



## **TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS**

Quinta-feira, 27 de agosto de 2020

### **Português**

Horário: 10h00 (Horário de Brasília)

### **Telefones**

Brasil: +55 (11) 3181-8565

Código: Vivara

### **Inglês**

Horário: 9h00 (Horário de Nova York)

### **Telefones**

Outros Países: +1 (412) 717-9627

Código: Vivara

### **Dados de Conexão**

Acesse a teleconferência via Webcast em: [ri.vivara.com.br](http://ri.vivara.com.br)

# DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS DO 2T20

São Paulo, 26 de agosto de 2020 - A Vivara Participações S.A. (B3: VIVA3), a maior rede de joalherias do Brasil, divulga os resultados do 2º trimestre de 2020.

A Vivara Participações S.A. foi constituída no dia 23 de maio de 2019 e, por esta razão, para permitir a comparabilidade, as **informações do segundo trimestre de 2019**, aqui apresentadas, referem-se à informação **combinada** dos negócios das subsidiárias Tellerina e Conipa e da holding, Vivara S.A.. Já as informações referentes ao **segundo trimestre de 2020** são **consolidadas** em linha com as Demonstrações Financeiras da Companhia.

## DESTAQUES DO PERÍODO

1  
2  
3  
4  
5  
6

- O e-commerce cresceu **387,0%** no trimestre, atingindo **63,9%** do faturamento. Projeto Joias em Ação registrou **17,4%** de participação nas vendas do e-commerce.
- Boa composição de estoques, garantindo proteção de Margem Bruta, que atingiu **67,5%**, no trimestre, com expansão de 4,6 p.p..
- O **EBITDA Ajustado<sup>(1)</sup>** totalizou **-R\$ 0,4 milhões**, no 2T20, próximo ao *breakeven* operacional, em razão do intensivo esforço de controle de despesas e proteção de rentabilidade bruta.
- Retomada do Plano de Expansão em junho, com inauguração de seis pontos de vendas, encerrando o período com **205** lojas Vivara, **09** lojas Life e **45** quiosques.
- Forte geração de caixa no trimestre, com adição de **R\$ 111,1 milhões**.
- Balanço sólido, com ampla liquidez, encerrando o trimestre com caixa de **R\$ 584,7 milhões** e **R\$ 208,7 milhões** de recebíveis de cartão de crédito.

## DESTAQUES FINANCEIROS

Principais Indicadores Financeiros (R\$ mil)	2T20	2T19	Δ %	1S20	1S19	Δ %
Receita Bruta (liq. de devoluções)	169.703	385.773	-56,0%	433.532	659.615	-34,3%
Receita Líquida	<b>137.653</b>	<b>303.332</b>	<b>-54,6%</b>	<b>343.884</b>	<b>523.749</b>	<b>-34,3%</b>
Lucro bruto	<b>92.919</b>	<b>190.779</b>	<b>-51,3%</b>	<b>229.994</b>	<b>339.818</b>	<b>-32,3%</b>
Margem Bruta (%)	67,5%	62,9%	4,6 p.p.	66,9%	64,9%	2,0 p.p.
EBITDA	<b>12.515</b>	<b>174.841</b>	<b>-92,8%</b>	<b>53.937</b>	<b>223.237</b>	<b>-75,8%</b>
Margem Ebitda (%)	9,1%	57,6%	(48,5 p.p.)	15,7%	42,6%	(26,9 p.p.)
EBITDA Ajustado <sup>(1)</sup>	<b>(421)</b>	<b>60.734</b>	<b>-100,7%</b>	<b>29.357</b>	<b>99.736</b>	<b>-70,6%</b>
Margem Ebitda Ajustada (%)	-0,3%	20,0%	(20,3 p.p.)	8,5%	19,0%	(10,5 p.p.)
Lucro Líquido	<b>(1.668)</b>	<b>156.893</b>	<b>-101,1%</b>	<b>17.343</b>	<b>186.038</b>	<b>-90,7%</b>
Margem Líquida (%)	-1,2%	51,7%	(52,9 p.p.)	5,0%	35,5%	(30,5 p.p.)
Lucro Líquido Ajustado <sup>(3)</sup>	<b>(1.668)</b>	<b>40.770</b>	<b>-104,1%</b>	<b>17.343</b>	<b>69.914</b>	<b>-75,2%</b>
Margem Líquida Ajustada <sup>(3)</sup> (%)	-1,2%	13,4%	(14,7 p.p.)	5,0%	13,3%	(8,3 p.p.)
SSS <sup>(2)</sup> (lojas físicas + e-commerce)	<b>-55,0%</b>	<b>10,7%</b>	<b>na</b>	<b>-34,9%</b>	<b>9,8%</b>	<b>na</b>
Geração de Caixa Operacional <sup>(4)</sup>	<b>111.086</b>	<b>9.151</b>	<b>1113,9%</b>	<b>143.958</b>	<b>(11.315)</b>	<b>1372,3%</b>

(1) EBITDA (*Earnings before Interest, Taxes and Depreciation and Amortization*) é uma medição não contábil divulgada pela Companhia em consonância com a Instrução CVM nº 527/12. A partir do cálculo acima, é realizado o ajuste para eliminação de efeitos não recorrentes no resultado, quando aplicável, bem como o reconhecimento das despesas de arrendamento, referente à parcela fixa do aluguel das lojas, que a partir da adoção do CPC06/IFRS16, deixaram de ser registradas como "despesas de aluguel" na Demonstração de Resultados e passaram a ser reconhecidas como "Arrendamento do Direito de Uso, na Demonstração de Fluxo de Caixa. Assim, os ajustes geram o EBITDA Ajustado.

(2) SSS - vendas em mesmas lojas (*Same Store Sales*), considera a receita bruta líquida de devoluções, de lojas com 12 meses de operação, além de incluir as receitas de e-commerce.

(3) Lucro Líquido Ajustado pelo efeito não recorrentes, referente ao reconhecimento do ganho da ação de exclusão do ICMS da base de PIS/Confins no 2T19, conforme conciliação apresentada na página 9.

(4) Medição gerencial, não contábil, elaborada pela Companhia, e não é parte integrante do escopo de trabalho da auditoria independente.

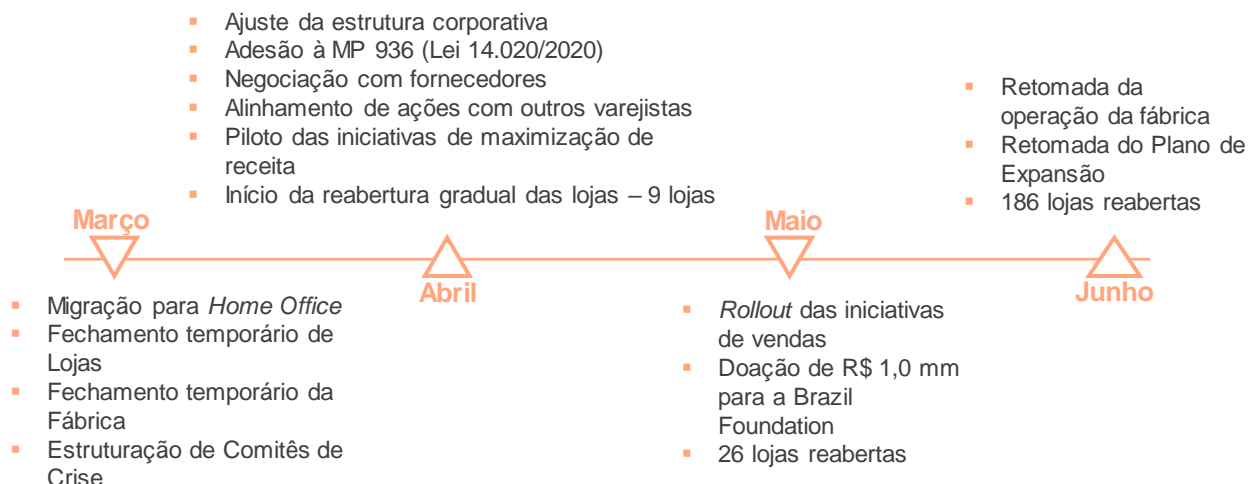
# MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

