

- 2. RETAIL TECH – MaaS.** A estratégia, aqui, é nos tornarmos o sistema operacional do varejo brasileiro. O Magalu se tornou o grande exemplo de transformação digital ao demonstrar sua capacidade de desenvolver tecnologia -- feita sob medida para quem leva produtos e serviços ao consumidor final. Com iniciativas como o Parceiro Magalu, o Magalu Pagamentos, o Magalu Entregas e os PDVs (pontos de vendas) da recém adquirida Stoq, o Magalu levará soluções de tecnologia e serviços para sellers e para outros milhões de varejistas e restaurantes que ainda não fazem parte da nossa plataforma -- muitos deles com operações ainda 100% analógicas. Hoje existem no Brasil 5,7 milhões de varejistas formais. Apenas 47.000 deles vendem online por meio de nosso marketplace. No setor de restaurantes, há mais de 1,6 milhão de estabelecimentos no país. Cerca de 20.000 deles fazem parte da plataforma da AiQFome.
- 3. FINTECH.** No Brasil, em 2020, foram transacionados 2 trilhões de reais em meios eletrônicos de pagamento, que incluem cartões de crédito, débito e pré-pago. Desse total, cerca de 41 bilhões de reais em TPV passaram pelo ecossistema Magalu no último ano -- uma pequena fração diante do potencial da companhia. Como parte das nossas iniciativas nesse mercado, há pouco mais de um ano, lançamos o Magalu Pay, nossa conta digital, totalmente multicanal e integrada ao SuperApp. De lá para cá, 2,7 milhões de contas foram criadas. Foi só o primeiro passo. Em dezembro, o Magalu comprou a Hub Fintech, uma plataforma completa de serviços para contas digitais e cartão pré-pago. A Hub já tem 4 milhões de contas e cartões, que movimentaram cerca de 7 bilhões de reais em 2020. A partir de agora, Magalu Pay, Hub e Luizacred passarão a ser conectados, abrindo espaço para a criação e a oferta de serviços financeiros digitais -- cartão pré-pago, cartão de crédito, empréstimos para pessoas físicas e jurídicas, seguros e *cashback* -- para nossos clientes e sellers (incluindo os restaurantes da AiQFome). Tudo feito no mesmo ambiente: o SuperApp.
- 4. PUBLICIDADE DIGITAL.** Em 2020, segundo dados da eMarketer, o mercado de publicidade movimentou 48 bilhões de reais. Anúncios digitais, que contam com a assertividade dos algoritmos e chegam no lugar certo e na hora certa a cada consumidor, de acordo com suas preferências, necessidades e ocasião, tiveram investimentos que no ano passado já ultrapassaram 40% do total. Não há dúvidas de que o caminho da publicidade digital é para o alto, em grande velocidade.

No Magalu, temos o anunciante (nós e nossos sellers) e a audiência (milhões de clientes nos dispositivos digitais de Magalu, Netshoes, Zattini, Época e Estante Virtual) nas mãos. Para aumentar ainda mais a audiência e a eficácia do Magalu Ads compramos, há cerca de seis meses, o site especializado em conteúdo de tecnologia Canaltech e a plataforma de mídia online da Inloco. A partir de agora, o MagaluAds passará a contar com uma plataforma própria, simples e intuitiva, que ajudará a descomplicar a publicidade online e permitirá que milhares de sellers e fornecedores do Magalu tenham autonomia para investir e acelerar suas vendas. O serviço oferecido pelo MagaluAds será uma forma adicional de monetizar a audiência total do Magalu.

Estamos em posição privilegiada para aproveitar essas oportunidades. Temos um Superapp que já conta com 33 milhões de usuários mensais, por meio do qual a grande maioria dos negócios será gerada e concluída. Não precisaremos gastar tempo e energia para erguer uma operação multicanal. Ela está pronta e madura. Hoje estamos dando novos saltos na nossa multicanalidade. Vamos conectar as lojas umbilicalmente ao marketplace. Em 2021, começaremos a transformar parte de nossos pontos físicos em espaços de exposição, venda, recebimento e entrega de várias categorias de produtos do marketplace. A loja de tijolo e argamassa que tão bem serve ao 1P colocará todas as suas funcionalidades -- exposição dos itens mais procurados na região, estoque, recebimento e entrega -- a serviço do 3P. Nossas lojas também funcionarão como um ponto de captação e de desenvolvimento de sellers locais, expandindo exponencialmente a plataforma.

Para fomentar todo o ecossistema, 2021 será o ano da logística. O ano do #PiscouChegou. Vamos acelerar significativamente os investimentos para converter nossas mais de 1 300 lojas em pontos de apoio logístico para os sellers, aumentar o número de CDs e *cross dockings* -- 63 unidades no final de 2020 -- e automatizar essa infraestrutura. Logística, distribuição e entrega dos produtos vendidos pelos parceiros do marketplace serão um espelho perfeito do que já acontece com a operação dos produtos próprios.