

Marketplace do Magalu cresce quase 70% no trimestre. E-commerce avança 22%

- *Vendas online da companhia atingem 10 bilhões de reais pela primeira vez em um trimestre, e triplica na comparação com igual período de 2019*
- *Marketplace alcança 120 000 sellers e 3,5 bilhões de reais em vendas entre julho e setembro, aumento de 310% no acumulado de dois anos*
- *Vendas totais chegam a 13,8 bilhões de reais entre julho e setembro, crescimento de 12% sobre o mesmo período de 2020 e 103% sobre 2019*
- *Lucro líquido ajustado é de 22,6 milhões e caixa total ajustado é de 9,1 bilhões de reais*

São Paulo, 11 de novembro 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 terceiro trimestre de 2021. A companhia manteve-se na rota do crescimento sustentável, apesar de o período ter sido marcado pela deterioração das condições macroeconômicas e de uma base de comparação muito elevada, considerando o desempenho recorde registrado entre julho e setembro de 2020.

O destaque do período foi, mais uma vez, o e-commerce. As vendas online do Magalu atingiram 10 bilhões de reais pela primeira vez em um trimestre, um crescimento de 22% sobre o mesmo período do ano anterior. Trata-se de uma expansão acima do mercado brasileiro, que teve alta de 17,9%, segundo a Neotrust, o que representa novo ganho de market share. Na comparação com o terceiro trimestre de 2019 -- excluindo-se, portanto, as exceções da pandemia -- as vendas pelos canais digitais do Magalu cresceram 204%, ou seja, mais que triplicaram em dois anos.

Os números do e-commerce refletem o excelente desempenho do SuperApp da companhia, que já conta com 37,9 milhões de usuários ativos por mês. Demonstrem também o crescimento contínuo do marketplace do Magalu. Atualmente, 120 000 sellers operam na plataforma digital da empresa. Juntos, esses varejistas venderam 3,5 bilhões de reais entre os meses de julho e setembro, aumento de 67% na comparação com igual período de 2020 e de 310% em dois anos. Com isso, o marketplace passou a representar 35% das vendas online da companhia.

“Temos convicção de que o Magalu, com seu ecossistema de empresas complementares, sua rede de logística e distribuição, que incluem mais de 1 400 lojas físicas e sua capacidade de desenvolver e oferecer ferramentas digitais, tem vantagens únicas para continuar digitalizando o varejo analógico brasileiro”, diz o CEO, Frederico Trajano. “Estamos trazendo



esses sellers para nossa plataforma de forma totalmente legal e formal, com velocidade e escala.”

No terceiro trimestre, as vendas totais do Magalu atingiram 13,8 bilhões de reais, um aumento de 12% na comparação anual e o dobro (+103%) em relação ao terceiro trimestre de 2019. Esse indicador foi impactado pela redução de 8% nas vendas das lojas físicas, nas quais a categoria de bens duráveis -- sensível às oscilações de renda e à alta dos juros -- é representativa. O lucro líquido ajustado foi de 22,6 milhões de reais. Considerando os ganhos líquidos não recorrentes, o lucro líquido foi de 143,5 milhões de reais. Em setembro, a posição total de caixa ajustado era de 9,1 bilhões de reais.

Novos negócios e categorias

O lançamento do Mundo Moda é exemplo dessa estratégia. Integrada ao SuperApp, a categoria passou a oferecer 300 marcas e 3,5 milhões de itens, de 21 000 varejistas e centenas de fábricas, incorporadas por meio da HubSales, empresa do grupo que conecta indústria ao consumidor final. O Magalu também criou sua marca própria, o Vista Magalu. O segmento de moda no Brasil movimenta 152 bilhões de reais e conta com 1,5 milhão de lojistas -- apenas 73 000 digitalizados. De janeiro a setembro, as vendas de produtos de moda na empresa cresceram 170% no SuperApp do Magalu.

Na categoria de beleza, as vendas da Época Cosméticos mais que triplicaram no terceiro trimestre, quando comparadas aos resultados de 2019. No acumulado até setembro deste ano, as vendas do e-commerce de beleza superaram 500 milhões de reais, o que equivale às vendas de todo o ano de 2020. Em esportes, com a Netshoes, o Magalu ganhou quatro pontos percentuais de participação de mercado no período e cresceu 67% das vendas no SuperApp.

Em julho, o Magalu concluiu a aquisição da Hub Fintech, movimento que deu a robustez regulatória e tecnológica necessária para que acelere os serviços financeiros para clientes e sellers. A fintech do Magalu tem, atualmente, mais de 4 milhões de contas MagaluPay, 6,6 milhões de cartões de crédito emitidos e 15 bilhões de reais em carteira de crédito. Esses números, por si só, colocariam nossa operação financeira na lista dos maiores bancos digitais do Brasil.

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 1.400 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, a plataforma



de delivery AiQFome e um SuperApp com quase 38 milhões de usuários ativos. Atualmente, o Magalu emprega mais de 45 mil 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