

Marketplace do Magalu cresce quase 70% no trimestre

E-commerce avança 22% e movimenta R\$ 10 bi em três meses

O Magalu (B3:MGLU3), empresa que está digitalizando o varejo brasileiro sob o comando de Luiza Trajano (FOTO), acaba de informar à Comissão de Valores Mobiliários (CVM) os resultados financeiros do terceiro trimestre de 2021. A companhia manteve-se na rota do crescimento sustentável, apesar de o período ter sido marcado pela deterioração das condições macroeconômicas e de uma base de comparação muito elevada, considerando o desempenho recorde registrado entre julho e setembro de 2020.

O destaque do período foi, mais uma vez, o e-commerce. As vendas online do Magalu atingiram 10 bilhões de reais pela primeira vez em um trimestre, um crescimento de 22% sobre o mesmo período do ano anterior. Trata-se de uma expansão acima do mercado brasileiro, que teve alta de 17,9%, segundo a Neotrust, o que representa novo ganho de market share. Na comparação com o terceiro trimestre de 2019 — excluindo-se, portanto, as excepcionalidades da pandemia — as vendas pelos canais digitais do Magalu cresceram 204%, ou



Magalu, divulgação

seja, mais que triplicaram em dois anos.

Os números do e-commerce refletem o excelente desempenho do SuperApp da companhia, que já conta com 37,9 milhões de usuários ativos por mês. Demonstram também o crescimento contínuo do marketplace do Magalu. Atualmente, 120 mil sellers (vendedores) operam na plataforma digital da empresa. Juntos, esses varejistas venderam 3,5 bilhões de reais entre os meses de julho e setembro, aumento de 67% na comparação com igual período de 2020 e de 310% em dois anos. Com isso, o marketplace passou a representar 35% das vendas online da companhia.

“Temos convicção de que o Magalu, com seu ecossistema de empresas complementares, sua rede de logística e distribuição, que incluem mais de 1 400 lojas físicas e sua capacidade de desenvolver e oferecer ferramentas digitais, tem vantagens únicas para continuar digitalizando o varejo analógico brasileiro”, diz o CEO, Frederico Trajano. “Estamos trazendo esses sellers para nossa plataforma de forma totalmente legal e formal, com velocidade e escala.”

No terceiro trimestre, as vendas totais do Magalu atingiram 13,8 bilhões de reais, um aumento de 12% na comparação anual e o dobro (+103%) em relação ao terceiro trimestre de 2019. Esse indicador foi impactado pela redução de 8% nas vendas das lojas físicas, nas quais a categoria de bens duráveis — sensível às oscilações de renda e à alta dos juros — é representativa. O lucro líquido ajustado foi de 22,6 milhões de reais. Considerando os ganhos líquidos não recorrentes, o lucro líquido foi de 143,5 milhões de reais. Em setembro, a posição total de caixa ajustado era de 9,1 bilhões de reais.

Novos negócios e categorias

O lançamento do Mundo Moda é exemplo dessa estratégia. Integrada ao SuperApp, a categoria passou a oferecer 300 marcas e 3,5 milhões de itens, de 21

mil varejistas e centenas de fábricas, incorporadas por meio da HubSales, empresa do grupo que conecta indústria ao consumidor final. O Magalu também criou sua marca própria, o Vista Magalu. O segmento de moda no Brasil movimenta 152 bilhões de reais e conta com 1,5 milhão de lojistas — apenas 73 000 digitalizados. De janeiro a setembro, as vendas de produtos de moda na empresa cresceram 170% no SuperApp do Magalu.

Em julho, o Magalu concluiu a aquisição da Hub Fintech, movimento que deu a robustez regulatória e tecnológica necessária para que acelere os serviços financeiros para clientes e sellers. A fintech do Magalu tem, atualmente, mais de 4 milhões de contas MagaluPay, 6,6 milhões de cartões de crédito emitidos e 15 bilhões de reais em carteira de crédito. Esses números, por si só, colocariam nossa operação financeira na lista dos maiores bancos digitais do Brasil.



