

4T20

Iniciamos o ano em ritmo acelerado, com o e-commerce crescendo triplo dígito baixo nos dois primeiros meses de 2021¹. Mas a pandemia, infelizmente, ainda não é uma página virada. As medidas de isolamento social -- que se acentuaram no início de março -- terão impacto direto na performance das lojas no curto prazo. Com os pontos físicos fechados², deixamos de contar com a contribuição das vendas das lojas, ao mesmo tempo em que continuamos a arcar com boa parte das suas despesas fixas. Os efeitos temporários sobre a rentabilidade são inevitáveis. Por outro lado, as vendas nos canais digitais tendem a continuar fortes.

Continuamos confiantes com nossas perspectivas. Nossa estrutura de capital é mais robusta do que nunca. Nossas equipes estão mais preparadas para lidar com as medidas de isolamento e nosso modelo de negócio se provou muito resiliente à pandemia. E, apesar de estarmos prontos para encarar um presente ainda muito desafiador, continuamos olhando para o longo prazo, como se exige de uma companhia que persegue a perenidade.

Agradecemos profundamente nossos colaboradores, que continuam a atravessar conosco dias turbulentos. E a todos os nossos investidores, fornecedores, parceiros. Nosso muito obrigado a nossos milhões de clientes, espalhados por todo o Brasil, por acreditarem que podemos, sobretudo quando é mais necessário, fazer parte de suas vidas.

A DIRETORIA

¹ Informações preliminares não auditadas ou revisadas por nossos auditores independentes.

² 823 lojas fechadas em 08 de março de 2021.