

Perspectiva da nota de crédito nacional do Magalu é elevada pela S&P Global Ratings

Agência de classificação de riscos afirma que a companhia deve manter trajetória de melhoria nos próximos períodos, apesar das taxas de juros ainda elevadas

Empresa reportou lucro pelo quarto trimestre consecutivo e tem se tornado um ecossistema à prova da Selic, menos dependente da ciclicidade do varejo

São Paulo, 19 de novembro de 2024. O Magalu teve sua perspectiva de nota de crédito nacional “brAA-” elevada pela SP&P Global. A empresa passou do status de negativo para estável por conta dos resultados positivos apresentados ao longo dos últimos quatro trimestres. “O Magazine Luiza vem apresentando melhoria na rentabilidade, com métricas de crédito em linha com as nossas últimas estimativas”, afirma o comunicado.

Na análise da agência de classificação de riscos, a perspectiva estável reflete a melhora da rentabilidade, geração de caixa operacional e alavancagem da companhia nos últimos trimestres, apesar das taxas de juros ainda elevadas e dos riscos da indústria de varejo brasileira. “Poderemos elevar [a perspectiva] nos próximos 12 meses caso o Magazine Luiza apresente recuperação consistente das margens nos próximos trimestres, levando à desalavancagem esperada”, dizem os analistas da SP&P.

À prova de Selic

Em 2025, a atual gestão completará dez anos à frente da liderança do Magalu. Esse período, historicamente intenso e acelerado, é marcado por dois ciclos estratégicos que transformaram a companhia e contribuíram para fazer com se firmasse como um negócio de mais de 60 bilhões de reais de vendas, 36 milhões de clientes ativos e quase meio bilhão de visitas mensais em seus canais digitais.

O primeiro ciclo – de 2016 a 2020 – foi o da digitalização. Em cinco anos, o Magalu passou de um varejista tradicional para uma plataforma digital multicanal. O segundo e atual ciclo – iniciado em 2021 e que se encerrará no próximo ano – é o da construção e consolidação de um ecossistema de empresas que operam em sinergia e que amplia de forma radical os territórios de atuação do Magalu.

Atualmente, o Magalu é esse ecossistema – baseado na diversificação dos chamados *earnings streams*, ou fontes de resultados – que blindar a companhia dos efeitos das ciclicidades macroeconômicas. Isso faz com que, rapidamente, a empresa venha se

transformando num negócio à prova de Selic e menos dependente da ciclicidade do varejo brasileiro.

Para criar esse ecossistema, a companhia realizou mais de 20 aquisições ao longo dos últimos quatro anos – uma forma de acelerar tanto a diversidade de categorias de produtos oferecidas na plataforma digital quanto de aumentar as receitas com serviços. “Esse movimento nos trouxe uma complexidade inicial. Mas, às vésperas do término deste ciclo estratégico, tenho convicção de que tanto nosso movimento de aquisições quanto o processo de integração desses negócios foram um sucesso. O Magalu não teria a escala, a abrangência e resultados mais resilientes sem isso”, afirma Frederico Trajano, CEO da companhia.

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 mais de 1.250 lojas, em 20 estados do país, o Magalu conta com mais seis marcas online (Netshoes, Zattini, Época Cosméticos, Estante Virtual e KaBuM!), 340 000 sellers em seu marketplace, e a plataforma de food delivery AiQFome. O App da companhia é acessado por mais de 50 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

Fernanda Muchão

fernanda.muchao@novapr.com.br

Paula Carone

paula.carone@novapr.com.br