- Nesses 60 anos de história, esse talvez tenha sido o período mais desafiador que já vivemos. Completamos pouco mais de cinco meses desde o início do fechamento das nossas operações e, nesse período, temos sido incansáveis na busca por soluções inteligentes e eficazes para minimizar os efeitos da pandemia no nosso negócio.
- Foram inúmeras discussões, decisões colegiadas, grupos de trabalho multidisciplinares, projetos diversos, tudo isso, sem perder de vista a constante preocupação com a segurança dos nossos colaboradores, parceiros e clientes e a saúde financeira do nosso negócio.
- O trimestre que estamos divulgando hoje superou nossas expectativas iniciais, mas quando analisamos os resultados das decisões tomadas, vemos que não teria como ser diferente. Nossas equipes se dedicaram arduamente à execução dos projetos, com uma capacidade enorme de se adaptar ao novo e encontrar a melhor opção para seguirmos. Somos uma companhia de cultura forte, com valores enraizados e muita obstinação por resultados.
- O **modelo de negócio verticalizado** nos permitiu proteger nossas margens e trabalhar o *mix* de produtos mais adequado para o momento. Suspendemos, temporariamente, a operação da nossa fábrica em Manaus, no final de março, quando já tínhamos um estoque bem composto e facilmente ajustável, com produtos diversificados em todas as categorias, em diferentes faixas de preço, capaz de absorver as demandas dos clientes. Retomamos a operação no início de junho, para a produção da pulseira Life e logo depois reiniciamos a produção de itens de joias, para garantir o menor nível de ruptura e a correta composição de estoque para toda a rede na retomada, combinada a uma assertiva estratégia de preço.
- A **força de vendas bem treinada e comprometida** com a excelência no atendimento cumpriu com maestria a missão de fascinar os clientes, mesmo com as lojas fechadas, através do projeto Joias em Ação, nossa iniciativa de vendas diretas. No início do projeto, o cuidado com a proposta de valor da nossa marca, limitou a abordagem remota das vendedoras aos clientes mais frequentes. Atualmente a iniciativa ganhou uma nova funcionalidade em que o cliente pode solicitar uma consultoria online, através do *Whatsapp*, permitindo que os novos clientes também possam ter acesso à venda assistida já tão consagrada nas nossas lojas físicas.
- A **gestão da nossa marca** e a forma como adequamos nossa comunicação às mudanças, tão evidentes no comportamento do consumidor durante a pandemia e o isolamento social, também merecem destaque. Adotamos uma abordagem mais emocional nas nossas campanhas, buscando novas formas de interagir com nossos clientes. Avançamos muito no uso de dados para nos comunicar, tornando nossa base de dados de clientes uma importante ferramenta de maximização de vendas para o canal online.
- Os resultados de vendas foram materialmente afetados pelo fechamento das lojas, mas fomos rápidos e diligentes na tomada de decisão, garantindo resultado operacional de -R\$ 0,4 milhões, próximo ao equilíbrio operacional. Nosso canal *online* foi o grande destaque do trimestre, crescendo 387,0%. Ainda não sabemos precisar qual o tamanho do nosso e-commerce para os próximos anos, mas temos a certeza de que nossa estratégia *omni* sairá desse período extremamente fortalecida, com canais cada vez mais conexos e o cliente no centro, decidindo onde e como quer comprar e receber.
- Fizemos um amplo esforço na preservação de caixa, encerramos o trimestre com o balanço fortalecido, para garantir aos acionistas que os recursos captados no IPO sejam alocados na estratégia de longo prazo da Companhia, que segue bastante promissora.
- Estamos felizes com o trabalho feito até aqui, mas sabemos que temos um longo caminho até voltarmos a normalidade. A retomada definitiva virá e estamos bem posicionados para as oportunidades e preparados para voltar ainda mais fortalecidos para reforçar nossa posição de liderança de mercado.

Marcio Kaufman  
CEO  
**VIVARA**

# MEDIDAS E IMPACTOS DA COVID-19

## AGILIDADE E DILIGÊNCIA NA TOMADA DE DECISÕES



## PRINCIPAIS INICIATIVAS ADOTADAS

**Projeto Joias em Ação:** Projeto de vendas diretas, que permitiu o acesso remoto das vendedoras ao histórico de compra dos clientes e possibilitou abordagem proativa via telefone e/ou *Whatsapp*. O projeto ganhou dois desdobramentos desde o início da implantação: o primeiro foi através da criação de um *chatbot* no site que direcionava o contato do cliente para uma vendedora e, depois, veio a Consultoria Online que também direciona o contato, mas através do *Whatsapp* direto do site, sem intermédio de atendimento robotizado. O projeto iniciou com 170 vendedoras ativas e hoje já conta com mais de **1.600 vendedoras**. Através do Joias em Ação, a Vivara conseguiu replicar o atendimento humanizado da venda assistida também para o canal digital.

**Drive thru:** Habilitação do formato *drive thru* em todas as localidades permitidas. As vendas desse formato são feitas de forma remota, através do contato direto da loja e retirada no estacionamento do shopping. Esse formato garante mais uma opção de conveniência e segurança para os clientes. Encerramos o trimestre com 19 lojas operando, exclusivamente, nesse formato.

**Aceleração da integração de estoques:** Com a antecipação da implantação do *Order Management System (OMS)*, integramos o estoque de 18 praças, o que nos permitiu oferecer conveniência e mais rapidez nas entregas dos pedidos *online*. O projeto completo está em fase de *rollout* e será finalizado até o final do ano, quando teremos todo o estoque integrado, transformando nossas lojas em centros de distribuição. Encerramos o período com cinco lojas operando, exclusivamente, nesse formato.

**Aumento da presença digital:** Com a estratégia de estar no canal certo, com o produto adequado, ativamos a entrada em novos *marketplaces* para aumentar a presença digital e atrair novos clientes para a plataforma própria.

**Marketing digital e data driven:** Aprimoramos o uso de dados do histórico de compras dos clientes para atuar de forma mais assertiva na comunicação, através da clusterização de clientes e mapeamento da jornada de compra.

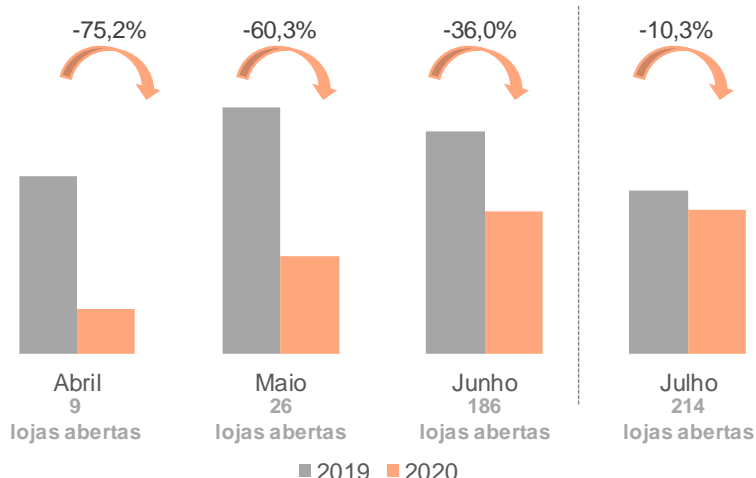


## RECEITA BRUTA (Liq. Dev.)

- A receita bruta, líquida de devoluções caiu -56,0%, impactada pelo fechamento dos pontos de vendas, a partir do dia 20 de março. As medidas adotadas para maximizar as vendas do canal online surtiram efeito e mostraram importante evolução ao longo do trimestre. Isso, combinado à reabertura gradual das lojas, iniciada no dia 29 de abril, à implantação do *Drive Thru*, à integração de estoques nas principais praças e à venda direta, através do programa Joias em Ação, foi fundamental para minimizar os efeitos da pandemia nas vendas da Companhia. O SSS (*Same Store Sales*) do período foi de -55,0%. A receita líquida do período atingiu R\$137,7 milhões, 54,6% menor que o ano anterior e R\$ 343,9 milhões, no acumulado, com retração de 34,3%.

