FOLHA DE S.PAULO

Fomos os primeiros a fechar e não deveremos ser os primeiros a reabrir, diz presidente do Magazine Luiza

Segurança de funcionário é prioridade; rede antecipa projeto e abre plataforma a pequenos varejistas

31.mar.2020 à 1h00

EDIÇÃO IMPRESSA (https://www1.folha.uol.com.br/fsp/fac-simile/2020/03/31/)

Paula Soprana (https://www1.folha.uol.com.br/autores/paula-soprana.shtml)

SÃO PAULO A pandemia de coronavírus (https://aovivo.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2020/03/30/5896-acompanhe-todas-as-informacoes-sobre-a-pandemia-de-coronavirus.shtml)fez o Magazine Luiza (https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2020/01/magazine-luiza-arremata-estante-virtual-por-r-31-milhoes.shtml) antecipar um projeto que estava em gestação e vai incluir milhões de vendedores, pessoas físicas ou pequenos varejistas, em seu site de vendas, afirma Frederico Trajano, presidente do grupo.

Chamado de Parceiro Magalu, o programa abrange pessoas físicas e jurídicas.

"Muitas empresas têm caixa curto e não vão conseguir segurar ou

Sua assinatura vale muito.

ENTENDA

lançando nesta semana, antes do previsto, a pequenos varejistas", diz Trajano.

O empresário também diz que a empresa tem caixa e pode suportar efeitos do confinamento, realidade diferente da maior parte do varejo. Se houvesse um decreto que permitisse a reabertura comercial agora (https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/03/apos-ignorar-ministro-bolsonaro-diz-ter-vontade-de-baixar-decreto-para-populacao-poder-trabalhar.shtml), o Magazine Luiza não seria um dos primeiros a reabrir as lojas, segundo ele.

"Nossa posição hoje é aguardar até garantir que protocolos de segurança e saúde de trabalhadores e clientes estejam aderentes e estejamos confortáveis com eles", afirma.

domboscoead.com.br
Sponsored

Curso de Extensão em Relações Interpessoais na...

Sua assinatura vale muito.

ENTENDA

Frederico Trajano, 44, presidente da empresa; segurança dos funcionários e dos clientes é prioridade - Aloisio Mauricio/Fotoarena/Folhapress

★

Nestas primeiras semanas de quarentena, o que dá para calcular de impacto de vendas? Como está a operação de vocês? O que aconteceu, pragmaticamente, é que fechamos 1.100 lojas. Mais ou menos 50% do nosso faturamento vem de loja física. Dei férias a todos os funcionários dessas lojas, são 20 mil pessoas de férias.

Fechamos antes dos decretos governamentais. Fizemos uma série de concessões a funcionários (https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2020/03/veja-10-medidas-adotadas-por-empresas-para-evitar-contagio-pelo-coronavirus.shtml), antecipamos tíquetes, dobramos o cheque para mães e, antes de o governo lançar medidas para ajudar as companhias, principalmente em

Sua assinatura vale muito.

ENTENDA

Continuamos operando com 50% do nosso faturamento, que é o ecommerce. A gente acredita que parte desse faturamento das lojas físicas vai migrar para o online. É um fenômeno que acontece em países que já passaram por isso ou estão em lockdown [bloqueio de emergência que restringe o trânsito de pessoas], a digitalização acelerou exponencialmente.

Mesmo em países muito digitais, como China, a penetração online aumentou no pós-confinamento. Acredito que o online vai crescer e absorver isso.

Tem alguma projeção já feita sobre essa migração? Não tenho e não posso falar, o fato relevante deixa isso claro. Não sabemos quanto tempo vão ficar fechadas, qual será o fluxo de pessoas quando as lojas reabrirem (https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2020/03/arroubos-de-vamos-abrir-nao-tem-sustentacao-diz-presidente-da-ca-sobre-isolamento.shtml). Em alguns mercados em que o varejo retornou, o fluxo foi menor. As pessoas ficam receosas de ir para a rua. É difícil projetar, nem com bola de cristal.

Quanto tempo uma empresa do tamanho de vocês consegue sem corte de funcionários? Estamos numa posição muito privilegiada. Nenhuma varejista tem 50% do faturamento online como a gente. Além de tudo, nossas 1.100 lojas funcionam como mini-hubs de distribuição. Então, ela também entrega rápido para o online. Também temos condições, ferramentas que desenvolvemos, de vender mesmo com a loja fechada. Nossos vendedores têm celular e estamos habilitando para que possam vender até de casa, sem precisar ir para a loja trabalhar.

