

MAGAZINE LUIZA S.A.
Companhia Aberta de Capital Autorizado
CNPJ/MF 47.960.950/0001-21
NIRE 35.3.0010481.1

COMUNICADO AO MERCADO

MAGAZINE LUIZA S.A. (“Companhia” ou “Magalu”), vem a público comunicar a seus acionistas e a todo o mercado uma série de decisões tomadas em função, sobretudo, da situação sem precedentes gerada pela pandemia de covid-19 -- uma crise de feições ainda não totalmente conhecidas e que não poupa indivíduos, organizações ou economias.

Diante de um cenário de tamanha indefinição, neste tão estranho ano de 2020, o Magalu elegeu três prioridades: a saúde e a segurança de cada um de seus colaboradores e clientes, a continuidade da operação e a manutenção dos empregos. A companhia não tem poupado -- e não poupará -- esforços para atingir esses objetivos, tendo absoluta clareza de que os dois últimos jamais serão alcançados se falharmos no primeiro. Para chegar a essas metas e deixar para trás, assim que possível, os tempos incertos do coronavírus, tomamos algumas medidas de curto prazo. E, acima de tudo, reforçamos nossa estratégia de negócios, baseada no desenvolvimento de um ecossistema digital voltado ao varejo, que seja o mais inclusivo possível e que contribua para digitalizar o Brasil. Combinamos, portanto, o conjuntural e o estrutural. Medidas de curto e de longo prazo.

Entre as ações de curto prazo, tendo em vista a edição recente da MP nº 931 e da Deliberação CVM 849 que alteram o prazo para realização de assembleias e de entrega de informações periódicas das Companhias abertas, achamos por bem adiar a data das Assembleias Gerais Ordinária e Extraordinária, que ocorreriam em abril, para o final do mês de julho. Com isso, esperamos realizar as assembleias com total segurança para os acionistas e profissionais que delas participam, bem como ganhar tempo e clareza para definir a política de distribuição de dividendos a nossos acionistas. A divulgação dos resultados do primeiro trimestre de 2020 também será postergada de 7 de maio para o final do mesmo mês, pois as medidas restritivas impostas pela pandemia podem alterar os prazos de entrega das informações financeiras da Companhia. Além disso, as companhias de capital aberto, como o Magalu, deverão preparar análises financeiras adicionais que consideram eventuais impactos causados pela disseminação do covid-19, as quais deverão ser revisadas pelos nossos auditores independentes, o que naturalmente exige um maior tempo de execução dos trabalhos.

Ao contrário de parte significativa das empresas brasileiras que, infelizmente, não contam com reservas de segurança para atravessar a tempestade, o Magalu terminou o exercício de 2019 com uma posição de caixa e recebíveis robusta, de cerca de 7 bilhões de reais, fruto da eficiência de nossa operação e da segunda maior transação de *follow-on* feita por uma empresa privada no país. Mesmo assim, nesta semana, o conselho de administração do Magalu autorizou a captação de mais 800 milhões de reais por meio de uma emissão de debêntures. Ainda que confortáveis do ponto de vista de liquidez, é dever da liderança da empresa preservar ao máximo o caixa da empresa -- tanto por não termos uma visão clara da dimensão e da extensão da atual crise, quanto para estarmos financeiramente preparados para a retomada econômica e as oportunidades de negócios que surgirão com ela.

Vamos viver, nos próximos meses, um período de austeridade, a ser compartilhado por todos. No início de abril, a alta liderança da companhia, sensível aos desafios econômicos impostos pelo isolamento social, teve a seguinte iniciativa: reduziu em 80% -- por um período de três meses -- os salários de seus dois principais executivos: o CEO e o vice-presidente de operações. As remunerações dos 12 diretores-executivos tiveram uma diminuição de 50%, mesma redução aplicada para os sete membros do Conselho de Administração, e as dos demais diretores, de 25%.

