

Magalu cresce em vendas, ganha *market share* no online e tem maior margem Ebitda trimestral dos últimos dois anos

- *Vendas totais (GMV) somam 14,2 bilhões de reais. Online registra receitas de 10,3 bilhões de reais e ganha 3,2 pontos percentuais de participação de mercado em 12 meses*
- *Margem Ebitda ajustada é de 6%, a maior desde 2020 e quase dois pontos percentuais acima do registrado no terceiro trimestre do ano passado*
- *Marketplace chega a 236 000 sellers, impulsionado pelo Parceiro Magalu. Vendas de novas categorias são destaque*

São Paulo, 10 de novembro de 2022 -- O Magalu (B3:MGLU3), empresa que está digitalizando o varejo brasileiro, acaba de informar à Comissão de Valores Mobiliários (CVM) os resultados financeiros do terceiro trimestre de 2022.

No período, as vendas totais (GMV) – nas lojas físicas, no site e no SuperApp – atingiram 14,2 bilhões de reais, crescimento de 2% em relação ao terceiro trimestre do ano passado. Enquanto o setor de comércio eletrônico recuou 10,5% entre junho e setembro, segundo o Neotrust, as vendas online do Magalu cresceram 3%, o que representou ganho de participação expressivo.

Graças ao avanço da receita e a um trabalho de racionalização de despesas e aumento de eficiência operacional, que abrangeu vários setores, o Magalu apresentou a maior margem Ebitda ajustada trimestral dos dois últimos anos: 6%, quase dois pontos percentuais acima da registrada no segundo trimestre deste ano. A geração de caixa operacional foi de 341 milhões de reais no período. Com isso, a companhia encerrou o trimestre com uma posição de caixa total de 9 bilhões de reais.

“Os resultados mostram nossa resiliência e disciplina operacional em meio a um cenário macroeconômico ainda desafiador”, diz Frederico Trajano, CEO do Magalu. “Conseguimos aumentar nossas margens ao mesmo tempo em que ganhamos participação de mercado. Estamos confiantes ao entrar no trimestre mais importante para o varejo que, neste ano, concentra Copa do Mundo, Black Friday e Natal.”

O marketplace continua a ser central na estratégia do Magalu. Entre junho e setembro, as vendas 3P atingiram 3,5 bilhões de reais. Nos últimos três anos, o crescimento médio do marketplace da companhia é de 61%. Essa evolução é acompanhada pelo aumento do número de sellers e da diversidade de produtos e categorias oferecidos na plataforma digital. Atualmente, o marketplace conta com 236 000 sellers, que juntamente com o Magalu vendem 82 milhões de produtos. Neste terceiro trimestre, 36 000 novos vendedores foram incorporados – a maior parte deles, digitalizada pelo programa Parceiro

Magalu é acelerada pela Caravana Magalu. Iniciada em maio, a Caravana já esteve em sete cidades – a última delas, Recife, onde mais de 1 000 empreendedores compareceram para dar os primeiros passos nas vendas pela internet.

Com a expansão da base de sellers, aumenta também a oferta e o uso de serviços de alto valor agregado, fundamentais para o avanço do *take rate* médio e da rentabilidade da operação. Atualmente, 80% dos pedidos do marketplace passam pelo Magalu Entregas antes de chegar ao consumidor final. A coleta e entrega de itens pesados, um diferencial da companhia, já é usado por 350 vendedores da plataforma. A participação de produtos vendidos pelos sellers e retirados em mais de 1 000 lojas físicas da empresa é, hoje, de 18% – contra 9% há 12 meses. Cerca de 56 000 pequenos sellers também já postam suas vendas por meio da Agência Magalu, serviço semelhante ao prestado pelos Correios nas lojas físicas da rede.

O Fulfillment Magalu, lançado em junho, opera em três centros de distribuição e atende tanto o 1P quanto o 3P. Produtos de 500 sellers já ficam armazenados nos estoques da empresa. Mais de 20% do total de produtos faturados a partir do fulfillment chegam ao cliente final em até 24 horas.

Crescimento das Novas Categorias

Um dos grandes destaques do trimestre foram as vendas de produtos de novas categorias, como moda, casa e jardim, esporte, beleza e acessórios automotivos – todas com crescimento no patamar de dois dígitos. A categoria de moda avançou 32% no marketplace do Magalu.

O Magalu já é – somadas todas as suas marcas e canais – uma das maiores plataformas de e-commerce de moda do Brasil. As vendas de moda 1P e 3P cresceram 44% no período, com destaque para os sellers, que representam 60% de tudo que é vendido da categoria pela companhia. Em esportes, as vendas avançaram 23% nas vendas do marketplace.

No terceiro trimestre, o aplicativo da Época Cosméticos superou 1 milhão de usuários, com 50% de crescimento da base instalada. A KaBum! atingiu 1 bilhão de reais em vendas no trimestre, com lucro de 48 milhões de reais.

Sobre o Magalu. O Magalu é a empresa que está digitalizando o varejo brasileiro. Desde maio de 2011, a companhia é listada no Novo Mercado da B3. Nos últimos anos, fez diversas aquisições, consolidando sua presença nacional. Além de 1.481 lojas, em 21 estados do país, o Magalu conta com mais seis marcas online (Netshoes, Zattini, Shoestock, Época Cosméticos, Estante Virtual e KaBum!), 200 000 sellers em seu marketplace, e a plataforma de food delivery AiQFome. O SuperApp da companhia é acessado por mais de 45 milhões de usuários ativos mensais. Sua política de gestão de pessoas foi reconhecida com diversos prêmios.

Imprensa Magalu

André Vendrami

andre.vendrami@novapr.com.br

Gabriela Tornich

gabriela.tornich@novapr.com.br

Patrícia Vivas

patricia.vivas@novapr.com.br