

E-commerce do Magalu cresce 73% e brilha no primeiro trimestre. Vendas em maio avançam quase 50%

- *Receitas dos canais digitais superam 4 bilhões de reais e correspondem a 53% das vendas totais da companhia.*
- *Marketplace cresce 185% no período e já responde por 30% das vendas online*
- *Vendas totais no primeiro trimestre do ano chegam a 7,7 bilhões de reais, crescimento de 34%*
- *Nos primeiros 20 dias de maio, apesar dos efeitos da pandemia de covid-19, vendas totais avançaram 46%. Faturamento do e-commerce cresceu 203%*

São Paulo, 25 de maio 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 primeiro trimestre de 2020. Apesar do impacto do combate à pandemia de covid-19, que levou ao fechamento de todas as lojas físicas a partir de 20 de março, o Magalu voltou a registrar um crescimento expressivo no período -- desempenho acelerado nos meses de abril e maio.

Entre janeiro e março, as vendas totais do Magalu atingiram 7,7 bilhões de reais, expansão de 34% em relação ao mesmo período do ano passado. O e-commerce da empresa -- composto por site, superapp, marketplace e as operações de Netshoes, Zattini, Época Cosméticos e Estante Virtual - conquistou o maior crescimento do varejo: 73%. Com isso, as vendas digitais passaram a representar 53% do faturamento total do Magalu. As vendas nas unidades físicas teriam crescimento de 8%, não fosse o fechamento total da operação física a partir de 20 de março. (As vendas totais seriam 500 milhões de reais maiores, caso o fechamento não tivesse ocorrido.)

O Ebitda Ajustado (lucro antes de impostos, amortizações e depreciações) foi de 273,9 milhões de reais, com margem de 5,2%. Mesmo com investimentos para garantir crescimento exponencial, melhorar os indicadores de qualidade de atendimento e combater os efeitos da pandemia, o Magalu fechou o primeiro trimestre com ano com um caixa de 4,6 bilhões de reais -- 155% superior na

comparação anual. Além disso, a Companhia concluiu, no início de abril, uma emissão de debêntures de 800 milhões de reais, elevando sua posição de caixa total para R\$5,4 bilhões.

Vendas disparam em maio

Nos primeiros 20 dias de maio -- em meio ao agravamento da crise da covid-19 no Brasil e com a maioria lojas físicas ainda fechadas -- as vendas totais do Magalu cresceram 46% em relação ao mesmo período de 2019. (Os números passaram pela verificação dos auditores da KPMG.) O resultado é explicado, sobretudo, pelo desempenho recorde do e-commerce: 203%.

A operação digital de estoque próprio (1P) avançou 194% nesse período, com destaque para as vendas de produtos da categoria mercado -- itens de higiene pessoal, limpeza, bebidas, entre outros --, que se tornou uma prioridade da companhia a partir do início da pandemia e cujos produtos vendidos são entregues em até 48 horas, com frete grátis.

O marketplace (3P) -- formado por 26 000 sellers, que já oferecem 16 milhões de itens -- cresceu 229% nos primeiros 20 dias de maio. "Isso é reflexo de nossa estratégia de transformar o Magalu em um plano no universo do e-commerce", diz Frederico Trajano, CEO da companhia. "Os ciclos nos quais, primeiro, tínhamos uma operação de e-commerce lucrativa e, depois, nos posicionamos como uma empresa digital ficaram para trás. O Magalu rapidamente vem se transformando num ecossistema digital. É algo muito mais amplo, com enorme potencial. Queremos ser o sistema operacional do varejo brasileiro."

Parceiro Magalu

O Magalu chegou ao final do primeiro trimestre deste ano com 26 milhões de novos clientes, 26 000 sellers e 16 milhões de produtos em seu marketplace. O número de categorias foi ampliado, graças a parcerias com novos fornecedores como Ambev, Unilever e L'Oreal, entre outros. Em março, com a evolução da covid-19 no país, a companhia lançou, em tempo recorde, o programa Parceiro Magalu. O objetivo, em linha com o propósito de inclusão digital da companhia, é abrir a plataforma digital para micro e pequenos empresários de todo o país que, com o isolamento social, ficaram repentinamente sem clientes e renda. Ao se juntarem ao marketplace, esses empreendedores voltam a ter acesso ao mercado e podem usar as ferramentas digitais desenvolvidas pelo Luizalabs para o Magalu. Desde então, 20 000 novos parceiros se inscreveram na plataforma.

No primeiro trimestre, o marketplace Magalu atingiu 1,2 bilhão de reais em GMV -- um crescimento de quase 185%. Com isso, o marketplace passou a representar cerca de 30% do e-commerce total. De janeiro a março de 2020, os sellers do Magalu no marketplace venderam mais que no último bimestre de 2019, quando ocorreram dois dos principais eventos anuais do varejo: a Black Friday e o Natal.

Um dos motores desse crescimento é o Superapp Magalu. O aplicativo de vendas chegou ao final de março com 21 milhões de clientes mensais ativos. O Magalu também avançou com a estratégia do Magalu ao seu Serviço (MasS). Nos primeiros três meses, a companhia concluiu a implementação do Magalu Pagamentos. Os mais de 26 000 parceiros do marketplace podem antecipar seus recebíveis com taxas inferiores às do mercado. A empresa atingiu a marca de 500 milhões de reais no volume total de pagamentos. Com isso, protocolou o pedido no Banco Central para se tornar uma instituição de pagamento regulada. A partir daí, será possível acessar diretamente o sistema de pagamentos brasileiro e ampliar ainda mais as possibilidades de novos produtos e serviços na plataforma.

Também central para o MasS, o Magalu Entregas, plataforma de soluções logísticas, já é a escolha de 80% dos sellers. Cerca de 450 são atendidos pela Malha Luiza, no modelo de cross-docking, com menores prazos e custos de entrega. Hoje, 20% das vendas do marketplace são entregues pela Malha Luiza e pela Logbee.

As 1 157 lojas físicas, transformadas em mini-centros de distribuição, continuaram a ser cruciais, ainda que com as portas temporariamente fechadas. As reservar 30% do espaço dos pontos físicos a estoques, o Magalu acelerou a implantação do “ship from store” -- central para suportar o crescimento das vendas online. Hoje, mais de 600 lojas entregam diretamente ao consumidor. Graças aos investimentos em logística, tecnologia e à expansão das lojas físicas, 64% das entregas do trimestre foram realizadas em até 48 horas.

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 1.157 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 21 milhões de usuários ativos.

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