

# Magazine Luiza lança categoria de livros com mais de 240 mil títulos

- *O lançamento da nova categoria aumenta a frequência de compra do cliente e contribui para a transformação do aplicativo de vendas, um dos mais populares do Brasil, em um superapp*
- *Livros serão entregues em até 48h e com frete grátis, na modalidade Retire na Loja*

**São Paulo, 23 de abril** - O Magazine Luiza lança, no dia mundial do livro, a categoria “livros” em seu e-commerce. A empresa terá um catálogo de 240 mil títulos. O cliente que optar pela modalidade de retirada do produto na loja receberá o livro em até 48 horas e sem a cobrança de frete. O Magalu tem lojas em 300 cidades do Brasil que não têm livrarias.

“Apenas 50 milhões de brasileiros afirmaram ter comprado um livro nos últimos três meses. É um mercado em crescimento e vamos aproveitar esta oportunidade vendendo livros com entrega rápida e frete grátis,” afirma Eduardo Galanternick, diretor-executivo de e-commerce do Magalu. “O objetivo é fazer com que o Magalu se torne referência neste segmento”.

O primeiro passo para transformar o app do Magalu em um superapp é o aumento do número de itens oferecidos aos clientes. Antes da categoria de livros, fez parte dessa estratégia o lançamento das categorias de mercado - bens de consumo - e beleza. “Queremos que o cliente encontre no Magalu tudo o que precisa, diariamente, com a facilidade de retirar na loja sem taxas de entrega”, diz Galanternick.

Somente 10% das cidades do Brasil têm pontos de venda físicos para compra de livros. A média de leitura do brasileiro é de 2,43 livros por ano, segundo dados da pesquisa Retratos da Leitura, de 2016, feita pelo instituto Pró Livro. “Tivemos, também, o cuidado de desenvolver uma embalagem especial para nossos livros, que será de material reciclável”, afirma Galanternick.

Para o lançamento da nova categoria de produtos, o Magalu vai convidar uma série de influenciadores, como a apresentadora Maísa, os atores Dan Ferreira e Alice Wegmann, as influenciadoras digitais Gabi Oliveira (@gabidepretas) e Mari Belém (@maribelem) e a professora, palestrante e autora de best sellers Martha Gabriel. Além de 13 “booktubers” como Bel Rodrigues, Book Mania e Gustavo Cunha. Entre as ofertas especiais estão os livros “Milagre da Manhã, por R\$12,90, “Mindset” por R\$19,90 - exclusivo para compras no app - e outros 500 livros por apenas R\$10 cada.

Respostas Reuters:

**1 - Quantas categorias de produtos próprios o Magazine Luiza tem atualmente. Quantas lançou há pelo menos 1 ano?**

São 30 categorias diferentes de produtos estocados. Nos últimos semestres, entramos e fortalecemos nossa posição em produtos de consumo, com as categoria de Mercado e Beleza. Estamos conectados com os consumidores, e já estocamos e vendemos drones, fechaduras eletrônicas, além da retomada da marca Neo, exclusiva para eletroportáteis. Tudo isso é complementado por nossos parceiros de marketplace, que nos permite ofertar soluções completas.

**2) Estaria certo dizer que o lançamento da categoria agora aproveita de uma queda na concorrência diante de falências de grupos como Livraria Cultura e Saraiva? Há quanto tempo a empresa estuda participar deste segmento?**

Já observamos a categoria de livros há algum tempo e esperávamos entrar nesse mercado em algum momento. No Brasil, a participação do e-commerce na categoria é muito superior ao que se mede nos EUA, por exemplo. Por aqui, há um número muito pequeno de livrarias - que infelizmente está diminuindo. O varejo tem dificuldade de sustentar frete grátis por livros serem produtos de ticket muito baixo. Inclusive, muitas vezes o cliente precisa gastar mais com a despesa de entrega do que com o produto, o que gera uma experiência negativa. Nas nossas conversas com as editoras, vimos que há demanda reprimida para livros, em função da má distribuição.

Quando comparamos nossa rede de lojas físicas com pontos identificados de venda de livros, percebemos que atuamos num número grande de municípios (329) que não são servidos por nenhuma loja que revende livros. Vamos chegar ao final do ano com mais de mil pontos físicos. Nossa operação é multicanal. Os clientes podem comprar nas nossas plataformas digitais ou até mesmo com nossos vendedores, optando por receber suas encomendas em casa ou retirando sem custos em nossas lojas.

**3) Existem planos para a empresa ter um leitor próprio de livros digitais, como fizeram os concorrentes ou uma oferta de ebooks?**

Os E-books já tiveram uma participação maior nos EUA - chegaram a representar 1/4 do mercado, mas perderam fôlego. No Brasil, e-books têm participação de um dígito baixo. Nossa estratégia primária é atuar na distribuição de livros impressos. Sabemos que mais da metade das escolas públicas não possuem bibliotecas ou salas de leitura e apenas 10% dos municípios possuem livrarias. O livro ainda é um produto para poucos no Brasil. Usar nossa tecnologia, nossa malha logística e permitir que mil lojas sirvam de pontos de venda e coleta é mais uma forma que o Magalu encontrou de colaborar com esse mercado, tão importante para o país.