Magalu, reprodução



EXPEDIENTE

Jornal No Radar
é uma
publicação do



Diretor Executivo: Marcos Dytz Piccoli
marcos.piccoli@gruporscom.com.br
Diretora Comercial: Carla Adriana Pezzi
carla.pezzi@gruporscom.com.br
Diretor de Produto: Daniel Reche
daniel.reche@gruporscom.com.br

Gerente de Marketing Digital:
Marcelo Dytz Piccoli
marcelo.piccoli@gruporscom.com.br
Editor: Maicon Rech
maicon.camillo@gruporscom.com.br

Fone: 54 3455.3999
www.gruporscom.com.br
geral@gruporscom.com.br
comercial@gruporscom.com.br

Rua Marechal Deodoro, 101
7º andar - Centro
95700-160
Bento Gonçalves



Cooperativa Vinícola Garibaldi: engajando novas gerações



Miquel Vignatti, Cooperativa Vinícola Garibaldi, divulgação

Um encontro para renovar conhecimentos e reforçar o sentimento de pertencimento – assim foi a programação que a Cooperativa Vinícola Garibaldi realizou na sede da Associação dos Motoristas de Garibaldi: uma série de palestras referentes ao programa Garibaldi Jovem, destinado a engajar as novas gerações com a cooperativa, alinhar expectativas e intensificar a participação nos negócios. Cerca de 100 pessoas tiveram a oportunidade de ouvir atualizações sobre o trabalho, novos objetivos traçados, estratégias para melhorar a produtividade, conceitos do cooperativismo e, por fim, dicas para utilização do software rural Aegro.

A atualização de informações ficou a cargo do presidente, Oscar Ló. Ele iniciou a fala destacando que a realização do Garibaldi Jovem tem por objetivo pensar o futuro da cooperativa - 2022, mas principalmente os próximos dez anos. “Temos um negócio rentável em nossas mãos. Só depende de nós dar essa sequência”, disse.

Ló elencou dados como o número atual de associados da Cooperativa Vinícola Garibaldi. São 430 membros e 201 funcionários, cultivando 1.050 hectares. O resultado é uma safra em 2021 de 25 a 30 milhões de quilos de uva e a comercialização de 18,1 milhões de litros e 2,52 milhões de caixas. O trabalho bem feito tem como consequência 59 prêmios conquistados até outubro de 2021, destaque da pesquisa Marcas de Quem Decide pelo segundo ano consecutivo como o espumante mais lembrado pelos gaúchos e pelo sétimo ano seguido o me-

QUALIDADE E COOPERATIVISMO

Os associados tiveram a oportunidade de ouvir o enólogo e gerente técnico da Cooperativa Vinícola Garibaldi, Ricardo Morari, explicar processos que contribuem para melhorar a qualidade da uva. Entre eles, o cuidado na utilização de agrotóxicos e a escolha por bons equipamentos. “A produção de espumantes consiste em um ciclo vicioso: quanto melhor a uva, menor o custo para processar. Melhores produtos resultam em clientes mais satisfeitos e consequentemente mais vendas, mais faturamento e lucro e investimentos que lá na frente resultarão em melhores uvas.”

O encontro contou, ainda, com palestra da gerente de controladoria da Cooperativa Vinícola Garibaldi, Elizabeth Chiminazzo Rossi, sobre os princípios do cooperativismo. Elizabeth destacou itens como a adesão livre, o controle democrático e a neutralidade política, religiosa e racial. “É importante que o cooperado esteja alinhado com estes pontos. Nossa ideia é, cada vez mais, fortalecer o sentimento de pertencimento de vocês com estes conceitos”, disse.

