

Magalu cresce 60% no segundo trimestre. E-commerce dispara.

- *Vendas totais da companhia atingem 13,7 bilhões de reais entre abril e junho, crescimento de 60% sobre o mesmo período de 2020*
- *E-commerce atinge quase 10 bilhões de reais, uma expansão de 46% sobre o mesmo período de 2020, e já representa 72% das vendas totais da companhia. Marketplace cresce 63%*
- *A operação registrou EBITDA ajustado 209% maior que o segundo trimestre do ano anterior, e lucro líquido ajustado de 89 milhões de reais*

São Paulo, 12 de agosto de 2021 -- O Magalu (B3:MGLU3), maior plataforma digital do varejo brasileiro, acaba de informar à Comissão de Valores Mobiliários (CVM) os resultados financeiros do segundo trimestre de 2021. Apesar de o período ter iniciado ainda com parte das lojas físicas fechadas, em razão da pandemia, a companhia cresceu de forma consistente, com ganho de 3,7 pontos percentuais em participação de mercado, na comparação com o segundo trimestre de 2020.

A evolução foi vista em todos os indicadores financeiros. As vendas totais atingiram 13,7 bilhões de reais no período, um aumento de 60% na comparação anual. Esse crescimento ocorre sobre uma base que já vinha em forte expansão: 49% no ano anterior. No acumulado de dois anos, portanto, o crescimento das vendas totais do Magalu foi de 139% no segundo trimestre. O lucro líquido ajustado foi de 89 milhões de reais. O Ebtida ajustado avançou 209%, atingindo 455 milhões de reais. E a posição de caixa ajustado foi de 6,1 bilhões de reais (10 bilhões de reais, quando se considera os recursos captados no follow-on realizado em julho). "Continuamos a crescer exponencialmente, de maneira rentável e sustentável", diz Frederico Trajano, CEO da companhia. "A foto deste trimestre é excepcional. Mas o filme dos dois últimos anos é ainda melhor."

Mais uma vez, o e-commerce foi um dos destaques. As vendas online do Magalu atingiram 9,8 bilhões de reais, um acréscimo de 46% sobre o mesmo período do ano anterior. Considerando o segundo trimestre dos dois últimos anos -- de forma a eliminar parte das distorções provocadas pelo ineditismo da pandemia em 2020 --, as vendas pelos canais digitais do Magalu cresceram 313%, ou seja, mais que quadruplicaram. Com o resultado, o e-commerce atingiu 72% das vendas totais da companhia. Com a incorporação recorde de 23 000 novos sellers entre abril e junho, o marketplace do Magalu atingiu 3 bilhões de reais em vendas no período -- um crescimento de 63% na comparação anual. As vendas do 1P (estoques próprios) aceleraram 40%.



Apesar de 32% das lojas físicas terem permanecido fechadas em abril, devido à necessidade do distanciamento social, as vendas presenciais atingiram 4 bilhões de reais. Trata-se de um aumento de 112% sobre o mesmo trimestre de 2020, e de 16% sobre o mesmo período de 2019, quando ainda não havia a pandemia.

O ano do #PiscouChegou

O Magalu permanece na rota para atingir o objetivo traçado pelo seu Conselho de Administração: a construção do maior ecossistema de varejo formal do país. As aquisições em segmentos estratégicos, a ampliação do marketplace, da rede de lojas físicas Magalu e a redução progressiva dos prazos de entrega das mais variadas categorias de produtos foram os focos dos projetos e iniciativas encampadas pela companhia. “Todas as nossas ações convergem para a mesma direção, que é construir um ecossistema de varejo moderno, e, portanto, formal e digitalizado, que garanta uma experiência de alta qualidade para o consumidor não só dos produtos Magalu, mas também dos nossos parceiros”, afirma Trajano.

A inauguração das primeiras lojas físicas no Rio de Janeiro, no início de julho, marcou a entrada do Magalu no segundo maior mercado do país para o varejo. A rede, que atingirá pelo menos 50 lojas até o final deste ano, potencializa tanto as vendas físicas como a do e-commerce e é fundamental para que o Magalu garanta a entrega mais rápida do Brasil.

Em junho, o Magalu lançou a entrega em até uma hora para 11 cidades. Hoje, essa modalidade já está disponível para pedidos entregues a partir de 140 lojas, em 30 municípios do país. Para acelerar ainda mais a expansão da entrega expressa, a companhia adquiriu, no final de julho, a Sode, uma plataforma de entregas ultrarrápidas feitas com motos.

Pela primeira vez na história, o Magalu divulgou um *guidance* operacional, que dá a medida dos investimentos que serão feitos em logística nos próximos anos. Em 2023, a companhia terá 2 milhões de metros quadrados de áreas de armazenagem, com 450 hubs logísticos e centros de distribuição, além de 1.680 lojas físicas. Na comparação com 2019, significa mais que triplicar a estrutura logística. Os investimentos serão suportados pela captação de cerca de 4 bilhões de reais realizada no *follow-on* de final de julho.

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 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