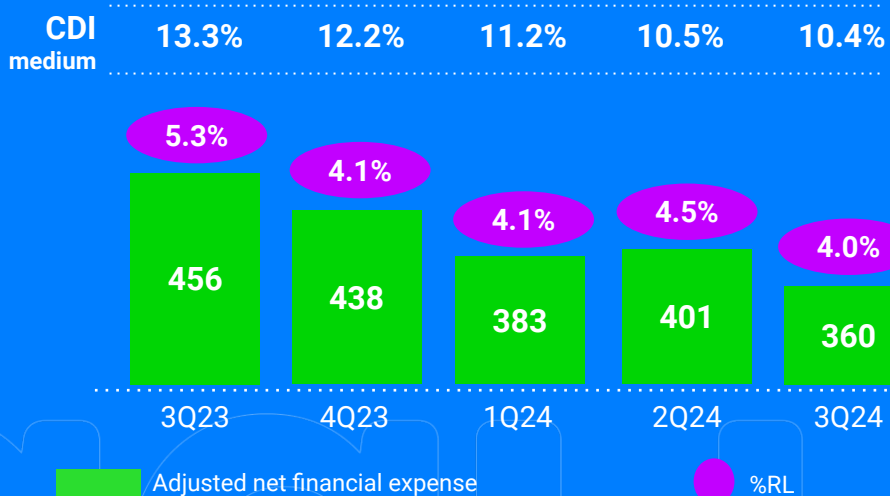
Solid working capital contributes to operating cash flow generation

21% decrease in financial expenses in 3Q24

Adjusted working capital (R\$ Billion)



Adjusted net financial expenses (R\$ Million)



Working Capital Improvement
despite increased inventory for Black Friday and Christmas sales

Reduction of more than R\$500 million in inventory in the last year

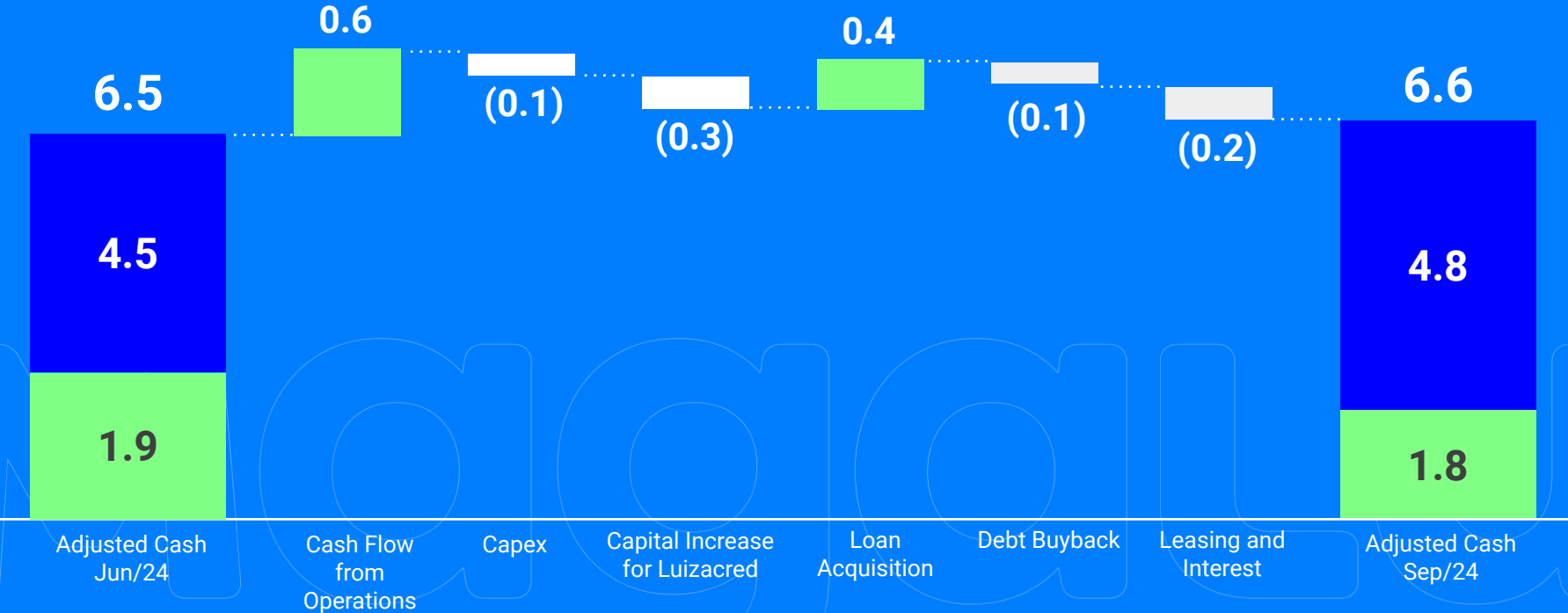
21% reduction in financial expenses due to the drop in interest rates during the period, debt reduction, and receivables anticipation