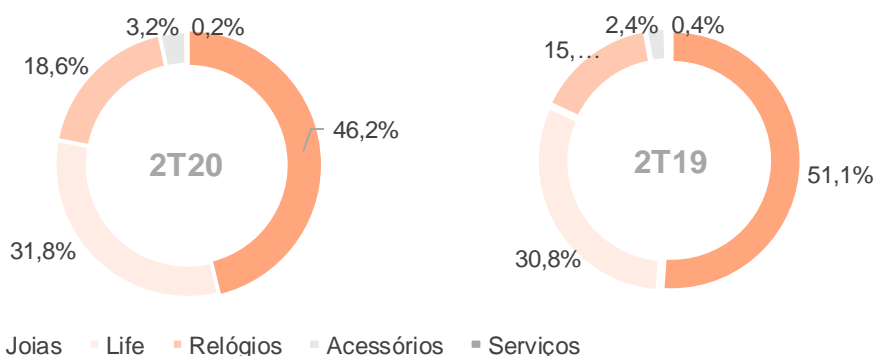
Receita por canal (R\$ mil)	2T20	2T19	Δ %	1S20	1S19	Δ %
<b>Receita Bruta (Liq. de devoluções)</b>	<b>169.703</b>	<b>385.773</b>	<b>-56,0%</b>	<b>433.532</b>	<b>659.615</b>	<b>-34,3%</b>
Lojas Físicas	59.496	354.498	-83,2%	297.862	606.170	-50,9%
E-commerce	108.416	22.260	387,0%	130.559	39.445	231,0%
Outros	1.791	9.015	-80,1%	5.111	13.999	-63,5%
Deduções	(32.050)	(82.441)	-61,1%	(89.648)	(135.865)	-34,0%
<b>Receita Líquida</b>	<b>137.653</b>	<b>303.332</b>	<b>-54,6%</b>	<b>343.884</b>	<b>523.749</b>	<b>-34,3%</b>

## EVOLUÇÃO DAS VENDAS - MÊS A MÊS



- A Companhia tem registrado importante evolução mês a mês, como resultado da maturação das iniciativas de maximização de vendas, manutenção do ritmo de crescimento do e-commerce em 3 dígitos, a manutenção da flexibilização das principais praças, a partir do final de julho.

## VENDA POR CATEGORIA



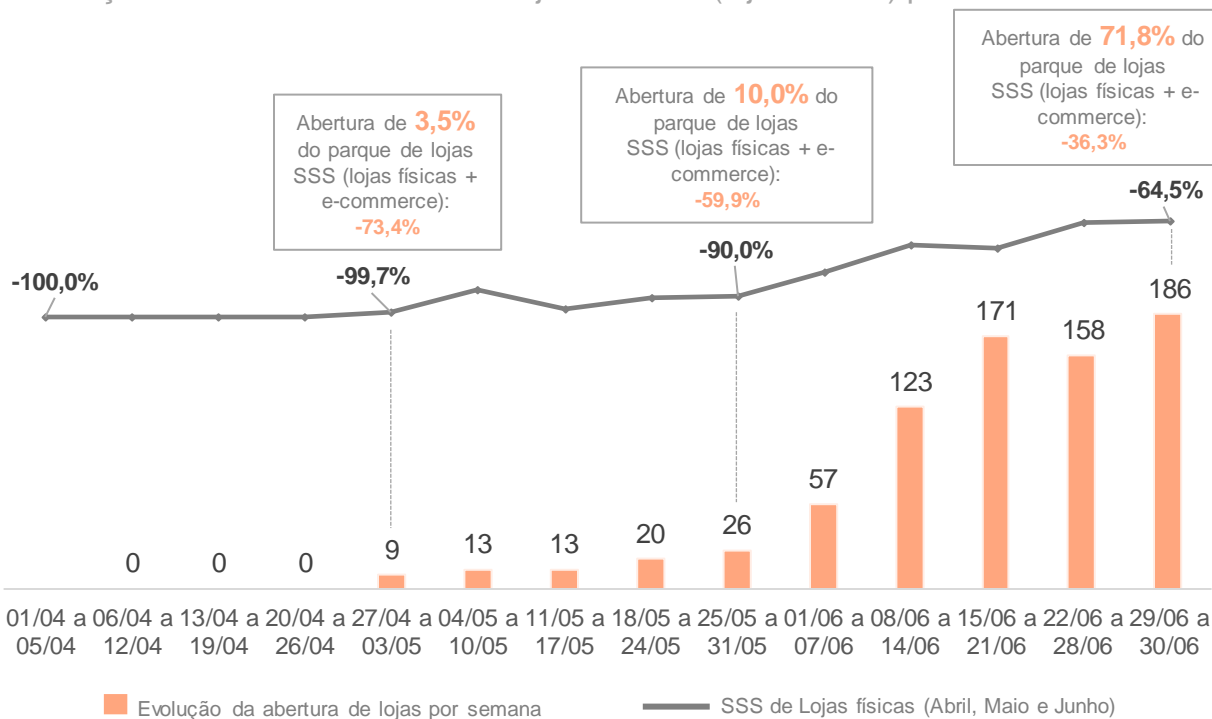
- O *mix* de vendas da Companhia teve ligeira alteração entre as categorias, com Relógio ganhando +3,3 p.p. de participação, Life +1,0 p.p. e Joia perdendo -4,9 p.p.. Esse efeito é explicado pela maior participação das vendas do e-commerce, que representaram 63,9% das vendas totais no período. O portfólio amplo e diversificado contribuiu positivamente para o resultado do período.

# RECEITA BRUTA (Liq. Dev.) (cont.)

## LOJAS FÍSICAS

- A reabertura das lojas tem se dado de forma gradual, desde o dia 29 de abril e foi intensificado a partir do dia 10 de junho, quando ocorreu a flexibilização em São Paulo e Rio de Janeiro. Em paralelo à retomada de algumas cidades, passamos, a partir da segunda quinzena de junho, a vivenciar o movimento de recuo nas flexibilizações em algumas praças importantes da região Sul e interior de São Paulo, o que, de certa forma, interrompeu o movimento positivo de evolução do fluxo de clientes nos shoppings, e, conseqüentemente, de vendas dessas localidades.
- Encerramos o mês de abril com 09 lojas abertas, maio com 26 e junho com 186, sendo que de 15 a 22 de junho fechamos 32 praças que já haviam sido reabertas. O SSS, considerando apenas lojas físicas, evoluiu de -100,0% no início de abril para -64,5%, em junho, mesmo com menos de 50 lojas operando o mês inteiro. No 2T20, a receita das lojas físicas, recuou -83,2%, representando 35,1% das receitas totais. No 2T19, as lojas foram responsáveis por 91,9% da receita total.

Evolução semanal da abertura de lojas e o SSS (lojas físicas) por mês



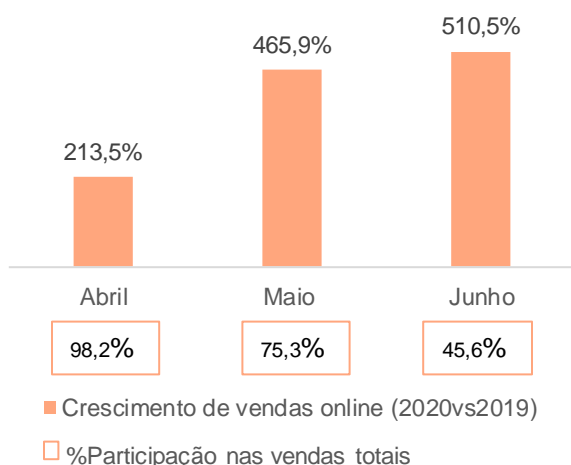
- É importante ainda ressaltar que essa evolução se dá mesmo em um cenário de redução significativa no horário de funcionamento dos shoppings e ampla restrição no fluxo de clientes nas lojas.
- Encerramos o trimestre operando 19 lojas exclusivamente no formato *Drive Thru*, para oferecer conveniência e comodidade aos clientes que ainda não se sentem seguros de ir aos shoppings. Além disso, integramos os estoques de 18 praças (5 operando exclusivamente no formato *Delivery*), a partir de maio, o que permitiu otimização do uso do estoque das lojas, para as vendas do e-commerce. Essa iniciativa teve papel importante na redução do tempo de entrega em localidades importantes, principalmente para o Dia das Mães e Namorados.
- Atualmente, a Companhia conta com mais de 261 lojas abertas.