Então temos um grau de maturidade digital

Sua assinatura vale muito.

ENTENDA

final-do-ano.shtml)que faz com que a gente consiga segurar por muito tempo.

Além disso, a empresa fez uma das maiores captações de recursos privados da história no ano passado, e não gastamos esse dinheiro. Mas essa não é a condição da maioria e não quero generalizar uma condição específica nossa.

Como cidadão, brasileiro, varejista, membro do IDV [Instituto para Desenvolvimento do Varejo] (https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2020/03/varejistas-avisam-bolsonaro-de-que-vao-demitir-se-as-lojas-nao-forem-reabertas.shtml), fico muito sensibilizado porque muitas empresas têm caixa curto e não vão conseguir segurar ou não têm maturidade digital, e esse é um dos motivos de estarmos lançando uma medida nesta semana, antes do previsto, a pequenos varejistas.

O que vocês irão lançar? Na carta aos acionistas do fim do ano, deixamos claro que nosso propósito é incluir digitalmente a maior parte da população brasileira, fazer com que aprendam e consigam comprar, e também pequenos e médios varejistas.

A gente digitalizou o Magazine Luiza e agora estávamos caminhando para um ciclo de estratégia de digitalizar o varejo brasileiro. Sair de ser uma empresa que vende só seu produto para ser um ecossistema digital nos moldes dos grandes market places mundiais, como Alibaba, Amazon, mas estamos até mais voltados para trazer esse pequeno varejista para a nossa plataforma.

Estamos lançando o que a gente chama de Parceiro Magalu, que nada mais é que uma plataforma que permite a varejistas físicos, pequenos e médios, venderem produtos mesmo com lojas

Sua assinatura vale muito.

ENTENDA

E como vai funcionar? Eles podem subir o catálogo dentro do ecossistema digital do Magalu e vender tanto para os clientes do Magazine Luiza, que são mais de 20 milhões, como para os próprios clientes deles, usando ferramentas que desenvolvemos para a nossa loja física.

Pode vender isso sem abrir uma loja, sem colocar em risco os seus funcionários e clientes, fazendo tudo remoto, digital. Nesse momento, esse tipo de ferramenta é quase uma utilidade pública a pequenos varejistas em situação delicada.

Vocês pretendiam fazer esse lançamento e anteciparam por causa do coronavírus? Exato, fizemos 50 semanas em cinco dias, meio lema JK. Apesar de estar com 100% da equipe de escritório em home office, a gente conseguiu em menos de cinco dias colocar tudo que estava faltando para poder soltar essa plataforma no ar. Tem modalidade para pessoa física e para pessoa jurídica. Pessoa física autônoma consegue vender sem sair de casa e ganhar dinheiro.

Acho que conseguimos não só dar o peixe, temos feito nosso papel em doações [a empresa doou R$ 10 milhões para o combate ao vírus], mas também dado as condições para que possam pescar.

Quantas pessoas físicas e jurídicas vocês querem incluir nessa plataforma? Para pessoas físicas, já tínhamos uma operação que era o Magazine Você. Tinha 200 mil pessoas que vendiam todos os meses por essa plataforma. Vamos chegar a mais de 1 milhão, muito mais, milhões de pessoas que são autônomas e não podem sair de casa.

Isso porque é muito fácil e não exige investimento inicial. Em

Sua assinatura vale muito.

ENTENDA

maioria é analógica. Está com as portas fechadas. Estamos acelerando tanto que não tínhamos nem o plano de negócios formado para isso. É possível que até tenha alguns problemas técnicos iniciais devido à rapidez.

Entendo que é uma ajuda aos pequenos, mas, do ponto de vista estratégico à companhia, qual o retorno? Queremos sair do modo varejista multicanal especializado em uma categoria para ser um ecossistema digital que vende múltiplas categorias de diversos varejistas. Isso estava na nossa estratégia: não vender só o produto que tenho dentro de casa, mas o produto de terceiros, e ajudá-los a conseguir vender, entregar e receber o pagamento.

A vantagem de colocar muita gente na plataforma é que consegue ganhar escala muito rápido. Se for ampliar a escala pela abertura de lojas, só cresce com próprio estoque e um CNPJ, que é o do Magalu, é muito mais difícil do que crescer com milhões e milhões de CNPJs. Nos primeiros três meses, faremos isso de maneira subsidiada, não queremos ganhar dinheiro com a crise.

Como as pessoas físicas serão comissionadas? No modelo pessoa física, eu pago uma comissão para ele vender produtos no Magalu como pago para o Google. Por exemplo, para o Google, eu pago comissão através de advertising [propaganda] para qualquer pessoa vender meu produto.

