

Magalu registra 15,5 bilhões em vendas no primeiro trimestre de 2023, com destaque para operação do marketplace

- *Pela primeira vez, as vendas dos sellers superaram as realizadas pelas lojas físicas. Foram 4,4 bilhões de reais, com crescimento de 19,4% em relação ao mesmo período de 2022*
- *Empresa teve um aumento de 6,2 pontos percentuais na participação no e-commerce brasileiro no trimestre, maior marketshare já registrado*

São Paulo, 15 de maio de 2023 -- 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 2023. A companhia registrou crescimento de vendas em todos os canais e aumentou sua participação no mercado brasileiro de e-commerce em 6,2 pontos percentuais, com o registro do maior *marketshare* na história. Entre janeiro e março, as vendas totais atingiram 15,5 bilhões de reais, 10% maior que no ano anterior. Desde 2020, o crescimento anual médio da companhia é de 27%.

"Mais uma vez, o grande destaque do período foi o marketplace, canal que é a grande alavanca de crescimento e rentabilidade da companhia", diz Frederico Trajano, CEO do Magalu. "O que enxergamos como o futuro do negócio vem rapidamente tomando forma."

Neste trimestre, pela primeira vez, as vendas do 3P, representado por 281 000 sellers conectados à plataforma do Magalu, superaram as realizadas pelas lojas físicas. Entre janeiro e março, as vendas do marketplace chegaram a 4,4 bilhões de reais, com crescimento de 19,4% em relação ao mesmo período do ano passado. As vendas do e-commerce total atingiram 11,3 bilhões de reais no período – avanço de 11,1% comparado a uma queda de 13,8% desse mercado, segundo dados da Neotrust. Nas lojas físicas, as vendas atingiram 4,2 bilhões de reais, 7,5% acima do registrado no primeiro trimestre de 2022..

O crescimento das vendas, juntamente com o aumento da margem de contribuição do marketplace, contribuiu para o crescimento do EBITDA ajustado, que atingiu 448 milhões de reais nos três primeiros meses de 2023. Com isso, a margem EBITDA ajustada manteve-se praticamente estável, no patamar de 4,9%.

Marketplace Magalu: digital, multicanal e hiperlocal

Com a evolução do processo de *onboarding* de sellers, houve um melhor aproveitamento das safras de parceiros conectados. Entre janeiro e março, 21 000 novos varejistas foram captados e conectados à plataforma do Magalu. Além disso, houve um aumento de 50% no volume de sellers que vendem todos os dias por meio do marketplace da empresa. Com a ampliação do número de vendedores – que atualmente oferecem juntos quase 100 milhões de produtos –, cresce também a adesão aos serviços de valor agregado, como o Magalu Entregas, Magalu Ads e a Fintech Magalu. Esses serviços, baseados em tecnologia, são fundamentais para o aumento da taxa média de comissão e da lucratividade da operação.

O Magalu Entregas é o principal meio logístico utilizado pelos sellers do marketplace, com 80% dos pedidos do 3P passando por essa plataforma. Com a característica multicanal do Magalu Entregas, os clientes podem escolher entre receber as encomendas em casa ou retirá-las com frete grátis em uma das mais de 1 000 lojas físicas do Magalu. Hoje, 22% dos pedidos do marketplace são retirados nas lojas físicas, em comparação com os 13% registrados no mesmo período do ano passado.

A operação de fulfillment conta com a adesão de mais de 1 200 sellers, que se beneficiam da escala e da eficiência da operação do 1P. Com prazos de entrega reduzidos e custos menores, ao migrar da entrega própria para o fulfillment, o seller pode aumentar sua taxa de conversão de vendas em até duas vezes. O percentual de pedidos entregues em até 24 horas aumentou de 20% no final do ano para 30% neste trimestre.

Ao mesmo tempo, o Magalu Ads vem aumentando o volume de produtos elegíveis para patrocínio na busca e aprimorando a experiência dos vendedores. Com cerca de 450 milhões de acessos mensais em todos os canais no primeiro trimestre, a plataforma de publicidade da companhia alcançou 100% de cobertura do sortimento habilitado para busca patrocinada e acaba de lançar a segmentação dos anúncios por área de cobertura baseada no CEP. No primeiro trimestre do ano, a receita vinda da plataforma de produtos patrocinados quadruplicou, com cerca de 10 000 campanhas criadas por mais de 3 300 vendedores.

Ecossistema dinâmico

No período, o TPV da Fintech Magalu passou dos 23 bilhões de reais. Além dos serviços de antecipação de recebíveis, empréstimos e pagamentos, a conta digital para os sellers segue em rápida evolução. Mais de 26 000 empreendedores recebem os valores relativos às suas vendas nas contas digitais, que movimentaram mais de 300 milhões de reais nos primeiros três meses deste ano.

A Luizacred registrou um volume total de 20,2 bilhões de reais na carteira, com faturamento obtido com Cartão Luiza e Cartão Magalu em 13,6 bilhões de reais no último trimestre, 10,5% maior em relação ao mesmo período do ano anterior. De janeiro a março deste ano, a receita da empresa atingiu o maior valor registrado: 1,1 bilhão de reais, aumento de 18,3% em comparação ao primeiro trimestre de 2022.

O Magalu intensificará o foco em seguros e serviços, conforme a renovação do acordo com a Cardif por mais dez anos, anunciada recentemente. O portfólio de seguros gerou mais de 1,3 bilhão de reais em prêmios em 2022. O acordo contempla o lançamento de produtos, principalmente nos canais digitais, a manutenção das comissões atuais e um pagamento de 850 milhões de reais pelo direito de exclusividade, além da possibilidade de pagamentos adicionais na forma de *profit-sharing*. O Magalu também anunciou a venda de sua participação na Luizaseg à BNP Paribas Cardif por 160 milhões de reais, o que trará simplificação para a estrutura organizacional e maior eficiência operacional.

O KaBuM!, que em abril passou a ser liderado pelo executivo Júlio Trajano, registrou vendas acima de 1 bilhão de reais, com lucro de 27 milhões de reais no trimestre. No mesmo período, a Netshoes – agora comandada por Graciela Kumruam – registrou um crescimento de 17% em relação aos três primeiros meses de 2022. Com isso, as vendas 3P passaram a representar 37% do GMV total. Segundo a Neotrust, a companhia conquistou, no período, 4,1 pontos percentuais de participação no segmento de artigos esportivos.

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 mais de 1.300 lojas, em 21 estados do país, o Magalu conta com mais seis marcas online (Netshoes, Zattini, Shoestock, Época Cosméticos, Estante Virtual e KaBuM!), 281 000 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. Sua política de gestão de pessoas foi reconhecida com diversos prêmios.

Imprensa Magalu
André Vendrami

andre.vendrami@novapr.com.br

Gabriela Tornich

gabriela.tornich@novapr.com.br

Patrícia Vivas

patricia.vivas@novapr.com.br