Operational Cash Flow Generation of R\$571 million in 3Q24

Total Cash position of R\$6.6 billion in Sep/24

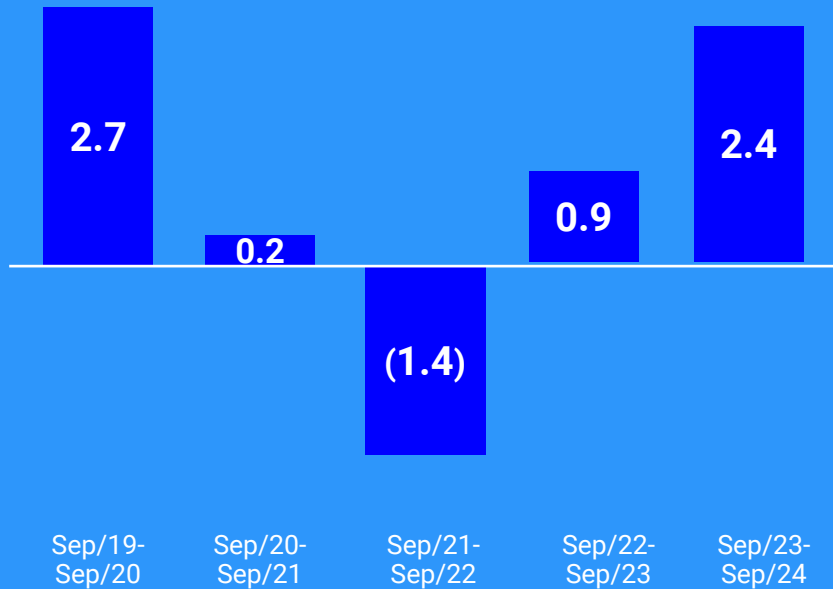
Cash Flow 3Q24 (R\$ billion)

Receivables Cash



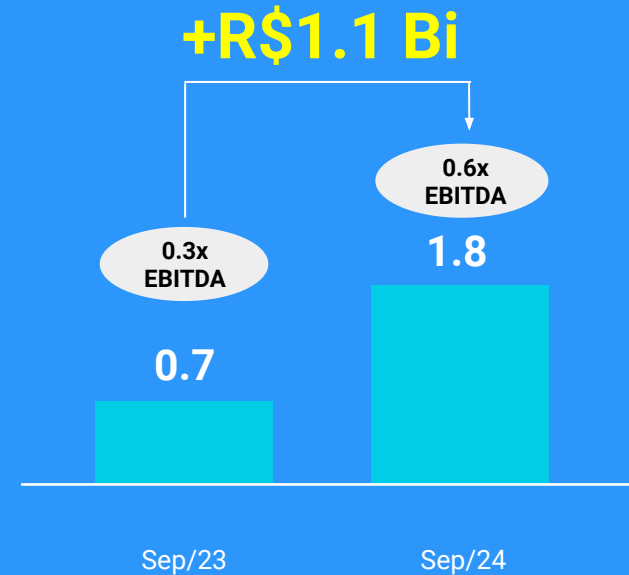
Operational cash flow generation of R\$2.4 billion over the last 12 months, with a R\$1.1 billion increase in net cash

Cash flow from operations (12 months ; R\$ Bi)



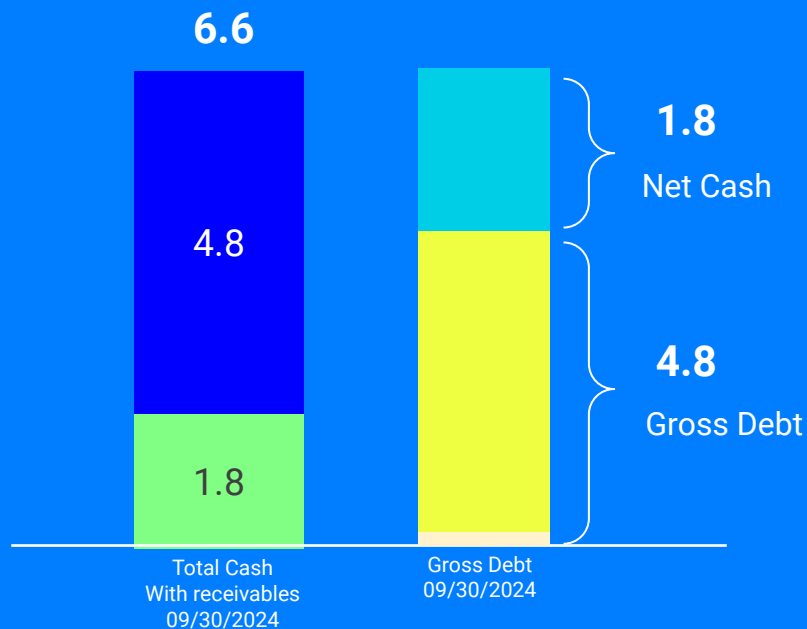
Cash flow from operations

Net cash evolution, including receivables (R\$ Bi)