O Magalu também iniciou um amplo movimento de renegociação de contratos com fornecedores diretos e indiretos, com o objetivo de reduzir custos e ampliar prazos de pagamentos. Estamos fazendo isso da forma mais transparente possível, respeitando o princípio das relações baseadas no ganha-ganha que sempre nos pautou. Temos consciência do sacrifício que uma decisão como essa significa para nossos parceiros de negócios. E queremos acreditar que, quando esses tempos difíceis ficarem para trás -- e eles ficarão --, nosso relacionamento sairá fortalecido. Nesse processo, a empresa está procurando não só preservar mas também apoiar os fornecedores menores, que estão mais fragilizados pela crise. Para centenas de micro-transportadores da Malha Luiza, por exemplo, estamos oferecendo algum tipo de suporte financeiro.

Desde o início desta crise, firmamos o compromisso de fazer absolutamente tudo o que está ao nosso alcance para manter os empregos de nossos colaboradores que desempenham corretamente suas funções nos próximos meses. Nosso compromisso está de pé. Mas é preciso deixar claro -- para nossos acionistas e para toda a sociedade -- que o Magalu disporá de todos os recursos legais para que isso seja possível. Fazer isso é mais do que um direito legal. É um dever moral que temos com todos os nossos *stakeholders*.

Para cumprir nosso objetivo de não fazer demissões por conta da crise do coronavírus, lançaremos mão da Medida Provisória 936/2020, publicada pelo governo federal em 1 de abril. A MP estabelece a possibilidade de suspensão de contratos de trabalho por até 60 dias, com pagamento parcial dos salários via seguro-desemprego, e a redução proporcional de até 70% de jornadas e salários por um período de até três meses. Estamos fazendo um *capacity planning* exaustivo para os próximos meses, a fim de determinar a abrangência e as modalidades dos instrumentos previstos na MP que serão aplicados.

Em março, após o fechamento de todas as nossas lojas físicas, mais de 20.000 funcionários tiveram suas férias antecipadas e pagas. Não sabemos, por ora, quando nossas mais de 1.000 unidades voltarão a funcionar plenamente, com a segurança exigida. O Magazine Luiza tem pressa. Mas não quando se fala em reabrir os pontos físicos. Temos um mapa de risco que mostra, em tempo real, a situação de cada município onde operamos. Usamos as informações detalhadas do nosso time de ciência de dados para monitorar cada localidade. Reabriremos nossas lojas apenas quando tivermos a mais absoluta segurança de que essa é a decisão certa a ser tomada, naquele lugar, naquelas circunstâncias.

Mesmo para aquelas lojas que não forem reabertas, os vendedores poderão trabalhar graças a uma versão remota do nosso aplicativo de vendas (Mobile Vendas), sistema implantado pelo Magalu em 2016, agora totalmente integrado a todas as redes sociais. Assim, continuarão a vender sem abrir mão da segurança.

Nos últimos anos, muito se tem falado sobre a importância da colaboração nos negócios. Pois bem. Esta é a hora de mostrar o quanto estamos preparados para isso. E não estamos falando apenas da necessária e urgente filantropia. Mas também e -- talvez, sobretudo -- de modelo de negócio.

A frente da filantropia está sob a responsabilidade das famílias controladoras do Magazine Luiza. Em março, as famílias Trajano e Garcia anunciaram a doação de 10 milhões de reais para a compra, por parte de governos estaduais, de respiradores artificiais, leitos, colchões e travesseiros usados na assistência aos doentes de covid-19. A doação não vai sair do caixa da empresa, mas do patrimônio pessoal dos integrantes dessas famílias.

A organização Magazine Luiza vem dando sua contribuição à sociedade -- e, principalmente, aos mais vulneráveis -- ao dar suporte a seus colaboradores, sobretudo aqueles que mais precisam por terem remunerações menores: o pagamento em dobro do "cheque-mãe", o nosso auxílio-creche, a cerca de 5.500 funcionárias das lojas, centros de distribuição e SAC, com filhos de até 10 anos de idade, e o aumento da remuneração dos times de logística e distribuição, que estão trabalhando ativamente na execução da nossa estratégia, são dois exemplos.

