

| MENSAGEM DA DIRETORIA

Multicanalidade é o nome do jogo

Somos uma empresa essencialmente multicanal, um modelo no qual físico e digital se integram, se complementam e se potencializam. O terceiro trimestre de 2020 foi, para o Magalu, um período de retorno à maneira de operar que acreditamos ser a ideal. É esse modelo -- escalável, dinâmico, lucrativo e capaz de oferecer a melhor experiência de compra -- que, após o pior momento da pandemia de covid-19, passou a ser operado de forma plena, com resultados excepcionais.

Com uma operação de e-commerce que provou todo o seu potencial durante os meses de isolamento social e as mais de 1.200 lojas físicas gradualmente reabertas, o Magalu cresceu como nunca. No terceiro trimestre, as vendas totais avançaram 81% em relação ao mesmo período de 2019. Um resultado originado em todos os nossos canais: o físico e o digital. Foram 12 bilhões de reais -- o que consolidou a liderança do Magalu no varejo de bens duráveis. Nos primeiros nove meses de 2020, vendemos mais do que durante todo o ano passado. De janeiro a setembro, as vendas atingiram 29 bilhões de reais.

Tão importante quanto o ritmo acelerado de crescimento, é o que o modelo de omnicanalidade -- escolhido pelo Magalu anos atrás, a despeito do ceticismo do mercado à época -- nos proporciona: a combinação, sempre desejável e muitas vezes difícil de obter, de expansão e rentabilidade. Entre julho e setembro, ainda com alguns pontos fechados devido às restrições impostas pela pandemia, as vendas totais nas lojas físicas do Magalu avançaram 18%. No conceito de vendas nas mesmas lojas (SSS), o crescimento foi de 7% em relação ao mesmo período do ano passado. Se considerarmos as mesmas lojas nos mesmos dias, esse crescimento sobe para impressionantes 18%. Graças, em parte, a esses números, nosso *marketshare* aumentou 5,4 pontos percentuais na comparação anual, segundo dados da GfK. Um desempenho muito superior ao do mercado.

A reabertura das lojas físicas foi uma operação cuidadosamente executada para garantir a segurança de colaboradores e clientes. O processo começou em meados do segundo trimestre e foi praticamente concluído em agosto. Os protocolos adotados nos deram confiança para retomar a expansão da rede de lojas físicas. Em agosto, foram inauguradas as primeiras 9 unidades do Magalu em Brasília e região metropolitana. E o número de quiosques, operados em parceria com a Lojas Marisa, chegou a 116.

Ao mesmo tempo em que as operações das lojas físicas eram retomadas -- vendas, integração logística, serviços ao cliente -- o e-commerce continuava a crescer de forma exponencial. No trimestre, as vendas digitais do Magalu aumentaram 148%, já considerando a Netshoes na base de comparação. No e-commerce tradicional (1P), as receitas atingiram 6 bilhões de reais, com 150% de crescimento. O Superapp cresce a cada dia e o Magalu Pay já ultrapassou a marca de 2 milhões de contas abertas.

Os 40.000 sellers que fazem parte da plataforma de marketplace venderam mais de 2 bilhões de reais entre julho e setembro, 145% acima do mesmo período de 2019. O terceiro trimestre terminou com mais de 1.200 sellers no modelo de *cross-docking* e cerca de 30% das vendas do 3P coletadas pela Logbee. Com a reabertura das lojas físicas, o Magalu pôde expandir o sistema Retira Loja para o 3P. Em 240 unidades, nossos clientes já podem retirar produtos oferecidos por sellers e comprados digitalmente.

Graças à evolução da Logbee e do *ship-from-store* e à volta do Retira Loja, as entregas tornam-se mais rápidas e mais baratas. Hoje, mais de 40% dos pedidos do e-commerce 1P do Magalu chegam em até 24 horas à casa dos compradores. Essa integração físico-digital é fundamental para que a engrenagem funcione como o planejado e dê o melhor resultado possível. Para os clientes e para a empresa.

Para os 29 milhões de clientes de nossa base ativa: um serviço muito melhor. Recentemente, retomamos o Selo RA1000 de excelência em atendimento do site Reclame Aqui, mesmo sendo a única empresa do varejo a reportar conjuntamente os atendimentos do 1P e do 3P.

Para o Magalu: neste trimestre, com todas as peças em seus lugares, o percentual de despesas operacionais em relação à receita líquida foi um dos menores da história do Magalu e um dos mais baixos do setor -- 20,3%.

Chegamos, assim, a um patamar que um sistema como o nosso proporciona: aumento gigantesco de vendas com rentabilidade e uma geração de caixa capaz de suportar nosso novo ciclo de negócios, a transformação do Magalu em um ecossistema digital e inclusivo de varejo. O lucro do trimestre ajustado atingiu 216 milhões de reais, com margem de 2,6%. No mesmo período, a companhia gerou 884 milhões de reais de caixa. No acumulado dos últimos 12 meses, a geração de caixa operacional do Magalu atingiu 2,7 bilhões de reais.