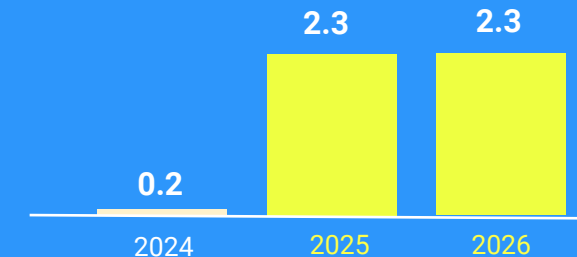
We ended 3Q24 with a **net cash of 1.8 billion**, an increase of R\$1.1 billion compared to the previous year

Net cash position (R\$ Bi)



Receiváveis Caixa Curto Prazo Longo Prazo

Debt Schedule (R\$ billion)



→ 2024: Payment of R\$3.0 billion in debt

Luizacred

Credit card TPV reached **R\$14.7 billion** with annualized ROE of 18%

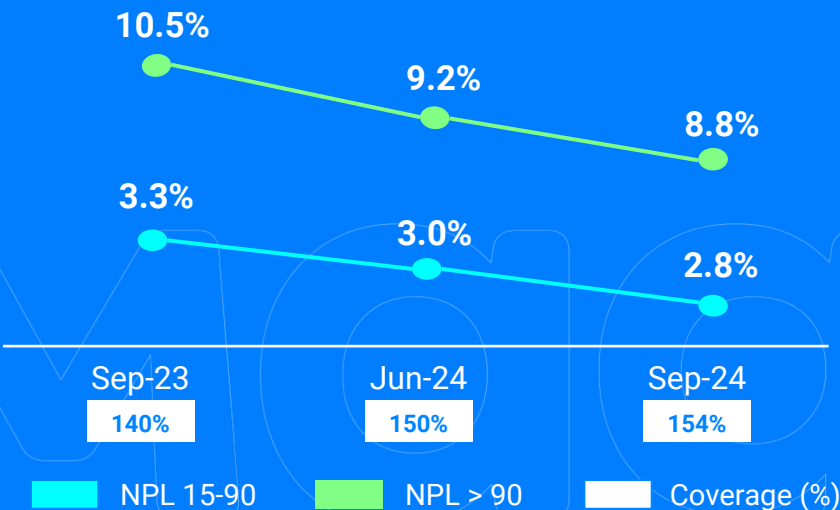
R\$19.3 B

Credit Portfolio
[3Q24]

6.3M

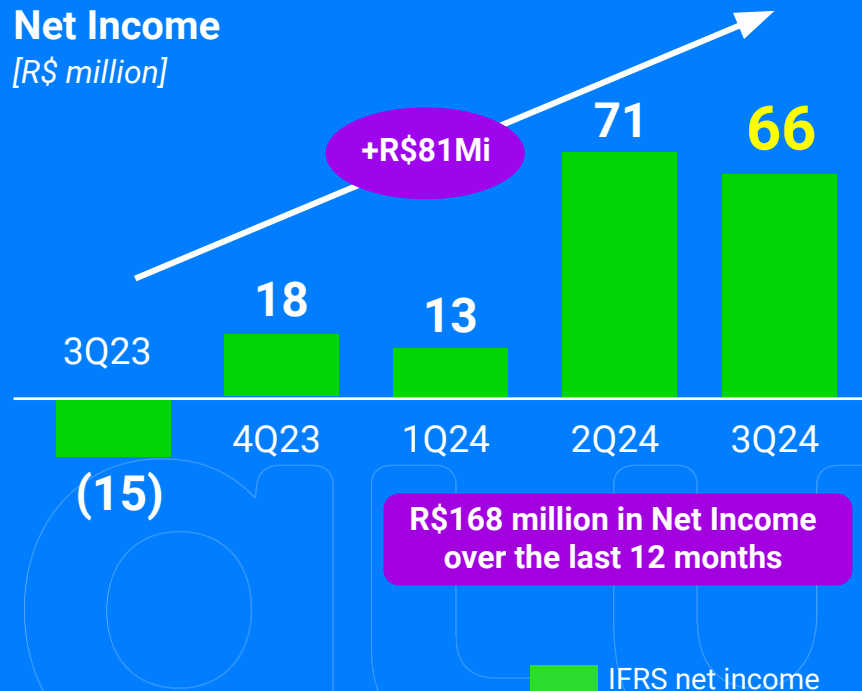
Credit Cards
[3Q24]

Percent of the Portfolio Overdue (%)



Net Income

[R\$ million]



Magalu ecosystem



serviços financeiros

CONSÓRCIO
Magalu

VIP
COMMERCE

maas

magalu
pay

hub
fintech

magalu cloud

magalu
pagamentos

stoa com
school

luizaCRED

SmartHint HUB SALES

grand
chef bit55

logística

magalu
Entregas

Canaltech

conteúdo

SODE
SOLUÇÕES DE ENTREGA

netshoes

KaBum! >>

STEAL
THE
LOOK

logbee

ÉPOCA
COSMÉTICOS · PERFUMARIA

aiqfome

GFL

ZATTINI

Magalu

estante
virtual

LOVE
NEW

Sinclog

MAGALU



RELAÇÕES COM INVESTIDORES

RI@MAGAZINELUIZA.COM.BR
MAGAZINELUIZA.COM.BR/RI

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 documento pode incluir 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.