Na verdade, funciona com uma mídia para mim. Mais ou menos o que pago para o Google eu pago para o Parceiro Magalu Pessoa Física [as pessoas vão poder divulgar links em suas redes sociais que levarão clientes a uma loja personalizada no site da empresa]. O Parceiro abre uma alternativa, que não só Google e Facebook.

Sua assinatura vale muito.

ENTENDA

comissão de 3,99% que é uma comissão totalmente subsidiada, porque se pensar bem estamos dando adquirência para ele, toda a venda.

Não estamos ganhando dinheiro no curto prazo com isso. Tem, sim, propósito estratégico, não é caridade, tem contexto de longo prazo, mas nesse momento é totalmente subsidiado, não tem profit from tragedy [lucro pela tragédia]. Depois desses três meses, é provável que a comissão suba.

Vocês estão em todas as regiões. A demanda do ecommerce tem enfrentado pontos de estrangulamento logístico? O que teve foi muito pontual na primeira semana, em que os governos decretaram quarentenas de maneira muito abrupta. Sinto que as coisas estão normalizando (https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2020/03/movimento-nos-supermercados-esta-voltando-ao-normal-apos-coronavirus.shtml) em relação a transporte de carga, no abastecimento, o próprio governo federal emitiu uma normatização nesse sentido.

Não estou com problemas de abastecimento, temos 19 CDs [centros de distribuição] e lojas que funcionam como miniCDs ou que podem funcionar. Agora estão todas fechadas, mas os CDs funcionam normalmente, nossa frota de empresas trabalha normalmente com todas as medidas de segurança, com higienização de hospital nos centros, medição de temperatura nos transportadores, são padrões extremamente rígidos para garantir saúde da nossa equipe e dos clientes.

Posso dizer que estou sentindo uma cadeia de distribuição mais lenta em prazo, mas que funciona.

Qual a sua posição sobre o confinamento? Eu prefiro falar pelas

Sua assinatura vale muito.

ENTENDA

para permitir que lojistas e autônomos consigam vender sem sair de casa. Estamos trabalhando duramente para conseguir produzir respeitando o confinamento. Acredito muito que a digitalização seja uma chave para compatibilizar confinamento com o mínimo desenvolvimento econômico.

Se houvesse um decreto permitindo a abertura das lojas, vocês aguardariam mais um tempo? Sim. Nossa posição hoje é aguardar até garantir que protocolos de segurança e saúde de trabalhadores e clientes estejam aderentes e estejamos confortáveis com eles.

Temos uma equipe de big data no Magalu que acompanha a situação cidade a cidade. Temos informações e um possível mapa de risco para ver onde há segurança de abrir e onde não existe. Não temos pressa. Estamos respeitando o lockdown. Mais uma vez, fomos os primeiros a fechar e não deveremos ser os primeiros a reabrir.

Quais medidas econômicas do governo considera essenciais para a proteção do emprego? O governo soltou diversas medidas que, em seu conjunto, agora podemos dizer que são poderosas, o que está faltando é a MP [medida provisória] (https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2020/03/veja-o-que-muda-na-lei-trabalhista-durante-o-estado-de-calamidade.shtml) que foi decretada sobre redução de jornada, que teve instrumentos positivos —mas a principal, que era suspensão de contrato ou redução de jornada com algum nível de remuneração, não saiu da maneira ideal.

Essa acho que será a principal medida das empresas para a manutenção dos empregos. Estamos confiantes de que será

Sua assinatura vale muito.

ENTENDA

A retomada pós-confinamento pode ser demorada, defende algum estímulo? Agora temos que pensar em três meses, na próxima semana, não em seis meses para a frente, e não pode demorar muito para tomar decisão. Mais para a frente, poderemos pensar em medidas pós-lockdown.

sua assinatura vale muito

Mais de 180 reportagens e análises publicadas a cada dia. Um time com mais de 120 colunistas. Um jornalismo profissional que fiscaliza o poder público, veicula notícias proveitosas e inspiradoras, faz contraponto à intolerância das redes sociais e traça uma linha clara entre verdade e mentira. Quanto custa ajudar a produzir esse conteúdo?

ASSINE A FOLHA (HTTPS://LOGIN.FOLHA.COM.BR/ASSINATURA/390510)

ENDEREÇO DA PÁGINA

https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2020/03/fomos-os-primeiros-a-fechar-e-nao-deveremos-ser-o-primeiros-a-reabrir-diz-presidente-do-magazine-luiza.shtml

Sua assinatura vale muito.

ENTENDA