

Magalu cresce 63% e lucra 81,5 milhões de reais no primeiro trimestre

- *Pelo quarto trimestre consecutivo, e-commerce mais que dobra e já responde por mais de 70% das vendas totais da companhia. Apesar dos efeitos da pandemia, vendas em lojas físicas crescem 4% no período*
- *Vendas totais somam 12,5 bilhões de reais*
- *No e-commerce com estoque próprio (1P), as vendas evoluíram 121,5% e o marketplace contribuiu com R\$2,4 bilhões, crescendo 98,0%*

São Paulo, 13 de maio de 2021 – O Magazine Luiza (B3:MGLU3), principal plataforma para comprar e vender do país, acaba de informar à Comissão de Valores Mobiliários (CVM) seus resultados financeiros relativos ao primeiro trimestre do ano fiscal de 2021. Mesmo num cenário ainda profundamente afetado pela pandemia de covid-19, o Magalu conciliou crescimento exponencial de vendas com um lucro líquido ajustado de 81,5 milhões de reais no primeiro trimestre de 2021. No período, as vendas totais da companhia cresceram 63% e atingiram 12,5 bilhões de reais. O Ebtida (lucro antes de impostos, juros e amortizações) ajustado foi de 427 milhões de reais, 56% maior que o registrado no mesmo período de 2020.

O e-commerce avançou 114% -- pelo quarto trimestre consecutivo, a operação dobra de tamanho --, atingindo 8,8 bilhões de reais e uma participação de 70% nas vendas totais. Mesmo com o fechamento temporário durante parte significativa do trimestre, as vendas nas lojas físicas aumentaram 3,7%. A conjunção desses resultados levou o Magalu a conquistar o maior *marketshare* de sua história, com um aumento de 4,7 pontos percentuais, segundo a empresa de pesquisa GfK. Nos últimos 12 meses, a geração de caixa operacional atingiu 2,7 bilhões de reais.

"Este trimestre mostrou que nosso modelo de negócios, baseado na construção de um ecossistema e nos benefícios da multicanalidade, é diferente e único. Separamos o joio do trigo", diz Frederico Trajano, CEO do Magalu. "Graças a ele, continuamos a crescer exponencialmente de maneira sustentável, sem *trade offs* desnecessários de margem, gerando lucro."

O crescimento do Magalu se deu em todas as suas operações -- digital e física, estoques próprios (1P) e marketplace (3P). No primeiro trimestre, as vendas digitais 1P aumentaram 121,5% em relação ao mesmo período do ano passado. O



marketplace, com 56 000 sellers, avançou 98% e passou a contribuir com 2,4 bilhões de reais em vendas.

Os resultados do trimestre de crescimento e rentabilidade são consequência da estratégia de negócios do Magalu, baseada na construção de um ecossistema multicanal. As mais de 1 100 lojas já funcionam como centros de recebimento, expedição de produtos do Magalu e de seus sellers vendidos na plataforma digital. Agora, estão sendo preparadas para fazer a captação e dar apoio a novos parceiros localizados em seus raios geográficos. Para continuar a crescer de forma consistente, o Magalu vem ampliando seu ecossistema com a introdução de novas categorias e áreas de negócios.

Vetores de Crescimento

No primeiro trimestre, a empresa fez uma série de aquisições dentro dessa estratégia. Para fortalecer a categoria de produtos de mercado, uma prioridade, o Magalu trouxe a VipCommerce, startup especialista em integrar supermercados. No food delivery, outra vertente de crescimento, a ToNoLucro reforçou a operação da AiQFome, que está em mais de 550 cidades, sobretudo pequenas e médias. A operação atingiu 2,6 milhões de pedidos em abril, preparados por mais de 25 000 restaurantes parceiros. Em abril, foram concluídas as aquisições da Tonolucro e da GrandChef, que fortalecem esse vetor de crescimento. As vendas anualizadas da AiQFome chegaram, assim, a 1,2 bilhão de reais.

No mercado de produtos financeiros digitais, a fintech do Magalu lançou, em abril, o Cartão Magalu, um cartão de crédito totalmente integrado com o aplicativo da companhia e que ofereceu, no lançamento, 4% de cash back nas compras feitas em todos os canais da companhia, diretamente na carteira digital Magaly Pay. Além disso, a empresa vai acelerar ainda mais sua já consistente estratégia de PIX, para pagamento de compras e transferência de valores.

Em conteúdo e ads, a empresa trouxe para seu portfólio duas grandes plataformas: o Steal the Look, site de moda e estilo, e o Jovem Nerd, pioneiro no conteúdo nerd e criação de podcasts do Brasil. Em breve, os conteúdos de Steal the Look, Jovem Nerd e Canaltech serão integrados ao SuperApp Magalu.

Multicanal de verdade



O Magalu abriu, no primeiro trimestre do ano, 11 pontos físicos. As vendas no canal físico, apesar do período mais longo de fechamento provocado pela pandemia, cresceram 4%. Isso mostra que a operação do Magalu é a única que é realmente omnichannel no Brasil - com um canal alimentando o outro.

Ao longo do ano passado, o Magalu reforçou sua estratégia de ampliação do número de categorias e itens vendidos (#TemNoMagalu). São 56 000 sellers e 30 milhões de itens disponíveis na plataforma. A capacidade de entrega rápida foi destaque no período. Agora, 70% das entregas são feitas em até 48 horas, sendo 51% em, no máximo, um dia. Para suportar essa operação, a empresa mantém 23 centros de distribuição e 80 estações de cross docking e hubs de last mile. São mais de 8 000 motoristas trabalhando para que as entregas do Magalu sejam cada vez mais rápidas.

O trimestre terminou com mais de 1 900 sellers no modelo de *cross-docking* e 403 lojas contam com Retire na Loja de produtos de sellers. O SuperApp atingiu 31 milhões de usuários e o Magalu Pay, a conta digital da empresa, ultrapassou a marca de 3 milhões de contas abertas.

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 diversas aquisições, consolidando sua presença nacional. Além de 1.300 lojas em 21 estados do país, o Magalu conta com mais cinco marcas online: Netshoes, Zattini, Shoestock, Época Cosméticos e Estante Virtual - além de milhares de sellers em seu marketplace e um superaplicativo com 33 milhões de usuários ativos.

Atualmente, o Magalu emprega mais de 47 000 funcionários. Sua política de gestão de pessoas foi reconhecida com diversos prêmios.