# RECEITA BRUTA (Liq. Dev.) (cont.)

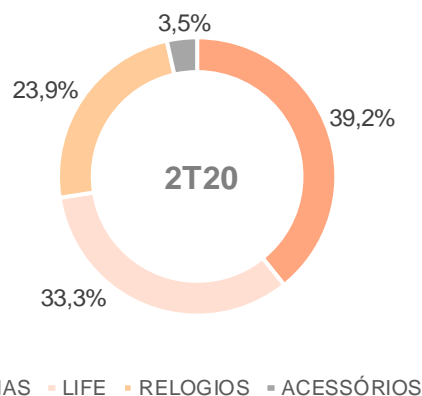
## E-COMMERCE

- O destaque positivo do período, foi o desempenho do e-commerce que apresentou forte aceleração, contribuindo significativamente para minimizar os impactos do fechamento das lojas físicas. No 2T20, o e-commerce representou 63,9% das vendas totais, em comparação a 5,8% no 2T19. O faturamento do canal atingiu R\$108,4 milhões no 2T20, crescimento de 387,0%, em relação ao mesmo período do ano anterior. No acumulado, o e-commerce atingiu R\$130,6 milhões, +231,0% acima do 1S19.

### Aceleração das vendas no canais digitais

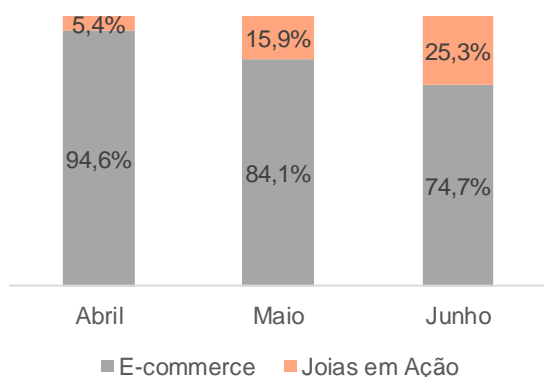


### Mix de vendas - E-commerce

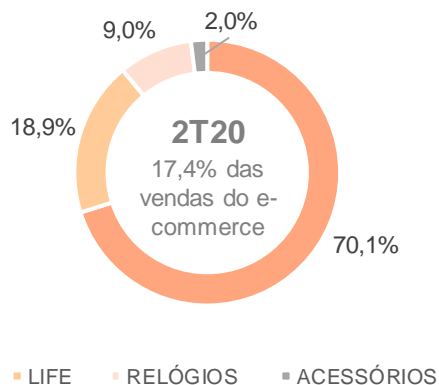


- O projeto Joias em Ação, iniciado ainda em abril, contribuiu positivamente para o desempenho do canal *online*, e mais importante que isso, foi uma importante ferramenta para o equilíbrio do *mix* de vendas do canal, que, historicamente, e por característica natural, tem maior participação de Relógios e Life, que são itens de *tickets* mais baixos, se comparado à categoria de Joias. Em junho, o projeto atingiu 25,3% das vendas do e-commerce.

### Participação do “Joias em Ação”



### Mix de vendas - Joias em Ação



- Com o conceito de estar no canal certo, com o produto adequado, ampliamos a presença digital através da entrada em dois novos *marketplaces* e avançamos na mapeamento de novos canais digitais, trabalhando segmentação e clusterização de *mix* de acordo com o perfil das plataformas. O canal ainda é pouco representativo em receita, mas é um importante *driver* de fluxo para a plataforma própria, principalmente para clientes novos.

# LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA

Lucro Bruto (R\$ mil) e Margem Bruta (%)	2T20	2T19	Δ %	1S20	1S19	Δ %
<b>Receita Líquida</b>	<b>137.653</b>	<b>303.332</b>	<b>-54,6%</b>	<b>343.884</b>	<b>523.749</b>	<b>-34,3%</b>
<b>Custo Total</b>	<b>(44.734)</b>	<b>(112.553)</b>	<b>-60,3%</b>	<b>(113.890)</b>	<b>(183.931)</b>	<b>-38,1%</b>
Aquisição de insumos, matérias-primas e produtos	(41.351)	(107.137)	-61,4%	(102.929)	(174.293)	-40,9%
% Receita Líquida	-30,0%	-35,3%	5,3 p.p.	-29,9%	-33,3%	3,3 p.p.
Despesas Fábrica	(3.383)	(5.416)	-37,5%	(10.961)	(9.637)	13,7%
% Receita Líquida	-2,5%	-1,8%	(0,7 p.p.)	-3,2%	-1,8%	(1,3 p.p.)
Pessoal	(2.569)	(5.416)	-52,6%	(8.827)	(9.637)	-8,4%
% Receita Líquida	-1,9%	-1,8%	(0,1 p.p.)	-2,6%	-1,8%	(0,7 p.p.)
Despesas gerais da fábrica	(217)	-	na	(979)	-	na
% Receita Líquida	-0,2%	0,0%	(0,2 p.p.)	-0,3%	0,0%	(0,3 p.p.)
Depreciação	(597)	-	na	(1.154)	-	na
% Receita Líquida	-0,4%	0,0%	(0,4 p.p.)	-0,3%	0,0%	(0,3 p.p.)
<b>Lucro Bruto</b>	<b>92.919</b>	<b>190.779</b>	<b>-51,3%</b>	<b>229.994</b>	<b>339.818</b>	<b>-32,3%</b>
Margem Bruta %	67,5%	62,9%	4,6 p.p.	66,9%	64,9%	2,0 p.p.

- A Margem Bruta do período atingiu 67,5%, 4,6 p.p. superior à margem do mesmo período do ano anterior, mantendo os patamares de rentabilidade da Companhia, mesmo em um cenário mais promocional e com mudança no *mix* de vendas, com maior participação de relógio. O resultado registrado reflete a adequada política de precificação, bem como o lançamento de coleções com boa aderência em todas as categorias.
- O Lucro Bruto do período recuou -51,3%, em razão do menor volume de vendas. No acumulado a margem bruta atingiu 66,9%, expansão de 2,0 p.p. em relação ao ano anterior.



## DESPESAS OPERACIONAIS

Despesas Operacionais (R\$ mil)	2T20	2T19	Δ %	1S20	1S19	Δ %
<b>Despesas Operacionais</b>	<b>(80.581)</b>	<b>(123.693)</b>	<b>-34,9%</b>	<b>(190.574)</b>	<b>(224.107)</b>	<b>-15,0%</b>
% Receita Líquida	-58,5%	-40,8%	(17,8 p.p.)	-55,4%	-42,8%	(12,6 p.p.)
Despesas com Vendas	(51.943)	(90.723)	-42,7%	(130.731)	(164.462)	-20,5%
% Receita Líquida	-37,7%	-29,9%	(7,8 p.p.)	-38,0%	-31,4%	(6,6 p.p.)
Despesas Gerais e Administrativas	(28.638)	(32.970)	-13,1%	(59.843)	(59.645)	0,3%
% Receita Líquida	-20,8%	-10,9%	(9,9 p.p.)	-17,4%	-11,4%	(6,0 p.p.)
<b>Outras Despesas (Receitas) Operacionais</b>	<b>(419)</b>	<b>107.755</b>	<b>-100,4%</b>	<b>13.363</b>	<b>107.526</b>	<b>-87,6%</b>
<b>Total de Despesas</b>	<b>(81.000)</b>	<b>(15.938)</b>	<b>408,2%</b>	<b>(177.211)</b>	<b>(116.581)</b>	<b>52,0%</b>

- No 2T20, as Despesas Operacionais recuaram -34,9%, como reflexo das medidas de contenção e controle orçamentário adotadas pela Companhia desde o início da pandemia.
- As Despesas com Vendas ficaram -42,7% menores no trimestre, principalmente (i) pela adesão à Lei 14.020/2020, que permitiu a suspensão dos contratos das colaboradoras de lojas, durante todo o período em que as lojas estiveram fechadas, e redução de jornada após reabertura; (ii) pelos descontos obtidos no aluguel das lojas; e (iii) pela redução das Despesas com Serviços de Terceiros. A redução das despesas mencionadas acima foi mais que suficiente para compensar o aumento das Despesas com Frete, pelo aumento da operação do e-commerce e Despesas de Marketing, pela adequação das campanhas, após início da pandemia e maior investimento em marketing digital.