No início de 2020, anunciamos que este seria o ano do #TemNoMagalu. Nossa ambição é que os mais de 25 milhões de clientes da empresa encontrem tudo o que desejarem, na hora e no local que escolherem, em um de nossos canais digitais. Nada mudou com a crise da covid-19 -- exceto a velocidade com que estamos executando nossa estratégia e a categoria que estamos priorizando. Logo no início da fase de isolamento social, fizemos um trabalho exaustivo para aumentar o número de produtos disponíveis na categoria de mercado. E passamos a subsidiá-la, com o oferecimento de frete grátis para a entrega de todos esses produtos. Juntamos, assim, a extensão da categoria a um papel social desempenhado pela companhia. Produtos de alimentação, cuidados pessoais, limpeza e higiene são mais necessários do que nunca. E uma parcela expressiva da população só pode consumi-los se eles chegarem até suas casas.

Mais recentemente, lançamos o Parceiro Magalu, uma plataforma de vendas voltada para micro e pequenos varejistas -- que operam nos regimes de MEI e Simples -- e para pessoas físicas que buscam renda como autônomos. O Parceiro Magalu é a tradução de nossa missão de inclusão digital dos varejistas e dos cidadãos brasileiros. Estima-se que há, hoje, no Brasil, cerca de 5 milhões de varejistas. Apenas 50.000 deles são minimamente digitalizados. É pouco. Quase nada. E é também uma desvantagem gigantesca num momento em que as pessoas não podem sair de casa para consumir.

Ao se transformar em um Parceiro Magalu, o pequeno comerciante, hoje com as portas fechadas e os negócios paralisados, inclui seu estoque na plataforma digital da companhia. Vende, para seus clientes e para os clientes Magalu, sem correr risco algum. Volta a respirar. As pessoas físicas, por sua vez, montam suas lojas digitais com os produtos do Magalu e de seus sellers sem precisar fazer nenhum tipo de investimento, vendem em suas redes sociais e recebem uma comissão por isso. Geram renda sem sair de casa. Os autônomos, aqueles que perderam seus empregos ou suas fontes de renda abruptamente, são os que têm mais a ganhar neste momento de urgência.

Em poucos dias, mais de 10.000 varejistas e 100.000 pessoas físicas passaram a fazer parte do ecossistema Magalu. Não queremos ser parceiros só na crise. Queremos que eles fiquem conosco quando a vida de todos começar a voltar a normal. E que eles possam se transformar com isso.

Também estamos imprimindo velocidade total ao nosso modelo de entrega *ship from store* -- a distribuição dos produtos comprados nos canais digitais e entregues diretamente a partir de nossas lojas físicas. A última milha. Nos próximos meses, a maior parte de nossos mais de 1.100 pontos físicos estarão operando como mini CDs. Há enormes vantagens no *ship from store*. Quanto menores as distâncias percorridas pelas mercadorias, da origem até a casa do cliente, menores os custos e maior a velocidade de entrega. Ganha-se nas duas pontas: eficiência operacional e qualidade do serviço prestado. Nossas entregas feitas em até 48 horas -- que hoje representam 74% do total -- devem crescer significativamente daqui para a frente.

Tudo isso estava escrito. Tudo estava definido. A execução mais rápida do que dita nossa estratégia, às custas do trabalho ininterrupto de nossas equipes e de muita energia dispendida, será o grande legado desta crise para o Magalu. Nos últimos anos, conseguimos nos tornar uma "linha" no ecossistema das vendas digitais. Ou seja: uma empresa multicanal e lucrativa, no ramo de bens duráveis, que controlava uma cadeia específica. Agora, mais do que nunca e mais rápido do que poderíamos prever, seremos um "plano": um ecossistema digital --- que integrará linhas e pontos do varejo brasileiro.

São Paulo, 07 de abril de 2020.

A DIRETORIA

Roberto Bellissimo Rodrigues

Diretor Financeiro e de Relações com Investidores