Durante a programação, os associados puderam entender melhor sobre o Aegro, software voltado a melhorar a produção agrícola no campo. Os viticultores da Cooperativa Vinícola Garibaldi aderiram à tecnologia em setembro de 2020 e, através dela, têm acesso a dados como indicadores e gráficos que auxiliam na tomada de decisões mais assertivas, sem depender de sinal de internet.

lhor fornecedor de espumantes pelo prêmio Carrinho Agas, da Associação Gaúcha de Supermercados (Agas).

O presidente destacou que existe o objetivo de se tornar referência nacional em espumantes até 2023. O trabalho para essa conquista avança através da venda em todos os estados brasileiros e cinco filiais, localizadas em Porto Alegre, Minas Gerais, Pernambuco, bem como as atrações oferecidas no Complexo Enoturístico, cujo tíquete médio vem aumentando nos últimos anos – era de R\$ 31 em 2019, passou para R\$ 61 em 2020 e chegou a R\$ 113 em 2021.

Atualmente, a cooperativa trabalha com 15 marcas e 87 itens no portfólio. O destaque vai todo para a linha dos rosés,

desde já uma tendência e não mais uma moda, de acordo com o presidente Oscar Ló. O Granja União Merlot Rosé, o Rosé Pinot Noir, o Ice Rosé e os frsantes Relax – este com aumento de 305% nas vendas entre 2020 e 2021 – ganham cada vez mais destaque, consolidando a ideia de que o olhar da vinícola para o público jovem e as novas experiências tem sido correto.

Ló enfatizou, ainda, a responsabilidade da Cooperativa Vinícola Garibaldi com o meio ambiente. Entre as ações desempenhadas, há o tratamento de toda a água residual dos processos em estrutura própria e a reutilização de 70% da água utilizada, bem como o fornecimento de energia oriundo totalmente de fontes renováveis, como o gás natural.

LIVRE INICIATIVA

Pânico iBest!

O Programa Pânico, da Jovem Pan, recebeu o primeiro lugar no prêmio iBest na categoria Podcast. O programa disputou a posição na final pela votação popular com o Flow Podcast e com o Pod Pah. Comandado por Emilio Surita, o Pânico é atualmente uns dos programas de entrevistas mais irreverentes do cenário nacional e líder de audiência na emissora. Criado em 1995, o iBest premia as melhores iniciativas do universo digital brasileiro. Em seu retorno depois de 12 anos, o prêmio finalizou a edição de 2020 com mais de 2 milhões de votos certificados. Na edição deste ano, o número de categorias aumentou de 50 para 74, refletindo as mais relevantes tendências e interesses dos brasileiros no universo digital, considerando a presença unificada nas diversas plataformas que o compõem: sites, aplicativos, e-commerce e redes sociais como Instagram, Tiktok, Facebook, Youtube, LinkedIn, Twitcher e Twitter.



Jovem Pan, reprodução

RGE em Monte Belo do Sul

A RGE finalizou recentemente importantes obras de modernização da rede elétrica, no município de Monte Belo do Sul, aumentando a robustez e a confiabilidade do sistema de distribuição de energia. Em 2021, a empresa executou obras que representaram investimento superior a R\$ 158 mil.

Segundo a consultora de negócios da RGE, Laise Grzebieluckas, estas obras são importante investimento para as regiões beneficiadas. “Nossos investimentos são focados na qualidade do fornecimento, adequando à necessidade de aumento de carga e para tornar a rede ainda mais moderna e robusta. Isso tudo resulta na satisfação do cliente, que é o objetivo da RGE.”

Em Monte Belo do Sul foi executada a instalação do banco regulador, oferecendo maior robustez e capacidade operativa do sistema elétrico da região. O conjunto de equipamentos oferece ainda mais segurança ao sistema elétrico, modernizando os circuitos e trazendo mais confiabilidade ao sistema de distribuição de energia.

QUER IMPULSIONAR O SEU NEGÓCIO?

ANUNCIE NA MAIOR COBERTURA DE OUTDOOR DA SERRA!

☎ 54 99915.8575

📱 MIRADOOR

MIRADOOR
MÍDIA EXTERNA