(Cont.)



## DESPESAS OPERACIONAIS (Cont.)

- As Despesas Gerais e Administrativas apresentaram retração de -13,1% principalmente, pela adesão à Lei 14.020/2020, com aplicação de redução de jornada ou suspensão de contratos para todos os colaboradores das áreas administrativas. A redução das Despesas de Pessoal foi mais que suficiente para neutralizar o aumento das Despesas com Serviços de Terceiros, principalmente, em função dos projetos de aceleração digital, melhorias tecnológicas e honorários advocatícios. Além disso, a rubrica foi impactada pela contratação de consultorias diversas, necessárias para implantação da estratégia de longo prazo e dos projetos de maximização de vendas durante à pandemia.
- As despesas relacionadas, exclusivamente, ao enfrentamento da pandemia afetaram as Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas em -R\$ 2,2 milhões. Além de -R\$ 4,1 milhões em rescisões pela adequação da estrutura corporativa.
- As Outras Despesas (Receitas) Operacionais registraram R\$ 0,4 milhões no trimestre, -100,4% em relação ao 2T19, quando a Companhia reconheceu o ganho da ação de exclusão do ICMS da base de PIS/Confins, no montante de R\$ 103,7 milhões.

## EBITDA AJUSTADO E MARGEM EBITDA AJUSTADA

Reconciliação do EBITDA (R\$ mil)	2T20	2T19	Δ %	1S20	1S19	Δ %
<b>Lucro Líquido</b>	<b>(1.668)</b>	<b>156.893</b>	<b>-101,1%</b>	<b>17.343</b>	<b>186.038</b>	<b>-90,7%</b>
(+) IR/CSLL	(6.619)	38.651	-117,1%	(11.381)	32.678	-134,8%
(+) Resultado financeiro	6.515	(31.578)	120,6%	20.231	(16.990)	219,1%
(+) Depreciação e Amortização	14.287	10.875	31,4%	27.744	21.513	29,0%
<b>EBITDA Total</b>	<b>12.515</b>	<b>174.841</b>	<b>-92,8%</b>	<b>53.937</b>	<b>223.237</b>	<b>-75,8%</b>
(-) Despesa de aluguel ( IFRS16) <sup>(4)</sup>	(12.936)	(10.449)	23,8%	(24.581)	(19.844)	23,9%
(+) Efeitos não recorrentes	-	(103.658)	na	-	(103.658)	na
<b>EBITDA AJUSTADO</b>	<b>(421)</b>	<b>60.734</b>	<b>-100,7%</b>	<b>29.357</b>	<b>99.736</b>	<b>-70,6%</b>
<i>Margem Ebitda Ajustada (%)</i>	<i>-0,3%</i>	<i>20,0%</i>	<i>na</i>	<i>8,5%</i>	<i>19,0%</i>	<i>(10,5 p.p.)</i>

(4) A parcela fixa das despesas de aluguel, aqui apresentadas, estão contabilizadas na Demonstração de Fluxo de Caixa, como "Arrendamento do Direito de Uso", como efeito da adoção do IFRS16. Informações mais detalhadas a respeito da norma contábil podem ser encontradas na Nota Explicativa 4, das Demonstrações Contábeis da Companhia.

- Mesmo com a operação materialmente impactada pelo fechamento das lojas, a Companhia encerrou o trimestre com o EBITDA Ajustado de -R\$ 0,4 milhões, com Margem EBITDA Ajustada de -0,3%, como resultado da efetividade das iniciativas de maximização das vendas, da proteção dos níveis de Margem Bruta e do rígido controle de gastos.
- No acumulado, o EBITDA Ajustado atingiu R\$ 29,4 milhões, com margem de 8,5%.

## LUCRO LÍQUIDO E MARGEM LÍQUIDA

Reconciliação do Lucro Líquido Ajustado (R\$ mil)	2T20	2T19	Δ %	1S20	1S19	Δ %
<b>Lucro Líquido</b>	<b>(1.668)</b>	<b>156.893</b>	<b>-101,1%</b>	<b>17.343</b>	<b>186.038</b>	<b>-90,7%</b>
<i>Margem Líquida (%)</i>	<i>-1,2%</i>	<i>114,0%</i>	<i>(115,2 p.p.)</i>	<i>12,6%</i>	<i>135,1%</i>	<i>(122,6 p.p.)</i>
Efeito Não Recorrente	-	(152.393)	na	-	(152.393)	na
IR&CSLL (Não Recorrente)	-	36.270	na	-	36.270	na
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>(1.668)</b>	<b>40.770</b>	<b>-104,1%</b>	<b>17.343</b>	<b>69.914</b>	<b>-75,2%</b>
<i>Margem Líquida Ajustada (%)</i>	<i>-1,2%</i>	<i>13,4%</i>	<i>(14,7 p.p.)</i>	<i>5,0%</i>	<i>13,3%</i>	<i>(8,3 p.p.)</i>

- A Companhia registrou Prejuízo Líquido de -R\$ 1,7 milhão no 2T20, impactado pelo desempenho operacional do período, e, em parte, neutralizado pelo efeito da queda nas taxas de juros nas despesas financeiras, maior nível de rendimento das aplicações financeiras e imposto diferido.
- Apresentamos Lucro Líquido Ajustado, excluindo o efeito não recorrente, referente ao ganho total da ação de exclusão do ICMS da base de PIS/Cofins, no montante de R\$ 116,1 milhões, reconhecido no 2T19.

# ENDIVIDAMENTO

Dívida Líquida (R\$ mil)	1S20	1T20	Δ %	2019	Δ %
Empréstimos e financiamentos	320.500	298.913	7,2%	270.354	18,5%
Caixa e Equivalentes de Caixa e Títulos e Valores Mobiliários	584.679	472.789	23,7%	435.844	34,1%
<b>Caixa Líquido</b>	<b>(264.179)</b>	<b>(173.876)</b>	<b>-51,9%</b>	<b>(165.490)</b>	<b>-59,6%</b>
EBITDA Ajustado LTM (últimos 12 meses)	211.030	262.910	-19,7%	272.134	-22,5%
<b>Divida Líquida/Ebitda Ajustado</b>	<b>- 1,3x</b>	<b>- 0,7x</b>	<b>na</b>	<b>- 0,6x</b>	<b>na</b>

- No 2T20, o índice de endividamento total da Companhia foi de -1,3x, como reflexo da forte geração de caixa operacional, bem como pela disciplina financeira que garantiu a preservação dos recursos do IPO.
- O aumento de R\$ 50,1 milhões no saldo da dívida bruta, na comparação com o apresentado em dezembro de 2019, deveu-se, principalmente, à variação cambial dos empréstimos atrelados à moeda estrangeira, bem como pela recomposição de saldo no alongamento de duas dívidas de curto prazo, feito em março, sem efeito no custo de captação.

