

Magalu registra 56 bilhões de reais em vendas em 2021, cresce 28% no período e dobra de tamanho em dois anos

- *Vendas online respondem por 71% do GMV total e somam 40 bilhões de reais no ano, um aumento de 39% sobre 2020 e o triplo de 2019; novas categorias de produtos já representam 45% de todas as vendas*
- *Marketplace alcança 160 000 sellers e soma 13 bilhões de reais no ano; valor é 70% maior que 2020, Em fevereiro, vendas do marketplace ultrapassaram o GMV das lojas físicas pela primeira vez*
- *Empresas do ecossistema superam expectativas e confirmam estratégia Magalu: KaBuM! lucra 300 milhões de reais (não incorporados no resultado Magalu) no ano e Netshoes, 135 milhões, melhor resultado da história da empresa*
- *Fintech ultrapassa 65 bilhões de reais em volume de transações, 83% acima de 2020, e encerra 2021 com 7,2 milhões de cartões de crédito ativos*
- *Caixa da companhia fecha 2021 com 12,3 bilhões de reais, maior posição da história*
- *Lucro líquido é de 590 milhões de reais no ano e de 93 milhões de reais no trimestre*

São Paulo, 15 de março 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 quarto trimestre de 2021. A companhia comemora os números alcançados em um período extremamente desafiador, e segue sob o lema do crescimento sustentado, de longo prazo. "Em 2021, consolidamos nossa estratégia de crescer baseados no desenvolvimento de um marketplace multicanal, que seja a porta de entrada para milhões de varejistas ainda analógicos", diz Frederico Trajano, CEO do Magalu. "Batemos recordes importantíssimos e conseguimos tirar o melhor de cada área. E as aquisições que fizemos nos últimos dois anos para criar nosso ecossistema e diversificar as categorias de produtos vendidos vêm superando nossas expectativas."

Em 2021, as vendas totais do Magalu – incluindo lojas físicas, e-commerce com estoque próprio (1P) e e-commerce do marketplace (3P) – totalizaram quase 56 bilhões de reais. O crescimento de 28% foi impulsionado pelo aumento de 39% das vendas online, que somaram 40 bilhões de reais e representaram 71% do GMV total da companhia. A expansão de quase 40% do e-commerce no ano passado ocorreu sobre uma base recorde de vendas online, que já tinham crescido 131% em 2020. O crescimento das vendas digitais do Magalu foi mais uma vez superior à do mercado brasileiro – de 27%, segundo a Neotrust – e o SuperApp da companhia ultrapassou 42 milhões de usuários ativos por mês. No ano, os canais digitais do ecossistema Magalu venderam mais de 200 milhões de itens.

As vendas das lojas físicas também registraram crescimento, de 5,8%. No quarto trimestre, as vendas cresceram 4% e atingiram 15,5 bilhões de reais, mesmo com a deterioração dos indicadores macroeconômicos – aumento da inflação e da taxa de juros –, que impactam diretamente as categorias de bens duráveis. Em 2021, o lucro da companhia atingiu 590 milhões de reais. No quarto trimestre, foi de 93 milhões de reais.

Vendas do marketplace superam GMV das lojas físicas, pela primeira vez

Se o e-commerce foi o motor do crescimento da companhia em 2021, o marketplace foi o motor da expansão do e-commerce. Os 160 000 sellers do marketplace Magalu totalizaram vendas de 13 bilhões de reais em 2021, valor 69% acima do ano anterior e quatro vezes o montante de 2019. Com o resultado, em fevereiro deste ano, o marketplace ultrapassou o GMV das lojas físicas da companhia pela primeira vez na história.

O desempenho do marketplace está diretamente vinculado ao conceito de multicanalidade, adotado de forma pioneira pelo Magalu. As 1 480 lojas físicas da empresa, rapidamente, estão ganhando um novo significado, conforme adquirem novas funcionalidades.

Mais de 400 lojas já foram transformadas em ponto de expedição das vendas dos sellers do marketplace. Os sellers vendem pela internet, entregam seus produtos na loja (transformada em Agência Magalu), que despacha a encomenda para o cliente final por meio da malha logística da companhia. Ao final de dezembro, os 9 500 sellers que trocaram a entrega de outros fornecedores pelos serviços das Agências Magalu tiveram aumento médio de 143% no GMV e uma queda de 51% no custo do frete. Na outra ponta, os clientes também podem retirar seus pedidos entregues por sellers em mais de 1 100 lojas Magalu.

Além da logística, os pontos físicos também atuam como captadores locais de novos sellers. Em 2021, as equipes de loja foram responsáveis pela captação de 50 000 novos vendedores, o que representa quase metade de todos os sellers incorporados à plataforma digital do Magalu no ano.

Novas fontes de receita

Todos novos negócios da companhia – resultado das aquisições realizadas principalmente nos últimos dois anos – vêm gerando resultados acima das expectativas iniciais, e se mostrando extremamente resilientes às oscilações da economia. Entre os destaques, está o KaBuM!, plataforma de produtos de tecnologia e para *gamers*, comprada em julho, que gerou 4 bilhões de reais em GMV e um lucro de 300 milhões de reais em 2021 – um desempenho excelente, que não foi incorporado nos resultados do Magalu. "O KaBuM! é uma espécie de Disneylândia dos gamers", diz Trajano. "Possui um portfólio totalmente complementar ao do Magalu e que já está sendo oferecido em nossos canais digitais."

As categorias de esporte e moda também foram destaque: atingiram 5 bilhões de reais em vendas totais em 2021. A Netshoes, já plenamente integrada ao ecossistema do Magalu, registrou lucro de 135 milhões de reais em 2021, o maior da história da companhia. As vendas de produtos de moda no Magalu cresceram 170% no ano passado. Hoje, essa vertical de negócios reúne 30 000 sellers no marketplace, incluindo 300 indústrias de vestuário, calçados e acessórios, que vendem direto ao consumidor pela plataforma digital da companhia. Esses fabricantes se integraram ao marketplace por meio da Hubsales, empresa adquirida pelo Magalu em julho de 2020 com objetivo de digitalizar polos fabris Brasil afora. A AiQFome, empresa de delivery de restaurantes adquirida em 2020, tornou-se a vice-líder do mercado brasileiro, em número de pedidos. Desde sua fundação, a AiQFome opera com lucro.

Em 2021, a fintech do Magalu dobrou de tamanho com a aquisição da Hub Fintech. Seus números colocam a operação financeira da companhia na lista dos maiores bancos digitais do Brasil. O volume de transações superou 65 bilhões de reais, com crescimento de 82% em relação ao ano anterior. O MagaluPay, conta digital integrada ao SuperApp, alcançou 4,8 milhões de clientes. Considerando-se a sub-adquirência e o Banking as a Service (BaaS) foram movimentados mais de 24 bilhões de reais no Magalu Pagamentos, com um lucro líquido de 156 milhões de reais. Já são mais de 7,2 milhões de cartões de créditos ativos. Em apenas oito meses, foram vendidos mais de 1 milhão do recém-lançado Cartão Magalu. No ano, o TPV de cartão de crédito foi de mais de 41 bilhões de reais, alcançando uma carteira de 17,5 bilhões de reais e gerando um lucro para a Luizacred de 153 milhões de reais.

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 mais de 1.480 lojas em 21 estados do país, o Magalu conta com mais seis marcas online: Netshoes, Zattini, Shoestock, Época Cosméticos, Estante Virtual e KaBuM! - além de milhares de sellers em seu marketplace, a plataforma de delivery AiQFome e um SuperApp com mais de 37 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