

Com crescimento de 51% no quarto trimestre, Magalu fecha “ano do crescimento chinês” em ritmo acelerado

- *Companhia bate recorde de vendas e atinge faturamento de 27,3 bilhões de reais em 2019 -- expansão de 39%*
- *Vendas totais no último trimestre do ano chegam a 9 bilhões de reais. E-commerce cresce 93%, representando 48% do faturamento*
- *Magalu assume a liderança de mercado em boa parte de suas principais categorias*
- *Empresa gera 1,8 bilhão de reais em caixa nos últimos três meses do ano passado e entra em 2020 com 6,3 bilhões de reais para investir*

São Paulo, 17 de fevereiro de 2020 – O Magazine Luiza (B3:MGLU3), uma das maiores plataformas digitais do varejo brasileiro, acaba de informar à Comissão de Valores Mobiliários (CVM) seus resultados financeiros para o quarto trimestre e para o ano fiscal 2019. Os indicadores demonstram o sucesso da estratégia de crescimento exponencial dos negócios, comunicada e adotada pela companhia no início do ano.

Nos 12 meses do ano fiscal de 2019, as vendas totais do Magalu atingiram 27,3 bilhões de reais, um avanço de 39% em relação ao resultado do ano anterior. O Ebitda Ajustado (lucro antes de impostos, amortizações e depreciações) foi de 1,3 bilhão de reais, com margem de 6,6%. E a empresa registrou um lucro líquido ajustado anual de 552 milhões de reais.

O quarto trimestre, assim como os anteriores, foi marcado por grande aceleração das operações do Magalu. As vendas totais cresceram 51%, na comparação com o mesmo período de 2018, e alcançaram 9 bilhões de reais. O e-commerce -- composto por site, Super App de vendas, marketplace e as operações de Netshoes, Zattini e Época Cosméticos -- cresceu 93%, faturou 4,3 bilhões de reais e representou 48% das vendas totais do Magalu nos últimos três meses do ano. As vendas nas lojas físicas -- 1113, localizadas em todo o Brasil -- avançaram 26,1%. No critério de vendas geradas nas mesmas lojas, o crescimento foi de 12,6%.

“Em janeiro de 2019, decidimos que viveríamos um ano de crescimento chinês”, diz Frederico Trajano, CEO do Magalu. “Entregamos o que prometemos. Nossa escala chegou a um novo patamar e atingimos a liderança em boa parte das nossas principais categorias. Tudo isso graças à estratégia de transformação da companhia em um ecossistema digital voltado para o varejo.”

A expansão em ritmo exponencial também pôde ser vista nos indicadores operacionais da companhia. O Magalu terminou 2019 com 25 milhões de clientes ativos -- contra 17 milhões do final de 2018, um crescimento de 41% -- 1 113 lojas, 15 000 sellers e 13 milhões de produtos em seu marketplace. Criado há pouco mais de dois anos, o marketplace do Magalu terminou o ano com 3 bilhões de reais de GMV. No quarto trimestre, o crescimento da plataforma foi de 216,4%, fazendo com que o marketplace passasse a representar quase 27% do e-commerce total do Magalu.

“Atrair cada vez mais sellers para o nosso ecossistema e dar a eles os recursos necessários para que se integrem à economia digital faz parte de nosso propósito como companhia”, afirma Trajano. “Em 2020, continuaremos a investir no crescimento de nossa plataforma, na expansão do número de categorias e de produtos oferecidos e na excelência dos serviços que prestamos a nossos clientes.”

A companhia tem uma posição de caixa privilegiada para levar sua estratégia adiante. Apenas no último trimestre de 2019, o Magalu gerou 1,8 bilhão de reais em caixa. Em novembro, levantou 4,3 bilhões de reais em uma das maiores operações de *follow-on* já feitas no país. Com isso, o Magalu entra em 2020 com 6,3 bilhões de reais em caixa.

Marketplace multicanal, de verdade

Entre os investimentos prioritários para este ano estão o Super App e o desenvolvimento de serviços para os sellers, dentro do que vem sendo chamado de Magalu as a Service (MaaS). Atualmente, o Super App de vendas do Magalu possui 25 milhões de usuários em sua base instalada. Nos últimos meses, o aplicativo foi reforçado pela criação dos “mundos” da Netshoes, da Zattini, da Época Cosméticos e um voltado para ONGs, o Social.

O MaaS, por sua vez, tornou-se fundamental para a estratégia de crescimento exponencial. No final de 2019, foi lançado o MagaluPagamentos, hoje em fase de *roll out*. Com o serviço, o Magalu vai, ao mesmo tempo, monetizar o crescimento acelerado do marketplace e monitorar a cadeia, com o controle do fluxo de pagamentos dos parceiros e a oferta de recursos para eles a taxas inferiores às do mercado. O MagaluEntregas, também criado no ano passado, permite que os sellers se beneficiem da mesma cadeia logística utilizada pelo Magazine Luiza, o que inclui a venda de produtos com retirada em qualquer uma das lojas físicas da companhia.

Na frente dos serviços aos clientes, acaba de ser lançado o MagaluPay, a conta digital do Magalu, voltado para consumidores finais e absolutamente integrado ao Super App. “Com o MagaluPay, queremos criar valor para o ecossistema do varejo -

- e não operar como um ecossistema apartado. Não queremos ser banco”, diz Trajano.

As lojas físicas, hoje transformadas em mini-centros de distribuição, continuam a ser cruciais para a formação do ecossistema Magalu. Em 2019, foram inaugurados 159 pontos, com destaque para a chegada da empresa ao Pará, primeiro estado da região Norte a contar com a presença física da rede. Para atender a todas as regiões do país como mais rapidez e eficiência, o Magalu inaugurou dois centros de distribuição, chegando a um total de 18 CDs. Graças aos investimentos em logística, tecnologia e à expansão das lojas físicas, atualmente 66% das entregas nas residências dos clientes são realizadas em até 48 horas.

Netshoes: integração acelerada

Adquirida no final de junho, a Netshoes, maior e-commerce de calçados e artigos esportivos do país, vem sendo rapidamente integrada à plataforma do Magalu. Com a aquisição, a companhia incorporou, de uma só vez, uma equipe de 2 000 profissionais digitais e uma rede com mais de mil sellers, 4 milhões de clientes e 2,5 bilhões de reais em GMV. Em 2020, a integração de catálogo, do backoffice e da logística será finalizada. Com isso, além do ganho operacional, os produtos da Netshoes poderão ser retirados em qualquer uma das lojas do Magalu espalhadas no país.

SOBRE O MAGALU

O Magalu é o maior ecossistema para comprar e vender no Brasil, uma plataforma digital, com pontos físicos e calor humano.

Desde maio de 2011, a companhia é listada no Novo Mercado da B3. Nos últimos anos, fez 14 aquisições, consolidando sua presença nacional. Além de 1.113 lojas em 18 estados do país, o Magalu conta com mais quatro marcas online: Netshoes, Zattini, Shoestock e Época Cosméticos - além de milhares de sellers em seu marketplace e um superaplicativo com uma base instalada de 25 milhões de usuários ativos.

Atualmente, o Magalu emprega cerca de 35 000 funcionários. Sua política de gestão de pessoas foi reconhecida com diversos prêmios.