# INVESTIMENTOS - CAPEX

Investimentos (R\$ mil)	2T20	2T19	Δ %	1S20	1S19	Δ %
<b>Capex Total</b>	<b>12.177</b>	<b>6.548</b>	<b>86,0%</b>	<b>26.365</b>	<b>10.719</b>	<b>146,0%</b>
Novas lojas	9.607	3.093	210,6%	19.174	3.095	519,6%
Reformas e Manutenção	1.447	622	132,8%	3.075	639	381,6%
Fábrica	245	639	-61,7%	1.254	1.292	-3,0%
Sistemas/TI	507	442	14,8%	868	1.112	-21,9%
Outros	372	1.753	-78,8%	1.994	4.582	-56,5%
<b>CAPEX/Receita Líquida (%)</b>	<b>8,8%</b>	<b>2,2%</b>	<b>6,7 p.p.</b>	<b>7,7%</b>	<b>2,0%</b>	<b>5,6 p.p.</b>

- Os investimentos no trimestre totalizaram R\$ 12,2 milhões, 86,0% maior que os investimentos do mesmo período do ano anterior e foram destinados principalmente a: (i) inauguração de novas lojas; (ii) reformas e melhorias nas lojas e (iii) iniciativas digitais com base na estratégia de omnicanalidade.
- No 2T20, a Companhia inaugurou seis (06) novas operações, sendo 04 lojas Vivara, 01 loja Life e 01 quiosque e encerrou as atividades de seis(06) quiosques, que na maioria, foram convertidos em lojas, encerrando o período com 259 pontos de vendas, dos quais 205 são lojas Vivara, 9 lojas Life e 45 são quiosques.
- Até o dia 26 de agosto, a Companhia inaugurou 23 pontos de vendas, sendo 16 lojas Vivara, 05 lojas Life e dois Quiosques, e encerrou as atividades de 11 quiosques, somando um parque de 263 pontos de vendas, com 207 lojas Vivara, 11 Lojas Life e 45 quiosques.



# GERAÇÃO DE CAIXA

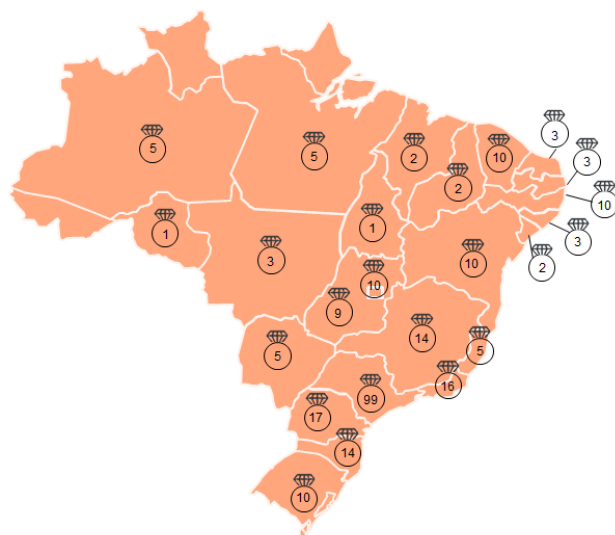
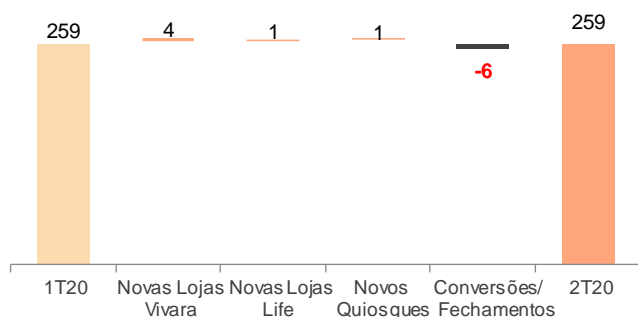
Geração de Caixa (R\$ mil)	2T20	2T19	Δ %	1S20	1S19	Δ %
<b>Lucro Líquido</b>	<b>(1.668)</b>	<b>156.893</b>	<b>-101,1%</b>	<b>17.343</b>	<b>186.037</b>	<b>-90,7%</b>
(+/-) IR/CSLL e Outros Ajustes	2.595	(122.862)	102,1%	7.715	(124.667)	106,2%
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>927</b>	<b>34.031</b>	<b>-97,3%</b>	<b>25.058</b>	<b>61.370</b>	<b>-59,2%</b>
<b>Capital de Giro</b>	<b>110.159</b>	<b>(24.880)</b>	<b>542,8%</b>	<b>118.900</b>	<b>(72.685)</b>	<b>263,6%</b>
Contas a Receber	69.855	(42.855)	263,0%	213.804	(9.025)	2469,1%
Estoques	24.277	(6.314)	484,5%	(11.353)	(17.770)	-36,1%
Fornecedores	(6.181)	2.577	-339,8%	(17.818)	(7.280)	144,8%
Impostos a Recuperar	16.431	(22.122)	174,3%	17.097	(12.041)	242,0%
Obrigações Tributárias	(6.556)	30.620	-121,4%	(56.762)	(13.790)	311,6%
Outros ativos e passivos	12.334	13.213	-6,7%	(26.069)	(12.780)	104,0%
<b>Caixa das Atividades Operacionais Gerencial</b>	<b>111.086</b>	<b>9.151</b>	<b>1113,9%</b>	<b>143.958</b>	<b>(11.315)</b>	<b>1372,3%</b>
Capex	(12.177)	(6.548)	86,0%	(26.365)	(10.720)	145,9%
<b>Geração de Caixa Livre <sup>(5)</sup></b>	<b>98.910</b>	<b>2.604</b>	<b>3698,6%</b>	<b>117.593</b>	<b>(22.035)</b>	<b>633,7%</b>
<b>Caixa das Atividades Operacionais Gerencial</b>	<b>111.086</b>	<b>9.151</b>	<b>1113,9%</b>	<b>143.958</b>	<b>(11.315)</b>	<b>1372,3%</b>
Δ Antecipação de recebíveis	-	6.761	na	-	63.961	na
<b>Ajustado</b>	<b>111.086</b>	<b>15.912</b>	<b>598,1%</b>	<b>143.958</b>	<b>52.646</b>	<b>173,4%</b>

(5) Essa é uma medição gerencial, não contábil, elaborada pela Companhia, e não é parte integrante do escopo de trabalho da auditoria independente.

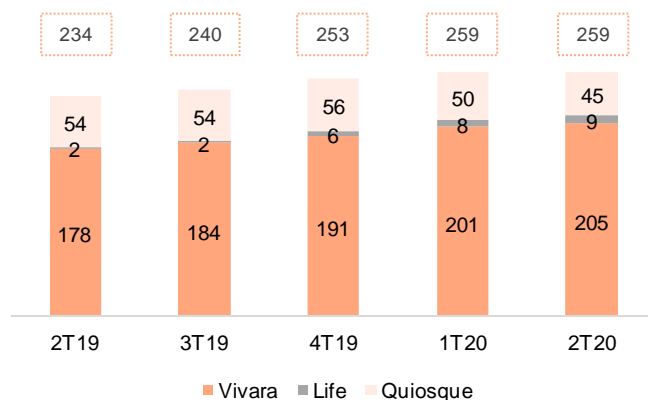
- A Vivara gerou R\$ 111,1 milhões de caixa no 2T20, R\$ 101,9 milhões superior ao mesmo período do ano anterior, principalmente pela menor alocação de capital de giro.
- Além dos ajustes de IR&CSLL e outros itens não caixa, ajustamos o Lucro Líquido ao pagamento dos alugueis, no montante de R\$ 3,7 milhões, no 2T20 e R\$ 10,4 milhões no 2T19, que após adoção do IFRS16, passaram a ser contabilizados na DFC como Atividade de Financiamento.

