

Magalu recupera margens e marketplace cresce 50% no 1º trimestre

- *Companhia registrou aumento de 2,7 pontos percentuais na margem bruta. Margem EBITDA ajustada foi de 5% no período e de 6,1% em março*
- *Vendas totais (GMV) atingiram 14 bilhões de reais nos primeiros três meses do ano – crescimento de 13% na comparação com o mesmo período de 2021*
- *E-commerce avançou 16% no trimestre e atingiu mais de 10 bilhões de reais; nos últimos dois anos, crescimento foi de 149%*
- *Marketplace chegou a 180 000 sellers, que venderam mais de 3,6 bilhões de reais no trimestre, 50% acima do mesmo período do ano passado*
- *Fintech Magalu foi um dos destaques do período, com crescimento de 89% e 21 bilhões de reais em volume de transações (TPV)*

São Paulo, 16 de maio de 2021 -- O Magalu (B3:MGLU3), empresa que está digitalizando o varejo brasileiro, acaba de informar à Comissão de Valores Mobiliários (CVM) os resultados financeiros do primeiro trimestre de 2022. O principal destaque do período foi a recuperação das margens, resultado de uma série de medidas adotadas pela liderança nos últimos meses a fim de adaptar a operação ao atual cenário econômico.

A margem bruta do Magalu atingiu 27,8% – aumento de 2,7 pontos percentuais em relação ao primeiro trimestre de 2021. A margem EBITDA ajustada ficou em 5% no período, com sinais de evolução. Em março, chegou a 6,1%. “A evolução da margem é fruto da busca do equilíbrio entre crescimento e rentabilidade, sobretudo no setor de bens duráveis, no qual somos líderes”, diz Frederico Trajano, CEO do Magalu. “A empresa volta a um patamar de margens que só uma operação multicanal como a nossa consegue garantir.”

No primeiro trimestre do ano, as vendas totais da companhia – lojas e e-commerce – ultrapassaram 14 bilhões de reais, o que representa um crescimento de 84% da operação nos dois últimos anos. O e-commerce total – vendas de produtos de estoque próprio (1P) e dos sellers do marketplace (3P) – avançou 16% na comparação anual. As vendas online atingiram 10,2 bilhões de reais, o que representou 72% das vendas totais do Magalu no período (em dois anos, o crescimento do e-commerce da companhia foi de 149%).

Caravana Magalu

O marketplace continua a acelerar. As vendas dos 180 000 sellers presentes na plataforma somaram 3,6 bilhões de reais de janeiro a março, um crescimento de 50% em comparação

ao ano anterior. Com isso, o marketplace já corresponde a mais de um terço – 36% – de tudo o que é vendido nos canais digitais do Magalu. Nenhuma linha de negócio expande com tanta velocidade. Em dois anos, o 3P da companhia – 100% formal e legal, com sellers com CNPJ e que emitem notas fiscais a cada venda – triplicou de tamanho. Nos últimos 12 meses, 124 000 novos vendedores foram incorporados à plataforma.

O primeiro trimestre do ano também foi de boas notícias para as lojas físicas. As vendas das mais de 1 400 lojas atingiram quase 4 bilhões de reais e foram 6% superiores às registradas no mesmo trimestre do ano passado. Janeiro e fevereiro foram significativamente melhores que os meses finais de 2021, e março teve desempenho ainda melhor em relação aos meses anteriores.

As lojas físicas estão cada vez mais a serviço do marketplace. Atualmente, mais de 14 000 sellers usam o modelo da Agência Magalu para o drop-off dos itens vendidos. Na outra ponta, 13% dos pedidos do marketplace já são retirados pelo cliente, por sua escolha, em uma das mais de 1 200 lojas habilitadas para o Retira Loja.

A aceleração da captação de sellers está diretamente relacionada ao novo papel desempenhado pelas lojas físicas. O marketplace do Magalu levou quatro anos para chegar a pouco mais de 60 000 sellers e apenas 12 meses para atingir 180 000 vendedores.

Neste semana, começa a “Caravana Parceiro Magalu”. Maceió, em Alagoas, será a primeira cidade a receber a liderança e toda uma estrutura montada para digitalizar o varejista local. Ao longo do ano, a caravana vai percorrer cidades de todo o país, levando todas as ferramentas do marketplace Magalu e os serviços do ecossistema montado pela companhia para o micro, pequeno e médio empreendedor.

Novas Receitas e Fintech

No primeiro trimestre, a KaBuM! passou a fazer parte definitivamente do universo Magalu, com vendas consolidadas e produtos disponíveis para os 37 milhões de clientes da empresa. Nos três primeiros meses do ano, a KaBuM! vendeu quase 1 bilhão de reais e gerou 50 milhões de reais em lucro líquido.

Em março, o Magalu lançou o “Compra Junto”, nova modalidade de compra, incorporada ao SuperApp Magalu. No Compra Junto, os consumidores se unem em grupos, compartilham ofertas com suas redes de contato e, assim, conseguem aproveitar percentuais de descontos exclusivos. O Magalu foi a primeira grande plataforma de varejo a lançar essa modalidade de *social commerce* no Brasil.

Um dos principais destaques do período foi a Fintech Magalu, marca recém-lançada oficialmente, e que integra todas as operações financeiras realizadas pela companhia e as empresas adquiridas nos dois últimos anos (Bit55, Stoq e Hub Fintech). A nova estrutura de serviços financeiros cresceu 89% no trimestre. Foram 21 bilhões de reais em volume total de transações processadas (TPV), com avanço de 50% no TPV de cartão de crédito, que atingiu 12 bilhões de reais nos primeiros três meses do ano. Atualmente, a Fintech Magalu tem mais de 7 milhões cartões de crédito emitidos e 19 bilhões de reais em carteira de crédito.



O braço financeiro do ecossistema Magalu reúne 16 milhões clientes únicos, somando 9 milhões de contas digitais, o que o coloca entre uma das dez maiores fintechs do país. Juntamente com o anúncio da marca, realizado em maio, a Fintech Magalu lançou dois novos produtos: um cartão de crédito corporativo e o crédito pessoal, para clientes pessoas físicas, que utilizam o SuperApp da empresa. Cerca de 10 milhões de usuários do SuperApp já têm crédito pré-aprovado.

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 1.481 lojas, em 21 estados do país, o Magalu conta com mais seis marcas online (Netshoes, Zattini, Shoestock, Época Cosméticos, Estante Virtual e KaBuM!), 160 000 sellers em seu marketplace, e a plataforma de food delivery AiQFome. O SuperApp da companhia é acessado por mais de 45 milhões de usuários ativos mensais. Atualmente, o Magalu emprega mais de 40 000 funcionários. Sua política de gestão de pessoas foi reconhecida com diversos prêmios.

Imprensa Magalu

Roberta Paduan

roberta.paduan@novapr.com.br

Gabriela Tornich

gabriela.tornich@novapr.com.br

André Vendrami

andre.vendrami@novapr.com.br