## EXPANSÃO

### EXPANSÃO 2T20



### EVOLUÇÃO DA EXPANSÃO



### Distribuição regional do parque atual

Sudeste	52%
Sul	16%
Norte	5%
Nordeste	17%
Centro-oeste	10%

# PERSPECTIVAS

- **Ritmo de retomada - Vendas Julho e Agosto<sup>(1)</sup>:** Temos visto uma importante evolução no ritmo de vendas desde o início da reabertura gradual das lojas e o e-commerce tem mantido a aceleração de três dígitos. Em julho, a Companhia registrou queda de -10,3% nas vendas, com maior participação de lojas, que já somavam 214 retomadas, todas, sem exceção, operando com redução significativa no horário de atendimento e restrição no fluxo de clientes. Em agosto, até o dia 24, registramos uma queda de -0,6% nas vendas totais, com 261 lojas reabertas.
- **Aumento do custo de matéria-prima:** Após aproximadamente quatro meses, retomamos as compras de insumos, para recomposição do estoque de ouro e prata. A Companhia está bem posicionada no segmento de joalherias, tendo historicamente, conseguido manter os repasses graduais de preço, preservando o ritmo de venda bastante resiliente. Além disso, estão em curso alternativas para reduzir o impacto do aumento recorrente do custo da matéria prima, desde junho do ano passado: (i) reprocessamento de itens de giro lento, através do derretimento das peças; (ii) ajuste de *mix* da categoria de joias, com desenvolvimento de produtos mais leves e faixa de preços mais aderente.
- **Plano de expansão:** No dia 05 de agosto, concluímos a implantação de 23 novas operações considerando, 21 lojas, sendo 16 lojas Vivara e 05 lojas Life, além de dois quiosques. Após início da pandemia, a Companhia revisou seu plano de expansão para 2020, reduzindo o número de aberturas previstas de 50 novas lojas, para 21, considerando o cenário de incertezas. Vale destacar que a Companhia segue preparada para se aproveitar de oportunidades que possam surgir com o aumento de vacância em shoppings maduros, bem como para melhores negociações em outros shoppings já mapeados. Para a estratégia de longo prazo, a Companhia mantém seu compromisso de ampliar sua presença nos principais shoppings do país, através da expansão orgânica dos seus canais.



(1) Apuração gerencial de vendas, até o dia 24 de agosto.

# DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO

DRE (R\$ mil)	2T20	2T19*	Δ %	1S20	1S19*	Δ %
<b>Receita Líquida</b>	<b>137.653</b>	<b>303.332</b>	<b>-54,6%</b>	<b>343.884</b>	<b>523.749</b>	<b>-34,3%</b>
(-) Custos dos Produtos Vendidos e serviços prestados	(44.137)	(112.553)	-60,8%	(112.736)	(183.931)	-38,7%
(-) Depreciações e Amortizações	(597)	-	na	(1.154)	-	na
<b>(=) Lucro Bruto</b>	<b>92.919</b>	<b>190.779</b>	<b>-51,3%</b>	<b>229.994</b>	<b>339.818</b>	<b>-32,3%</b>
<b>(-) Despesas Operacionais</b>	<b>(94.691)</b>	<b>(26.813)</b>	<b>253,2%</b>	<b>(203.801)</b>	<b>(138.094)</b>	<b>47,6%</b>
<b>Vendas</b>	<b>(51.943)</b>	<b>(90.723)</b>	<b>-42,7%</b>	<b>(130.731)</b>	<b>(164.462)</b>	<b>-20,5%</b>
Pessoal	(20.902)	(42.872)	-51,2%	(63.412)	(77.788)	-18,5%
Aluguéis e condomínios	(5.889)	(13.387)	-56,0%	(16.495)	(23.813)	-30,7%
Descontos sobre arrendamentos	9.275	-	na	9.275	-	na
Frete	(7.691)	(4.985)	54,3%	(12.143)	(9.115)	33,2%
Comissão sobre Cartões	(2.763)	(6.975)	-60,4%	(6.877)	(11.929)	-42,4%
Serviços de Terceiros	(1.523)	(2.326)	-34,5%	(5.002)	(4.294)	16,5%
Despesas com Marketing	(17.035)	(14.875)	14,5%	(25.519)	(24.672)	3,4%
Outras despesas com vendas	(5.415)	(5.304)	2,1%	(10.559)	(12.850)	-17,8%
<b>Gerais e Administrativas</b>	<b>(28.638)</b>	<b>(32.970)</b>	<b>-13,1%</b>	<b>(59.843)</b>	<b>(59.645)</b>	<b>0,3%</b>
Pessoal	(11.114)	(15.389)	-27,8%	(27.951)	(28.100)	-0,5%
Aluguéis e condomínios	(98)	(56)	73,7%	(457)	(308)	48,2%
Serviços de Terceiros	(13.152)	(8.199)	60,4%	(20.823)	(14.702)	41,6%
Outras Despesas Gerais e Administrativas	(4.274)	(9.326)	-54,2%	(10.612)	(16.536)	-35,8%
Depreciações e Amortizações	(13.690)	(10.875)	25,9%	(26.590)	(21.513)	23,6%
Resultado de Equivalência Patrimonial	-	(59)	100,0%	-	(180)	-100,0%
Outros Despesas (Receitas) Operacionais	(419)	107.814	-100,4%	13.363	107.706	-87,6%
<b>(=) Lucro (Prejuízo) Antes das Financeiras</b>	<b>(1.772)</b>	<b>163.966</b>	<b>-101,1%</b>	<b>26.193</b>	<b>201.725</b>	<b>-87,0%</b>
<b>(=) Resultado Financeiro</b>	<b>(6.515)</b>	<b>31.578</b>	<b>-120,6%</b>	<b>(20.231)</b>	<b>16.990</b>	<b>-219,1%</b>
Receitas Financeiras Líquidas	6.305	52.249	-87,9%	13.434	53.819	-75,0%
Despesas Financeiras Líquidas	(12.820)	(20.671)	-38,0%	(33.665)	(36.829)	-8,6%
<b>(=) Lucro Operacional</b>	<b>(8.287)</b>	<b>195.545</b>	<b>-104,2%</b>	<b>5.963</b>	<b>218.715</b>	<b>-97,3%</b>
Imposto de Renda e Contribuição Social	6.619	(38.651)	-117,1%	11.381	(32.678)	-134,8%
<b>(=) Lucro Líquido</b>	<b>(1.668)</b>	<b>156.893</b>	<b>-101,1%</b>	<b>17.343</b>	<b>186.038</b>	<b>-90,7%</b>

\*A Vivara Participações S.A. foi constituída em 23 de maio de 2019, desta forma, as informações do 2T19, aqui apresentadas, são informações **combinadas** das subsidiárias, Tellerina e Conipa.

# BALANÇO PATRIMONIAL

Balanço Patrimonial (R\$ mil)	1S20	2019
<b>CIRCULANTE</b>		
Caixa e equivalentes de caixa	584.679	435.844
Títulos e valores mobiliários	-	-
Contas a receber	212.012	425.833
Contas a receber partes relacionadas	-	-
Estoques	360.531	348.034
Impostos a recuperar	61.406	95.247
Despesas pagas antecipadamente e outros créditos	5.329	7.669
Instrumentos derivativos ativo	18.276	6.796
<b>Total do ativo circulante</b>	<b>1.242.233</b>	<b>1.319.425</b>
<b>NÃO CIRCULANTE</b>		
Depósitos judiciais	13.950	13.680
Imposto de renda e contribuição social diferidos	87.701	54.200
Instrumentos derivativos ativo	-	2.715
Impostos a recuperar	175.825	168.344
Investimentos	-	-
Imobilizado	325.809	311.620
Intangível	8.021	9.546
<b>Total do ativo não circulante</b>	<b>611.306</b>	<b>560.104</b>
<b>ATIVO TOTAL</b>	<b>1.853.539</b>	<b>1.879.529</b>
<b>CIRCULANTE</b>		
Fornecedores	18.604	36.421
Empréstimos e financiamentos	303.000	190.934
Partes relacionadas	70	88
Obrigações trabalhistas e previdenciárias	47.503	65.175
Obrigações tributárias	35.774	86.778
Parcelamento de tributos	458	457
Arrendamentos a pagar	13.758	14.856
Arrendamentos direito de uso a pagar	26.919	24.119
Juros sobre capital próprio a pagar	35.563	8.124
Outras obrigações	25.176	31.862
<b>Total do passivo circulante</b>	<b>506.825</b>	<b>458.813</b>
<b>NÃO CIRCULANTE</b>		
Obrigações trabalhistas e previdenciárias	6.954	9.193
Empréstimos e financiamentos	17.500	79.420
Parcelamento de tributos	1.674	1.865
Provisão para riscos cíveis, trabalhistas e tributários	15.300	15.234
Arrendamentos direito de uso a pagar	225.657	225.281
<b>Total do passivo não circulante</b>	<b>267.085</b>	<b>330.992</b>
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>		
Capital social	1.052.340	1.052.340
Reservas de lucros	9.945	37.384
Lucros acumulados	17.343	-
Outras resultados abrangentes	-	-
<b>Total do patrimônio líquido</b>	<b>1.079.629</b>	<b>1.089.724</b>
<b>TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>1.853.539</b>	<b>1.879.529</b>

# FLUXO DE CAIXA

Fluxo de Caixa (R\$ mil)	2T20	2T19*	Δ %	1S20	1S19*	Δ %
<b>Lucro Líquido</b>	<b>(1.668)</b>	<b>156.893</b>	<b>-101,1%</b>	<b>17.343</b>	<b>186.037</b>	<b>-90,7%</b>
Ajustes do Lucro Líquido	8.017	(98.134)	108,2%	31.875	(82.870)	138,5%
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>6.349</b>	<b>58.759</b>	<b>-89,2%</b>	<b>49.218</b>	<b>103.167</b>	<b>-52,3%</b>
Variação nos ativos e passivos operacionais:						
Contas a receber	69.855	(42.855)	263,0%	213.804	(9.025)	2469,1%
Estoques	24.277	(6.314)	484,5%	(11.353)	(17.770)	36,1%
Fornecedores	(6.181)	2.577	-339,8%	(17.818)	(7.280)	-144,8%
Impostos a Recuperar	16.431	(22.122)	174,3%	17.097	(12.041)	242,0%
Obrigações Tributárias	(6.556)	30.620	-121,4%	(56.762)	(13.790)	-311,6%
Outros ativos e passivos	12.334	13.213	-6,7%	(26.069)	(12.780)	-104,0%
<b>Caixa das atividades operacionais</b>	<b>116.509</b>	<b>33.879</b>	<b>243,9%</b>	<b>168.118</b>	<b>30.482</b>	<b>451,5%</b>
Imposto de Renda e Contribuição Social	-	(10.938)	100,0%	(3.492)	(15.109)	76,9%
Juros pagos de empréstimos e financiamentos	(1.761)	(3.340)	47,3%	(5.363)	(6.844)	21,6%
Juros pagos de arrendamentos de direito de uso	(2.180)	-	na	(9.066)	-	na
<b>Caixa líquido das atividades operacionais</b>	<b>112.567</b>	<b>19.601</b>	<b>474,3%</b>	<b>150.197</b>	<b>8.529</b>	<b>1661,0%</b>
Imobilizado	(11.670)	(5.188)	-124,9%	(25.497)	(8.690)	-193,4%
Intangível	(507)	(1.360)	62,7%	(868)	(2.030)	57,2%
Outros	-	12.495	-100,0%	-	(2.017)	na
<b>Caixa das atividades de Investimentos</b>	<b>(12.177)</b>	<b>5.947</b>	<b>-304,8%</b>	<b>(26.365)</b>	<b>(12.737)</b>	<b>-107,0%</b>
Dividendos e JCP	-	(10.493)	100,0%	-	(67.418)	100,0%
Empréstimos e financiamentos	12.980	43.318	-70,0%	9.630	72.092	-86,6%
Arrendamento do Direito de Uso	(1.481)	(10.449)	85,8%	(6.240)	(19.844)	68,6%
Outros	-	963	-100,0%	21.612	1.323	1533,8%
<b>Caixa das atividades de financiamento</b>	<b>11.499</b>	<b>23.338</b>	<b>-50,7%</b>	<b>25.002</b>	<b>(13.846)</b>	<b>280,6%</b>
<b>AUMENTO (REDUÇÃO) DE CAIXA E EQUIVALENTE DE CAIXA</b>	<b>111.890</b>	<b>48.886</b>	<b>128,9%</b>	<b>148.835</b>	<b>(18.055)</b>	<b>924,4%</b>
Saldo Inicial de caixa e equivalente de caixa	472.789	17.840	2550,2%	435.844	84.781	414,1%
Saldo final de caixa e equivalente de caixa	584.679	66.726	776,2%	584.679	66.726	776,2%

\*A Vivara Participações S.A. foi constituída em 23 de maio de 2019, desta forma, as informações do 2T19, aqui apresentadas, são informações **combinadas** das subsidiárias, Tellerina e Conipa.

# MEDIÇÕES NÃO CONTÁBEIS

- **EBITDA Ajustado e Margem EBITDA Ajustada** - O EBITDA (*Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization*) ou LAJIDA (Lucros Antes de Juros, Impostos, Depreciações e Amortizações) é uma medição não contábil divulgada pela Companhia em consonância com a Instrução CVM nº 527/12. A partir do cálculo acima, é realizado o ajuste para eliminação de efeitos não recorrentes no resultado e, para melhor comparabilidade, exclui-se também o efeito da adoção do CPC06/IFRS16, que entrou em vigor em 1 de janeiro de 2019, os ajustes geram o EBITDA Ajustado. Efeitos não recorrentes são caracterizados por efeitos pontuais que acontecem no resultado da Companhia. Por estes montantes não fazerem parte recorrente do resultado, a Companhia opta em realizar o ajuste para que no “EBITDA Ajustado” apareçam apenas números recorrentes. A Companhia utiliza o EBITDA Ajustado como medida de performance para efeito gerencial e para comparação com empresas similares.
- **Dívida Líquida** - A Dívida Líquida aqui apresentada é resultante do somatório dos empréstimos de curto e longo prazos presentes no Passivo Circulante e no Passivo Não Circulante da Companhia subtraídos da soma de Caixa e Equivalentes de Caixa com Títulos e Valores Mobiliários presentes no Ativo Circulante e no Ativo Não Circulante da Companhia.
- A Companhia entende que o Índice de **Dívida Líquida/EBITDA Ajustado** auxilia na avaliação da alavancagem e liquidez. O **EBITDA Ajustado LTM** é a somatória dos últimos 12 meses (*Last Twelve Months EBITDA*) e também representa uma alternativa da geração operacional de caixa.
- O **EBITDA Ajustado**, a **Dívida Líquida**, o **indicador Dívida Líquida/EBITDA Ajustado LTM** e **Geração de Caixa Operacional** apresentadas neste documento não são medidas de lucro em conformidade com as práticas contábeis adotadas no Brasil e não representa os fluxos de caixa dos períodos apresentados e, portanto, não é uma medida alternativa aos resultados ou fluxos de caixa
- **Geração de Caixa Operacional** aqui apresentada é uma medição gerencial, resultante do fluxo de caixa de atividades operacionais apresentados na Demonstração de Fluxo de Caixa (DFC), ajustada pelo “Arrendamento do direito de uso”, que a partir de adoção do CPC06/IFRS16 passou a ser contabilizado na DFC, como atividade de financiamento.

## AVISO LEGAL

As afirmações contidas neste documento relacionadas a perspectivas sobre os negócios, projeções sobre resultados operacionais e financeiros e aquelas relacionadas a perspectivas de crescimento da Vivara S.A. são meramente projeções e, como tais, são baseadas exclusivamente nas expectativas da Diretoria sobre o futuro dos negócios. Essas expectativas dependem, substancialmente, das condições de mercado, do desempenho da economia brasileira, do setor e dos mercados internacionais e, portanto, sujeitas à mudança sem aviso prévio.

Todas as variações aqui apresentadas são calculadas com base nos números em milhares de reais, assim como os arredondamentos.

O presente relatório de desempenho inclui dados contábeis e não contábeis tais como, operacionais, financeiros pro forma e projeções com base na expectativa da Administração da Companhia. Os dados não contábeis não foram objeto de revisão por parte dos auditores independentes da Companhia.

## RELAÇÕES COM INVESTIDORES

Otávio Lyra – Diretor Financeiro e de Relações com Investidores  
Melina Rodrigues – Gerente de RI  
Andressa Nunes – Analista de RI

E-mail: [ri@vivara.com.br](mailto:ri@vivara.com.br)  
Tel.: 11 3896-2736 /11 3896-2721



VIVARA